

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra psychologie



Diplomová práce

Jak Východ vidí Západ

Jan Dobrovský

© 2013 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Katedra psychologie
Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

Dobrovský Jan

Hospodářská a kulturní studia

Název práce

Jak Východ vidí Západ

Anglický název

How East Perceives West

Cíle práce

Na znalostech rozdílnosti kultur a myšlení zjistit část pohledu Východu na Západ. Cílem práce je skrze mezikulturní dialog nalézt pohled na západní společnost, ve které žijeme, díky reflexi Východu. Pohled vně skupiny přináší jiné náhledy a dává skutečnosti do jiného kontextu, který můžeme objevit pouze přes myšlení jiné skupiny, která není zatížena naším způsobem uvažování.

Metodika

Příprava terénního výzkumu studiem sekundárních dat relevantních k problematice rozdílnosti kultur a myšlení, vytvoření plánu výzkumu a vhodné metody sběru konkrétních dat v terénu. Při terénním výzkumu validace relevantních sekundárních dat a sběr nových informací pomocí vybrané metody. Následná syntéza a analýza sebraných dat a uspořádání do výstupu.

Harmonogram zpracování

odevzdat 2012

Rozsah textové části

60 - 80 stran

Klíčová slova

kultura, diverzita, sociální konstrukt, pohled, vnímání, stereotyp

Doporučené zdroje informací

BERRY, J.W., POORTINGA, Y.H., SEGALL, M.H. & DASEN, P.R. Cross-cultural psychology: Research and applications. Cambridge: Cambridge University Press. 1992. ISBN-13: 978-0521745208.

BHABHA, Homi K. The location of culture. London: Routledge. 1994. ISBN 0-415-33639-2.

CLIFFORD, James. The predicament of culture. Cambridge: Harvard University Press. 2002. ISBN 0-674-69843-6

HOFSTEDE, Geert. Kultury a organizace. Praha: Linde. 2007. ISBN 978-80-86131-70-2.

SAM, D.L.; BERRY, J.W. Acculturation Psychology. Cambridge: Cambridge University Press. 1992. ISBN-13: 978-0521614061.

Vedoucí práce

Kolman Luděk, doc. PhDr., CSc.

Termín odevzdání

březen 2013



PhDr. Pavla Rymešová, Ph.D.
Vedoucí katedry



prof. Ing. Jan Hron, DrSc., dr.h.c.
Děkan fakulty

V Praze dne 20.3.2013

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou diplomovou práci "Jak Východ vnímá Západ" jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autor uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 30. 3. 2013

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval zvláště vedoucímu práce panu Doc. PhDr. Lud'ku Kolmanovi, CSc. za vedení práce a konzultace, své rodině za podporu a zázemí pro práci, Mgr. Shiyang Zhang za neocenitelnou pomoc a dále pánům Prof. Dr. Shi Xiaoping, Ma Xianlei a Georges Moreau z Nanjing Agricultural University za pomoc při výzkumu v Číně.

Jak Východ vidí Západ

How East Perceives West

Souhrn

Pohled Východu na Západ je komplex domněnek a faktů, na jejichž základě Východ vnímá Západ. Vnímání Západu je založeno na samotném vlastním vnímání Východu. Sociální konstrukty Východ a Západ jsou široké pojmy, proto Východ je zúžen na Čínu a Západ je omezen na Evropu.

Vnímání jiné kultury je založeno na rovinách duchovních a materiálních, které spolu úzce souvisí a doplňují se. Média jsou nyní hlavními zprostředkovateli nepřímé komunikace a na jejich základě vznikají mýty o Západu. Mýty jsou součástí kultury zaměřené na málo známém a jsou složeny z faktů a fabulací.

Východ vidí Západ v pozitivním světle, již jen z důvodu pozitivního kulturního přístupu Čínské kultury. Očekávaný vývoj vztahů ze strany Východu je pozitivním směrem. Východ pocítuje nedostatek relevantních informací o Západě a má zájem tento deficit změnit. Východ vidí Západ s jeho kladnými i zápornými vlastnostmi. Západní produkty jsou považovány za drahé a kvalitní a západní jídlo je chápáno jako méně vhodné. Kontroverzní téma je otázka volného času a nepracovních víkendů.

Summary

The view of the East to the West is a complex of assumption and facts, which make a basis for a perception of the West by the East. The perception of the West is based on how the East perceives itself. Social constructions “the East” and “the West” are comprehensive concepts, therefore the East is presented only by China and the West is presented by Europe.

Perception of a different culture is divided into spiritual and material dimensions, which are complementary to each other. Mass media are now the main intermediaries of indirect communication and by which the myths about the West are generated. Myths are a part of culture and made by facts and fictions.

The East perceives the West in a positive way due to a positive attitude of the Chinese culture. A prediction of the perception of the East is positive. The East feels a lack of relevant information about the West and shows a will to change this deficit. The East perceives the West with its positive and negative features. Western products are considered as expensive and high quality, Western food is perceived as less convenient. A controversial issue is the question of leisure time and non-working weekends.

Klíčová slova: kultura, diverzita, sociální konstrukt, pohled, vnímání, stereotyp, mýtus, domněnky, média, komunikace

Keywords: culture, diversity, social construct, view, perception, stereotype, myth, assumption, mass media, communication

Obsah

| | | |
|--------|---|----|
| 1 | Úvod..... | 5 |
| 2 | Cíl práce a metodika | 8 |
| 3 | Teoretická východiska | 10 |
| 3.1. | Úvod do teorie | 10 |
| 3.1.1. | Asymetrie a symetrie..... | 10 |
| 3.1.2. | Binární opozice a sociální struktura..... | 12 |
| 3.1.3. | Vývoj společnosti..... | 13 |
| 3.1.4. | Obchodní kontakty | 14 |
| 3.2. | Materiální rovina..... | 15 |
| 3.2.1. | Význam přírodních věd..... | 15 |
| 3.2.2. | Ekonomické okolnosti..... | 16 |
| 3.2.3. | Celebrity | 17 |
| 3.2.4. | Obchodní značky..... | 18 |
| 3.3. | Duchovní rovina | 20 |
| 3.3.1. | Konfucius | 20 |
| 3.3.2. | Morální hodnoty..... | 20 |
| 3.3.3. | Mýty | 21 |
| 3.4. | Lidé/ společnost..... | 28 |
| 3.4.1. | Konvence..... | 29 |
| 3.4.2. | Identita..... | 30 |
| 3.4.3. | Individualita - celebrity | 31 |
| 3.4.4. | Partnerství muže a ženy..... | 32 |
| 3.4.5. | Chování | 33 |
| 3.4.6. | Volný čas..... | 35 |

| | | |
|--------|--|----|
| 3.4.7. | Strava..... | 35 |
| 3.5. | Média | 36 |
| 3.5.1. | Charakter zpráv | 38 |
| 3.5.2. | Jazyk zpráv | 39 |
| 3.5.3. | Vytváření mýtu..... | 39 |
| 4 | Empirická část..... | 42 |
| 4.1. | Základní informace | 42 |
| 4.2. | Dotazníkové šetření | 42 |
| 4.3. | Zúčastněné pozorování | 46 |
| 4.4. | Znalost Západu | 46 |
| 4.5. | Rozdílný Západ..... | 48 |
| 4.6. | Pohled na vlastní kulturu | 51 |
| 4.7. | Charakteristika Evropské kultury | 53 |
| 4.8. | Názor na Evropskou kulturu a společnost | 54 |
| 4.9. | Zájem o život v Evropě..... | 55 |
| 4.10. | Rozdíly mezi Evropskou a vlastní kulturou..... | 59 |
| 4.11. | Klady a zápory Evropské kultury | 61 |
| 4.12. | Vliv Evropské kulturu na místní kulturu | 64 |
| 4.13. | Evropské jídlo a stravování..... | 67 |
| 4.14. | Evropské zboží na Čínském trhu | 70 |
| 4.15. | Spojení mezi Evropskou a Čínskou kulturou | 74 |
| 4.16. | Společné dějiny | 78 |
| 4.17. | Způsob života..... | 80 |
| 4.18. | Vztah mezi Evropskou a Čínskou společností..... | 82 |
| 4.19. | Budoucí vývoj vztahů mezi Evropskou a Čínskou společností..... | 84 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 4.20. | Vnímání Evropských zvyků..... | 86 |
| 4.21. | Vyhodnocení..... | 91 |
| 5 | Závěr..... | 94 |
| 6 | Seznam použitých zdrojů..... | 96 |
| 7 | Přílohy..... | 99 |
| 7.1. | Příloha číslo 1..... | 99 |
| | Potvrzení o pobytu a výzkumu na Nanjing Agricultural University v Číně.... | 99 |
| 7.2. | Příloha číslo 2..... | 100 |
| | Dotazník..... | 100 |
| 7.3. | Příloha číslo 3..... | 107 |
| | Šíření Evropských hodnot v dějinách..... | 107 |
| 7.4. | Příloha číslo 4..... | 109 |
| | Hospodaření obchodních značek..... | 109 |
| 7.5. | Příloha číslo 5..... | 111 |
| | Vstup nových značek, podnikatelských subjektů, na nové trhy..... | 111 |
| 7.6. | Příloha číslo 6..... | 112 |
| | Konfucius..... | 112 |
| 7.7. | Příloha číslo 7..... | 113 |
| | Společný původ mýtů..... | 113 |
| 7.8. | Příloha číslo 8..... | 115 |
| | Sexualita..... | 115 |
| 7.9. | Příloha číslo 9..... | 117 |
| | Host a hostitel..... | 117 |
| 7.10. | Příloha číslo 10..... | 118 |
| | Hodnota informací médií..... | 118 |

| | |
|---|-----|
| 7.11. Příloha číslo 11 | 120 |
| Zvyky | 120 |
| 7.12. Příloha číslo 12 | 122 |
| Píseň „Pražské náměstí“ (布拉格广场) zpěvačky Jolin Tsai (蔡依林) | 122 |

1 Úvod

Vnímání okolí je odrazem vlastního pohledu, protože skrze chápání vlastní existence jsou nastaveny měřítka pro vnímání i okolního světa. Nastavení standardu je základem pro měření, hodnocení a soudy, které jsou nejdříve zjištěny poznáním. Jedna z lidských vlastností je i fascinace neznámem a chuť objevovat, což otevřelo svět a vytváří nyní jeden společný pro všechny kultury.

Fascinace může mít řadu podob, ale jako dvě základní jsou brány duchovní rovina a materiální rovina. Tyto dvě roviny nejsou protiklady, i když se to může zdát, doplňují se, protože obě vyjadřují potřeby lidí. Samotný vývoj a pokrok ve společnosti by se nemohl obejít právě bez synergie duchovní práce a materiálu, která vytváří nové objevy a mění život lidí. Obě roviny jsou založeny na lidském myšlení jako systému protikladů.

Shodnost rovin lze nalézt i v rovině znalosti, neexistuje žádná absolutní znalost, teorie víry nyní nejsou brány na zřetel. Pro neznalost je nutné domýšlet a vytvářet mýty. Mýtus je možné chápat jako povědomí o něčem, složené z faktických a fabulativních částí, které lze těžko odhalit. Mýtus musí být živen, což vytváří společnost díky jeho využívání, a zároveň je živen i nedokonalostí poznání samotné společnosti, protože ho potřebuje využívat.

Bourání mýtu je zásahem do struktury společnosti, proto je snazší cesta mýtus nenechat vyvinout a etablovat ve společnosti. Tato činnost je činností osvětovou, protože vytváří myšlení ne na mýtech, ale na vlastních znalostech. Pro získání znalostí je nutná jejich dostupnost a vhodná prezentace. Představení skutečnosti, která je z velké části neznámá, je náročná činnost s dlouhou návratností, ale otevírá bránu poznání, a tím i kvalitnější společnosti.

Mýty jsou vytvářeny o vlastním i o okolním světě. Tato práce se zaměřuje na mýty Západu a Východu se snahou o vytvoření pohledu na Západní svět z Východní strany. Východ a Západ jsou Západní sociální konstrukty, které se v dějinách měnily podle obzorů společnosti. Protože se jedná o Západní sociální konstrukt, je záměrem práce odlehčit se od egocentrismu a myšlení vlastní kultury a vytvořit pohled na svět prostřednictvím Východního pohledu, také založeném na egocentrismu a myšlení vlastní Východní kultury.

Západ je konstruován na základě Evropské kultury a její expanze rozšířila její vliv i na jiná území, proto je v současné době Západ chápán jako Evropa a Severní Amerika, asi nejsilnější a nejstabilnější rozšíření Evropské kultury. Pro záměry této práce je Západ chápán v celém rozsahu, ale hlavní část výzkumu je zaměřena na Evropu. Východ je z Evropského pohledu vše na východě od Evropy. Východ je obrovský a pestrý prostor, a proto je nutné ho pro účely práce vymežit. Čína, Čínská lidová republika, personifikuje Východ a je brána jako jedna z hlavních částí tvořící Západní model Východu. Čína sama o sobě se nepovažuje za Východ, ale spíše za Říši středu, což odráží stejný egocentrický pohled, jako má Západ, při pohledu do starodávných map.

Teoretická východiska mohou být aplikována na každou společnost a kulturu a jejich zpracování není omezeno místem. Opakem je výzkum hledání pohledu Východu na Západ, protože bez živého pohledu, který je možný pouze uvnitř společnosti, je pouze chimérou. Pro hledání pohledu Východu na Západ byl nutný terénní výzkum a zúčastněné pozorování přímo na Východě, v Číně. Díky spolupráci České zemědělské university a Nanjing Agricultural University bylo možné výzkum provést a zaměřit ho nejen na současnost, ale i na budoucí pohledy celého Východu, protože budoucí oči Východu, které budou pohlížet na Západ, jsou studenti, budoucí vysoce kvalifikovaní aktivní členové společnosti, kteří budou o vztazích mezi společnostmi rozhodovat.

Základem kontaktu společností založených na různých kulturách je komunikace a ochota k ní. Je pochopitelné, že dochází k nedorozuměním a nepochopení prezentace jedné či druhé strany, ale důležitá je snaha obou o vzájemné spojení na úrovni duchovní i materiální. Nejdříve je nutné charakterizovat oba partnery a jejich vnímání, převážně je nutné pochopit pohled Východu na Východ samý, tedy sebereflexi Východu, protože ta vytváří základ pro pohled Východu na Západ. Na základě hodnot Východu je položen i pohled na Západ v celé své šíři. Pohled na Západ je množina mnoha oblastí, které Východ specifikuje a přikládá k nim určité hodnoty, jenž porovnává. Základnu tvoří oblasti každodenního života a základní lidské potřeby, jako například potraviny či zboží, protože jsou nezbytné pro život a až na jejich základě lze rozvíjet vyšší potřeby.

Na rozboru Východu, vztahu Východu a Západu a vnímání Východu lze nastínit současný stav vztahů mezi těmito společnostmi a v omezené míře předpovědět očekávaný vývoj těchto vztahů.

Práce je rozdělena na teoretická východiska zaměřující se na podstatu společnosti a kultury, které jsou relevantní při jejich interakci. Empirická část práce vychází z terénního výzkumu formou zúčastněného pozorování, které proběhlo v Číně, a na dotazníkovém šetření, které bylo součástí výzkumné aktivity v Číně. Empirická část vytváří model vnímání Západu Východem a návrhy prohlubování spojení obou kultur.

2 Cíl práce a metodika

Na znalostech rozdílnosti kultur a myšlení zjistit část pohledu Východu na Západ. Cílem práce je skrze mezikulturní dialog nalézt pohled na Západní společnost, ve které žijeme, díky reflexi Východu. Pohled vně skupiny přináší jiné náhledy a dává skutečnosti do jiného kontextu, který můžeme objevit pouze přes myšlení jiné skupiny, která není zatížena naším způsobem uvažování.

Dílčím cílem je najít nosná témata, na který je Východ zaměřen při pohledu na Západ, protože právě taková témata dokládají význam pro samotnou kulturu Východu, a zároveň jsou i základem vazeb mezi Východem a Západem, protože na nich probíhá vzájemné působení Východu a Západu. Témata mohou být hodnocena z pohledu Východu kladně, nebo záporně. Kvalitativní hodnocení témat je důležité pro udržitelnost spojení a jeho vylepšování, proto jedním z dalších dílčích cílů je zaměřením se na oblasti, které vytváří současný pozitivní základ pohledu Východu na Západ, čímž na nich vytváří i nosné vzájemné působení, a současně na pohledy Východu na záporné Západní jevy, jejichž přeformulování, či uvědomění může prohloubit porozumění a pozitivně stimulovat vnímání Východu na Západ.

Metodika práce byla zpracovaná na základě Požadavků předkládání diplomových prací SZZ 2012.¹ Příprava terénního výzkumu studiem sekundárních dat relevantních k problematice rozdílnosti kultur a myšlení, vytvoření plánu výzkumu a vhodné metody sběru konkrétních dat sběrem nových informací pomocí vybrané metody. Následná syntéza a analýza sebraných dat a uspořádání výstupu.

Základem práce bylo zvolení tématu diplomové práce, její cíle a vhodná metodologie se zaměřením na zkoumaný objekt.

Příprava na terénní výzkum byla zaměřena na sekundární data s cílením na rozdílnost kultur a společností, na rozboru společnosti a ekonomického chování společnosti jako celku a jejich členů. Tematicky byla práce se sekundárními daty rozdělena na rovinu duchovní a rovinu materiální, které vyústily v hlavní rozdělení teoretické části.

¹ *Požadavky předkládání diplomových prací SZZ 2012*. Praha: PEF, ČZU v Praze, 2010. Dostupné z: http://badis-new.czu.cz/badis/docs/pef_brozura_dp_2012.pdf

Pro přípravu terénního výzkumu a zúčastněného pozorování byly prostudovány sekundární data s tematikou Číny, jako návod pro efektivní pohyb v Číně a vytvoření vhodného prostředí pro samotný výzkum.

Příprava na výjezd byla založena práci se sekundárními daty a na neformálních rozhovorech s Číňany žijícími v Praze za účelem přiblížení realit a východisek života v Číně. Příprava na odjezd byla konzultována s Mezinárodním oddělení PEF ČZU v Praze a s vedoucím práce pane Doc. PhDr. Luděkem Kolmanem, CSc. Současně probíhala komunikace s hostitelskou universitou Nanjing Agricultural University v městě Nanjing v Čínské lidové republice, dále pouze Čína.

Sběr dat byl původně navržen jako zúčastněné pozorování a polostrukturalizované rozhovory. Tento záměr byl na základě proveditelnosti změněn na zúčastněné pozorování a dotazník

Terénní výzkum, zúčastněné pozorování, v Číně probíhalo od 31. března 2012 do 15. června 2012 a proběhlo bez komplikací. Potvrzení od Nanjing Agricultural University je uvedeno v příloze číslo 1.

Na základě předpřipraveného schématu polostrukturovaného rozhovoru byl připraven dotazník pro studenty Nanjing Agricultural University, jehož šíření bylo povoleno autoritami. Dotazník byl sestaven s konzultacemi s vedoucím práce, panem Ma Xianlei, Prof. Shi Dr. Xiaoping a Georges Moreau. Pracovní jazyk dotazníku je angličtina a byl šířen prostřednictvím emailu ve formátu Microsoft Office Word. Vzor dotazníku je uveden v příloze č. 2.

Dotazník byl vyplněn 75 respondenty a odevzdán v podobě elektronické i vytištěné. Následovala syntéza výsledků pomocí Microsoft Office Excel a analýza sebraných dat. Prezentace výsledků dotazníkového šetření je za účelem vyšší vypovídající hodnoty a modelování udána v procentech odpovědí. Pokud není uvedeno jinak, výše procent zastupuje procentuální četnost odpovědí na otázku, nikoliv celkové procento odpověděvších respondentů z důvodu, že někteří respondenti neodpověděli na všechny otázky a z neurčených důvodů některé otázky vynechali. Tabulky a grafy vycházejí ze zpracovaných výsledků dotazníkového šetření.

Do práce byly data zpracovány a rozšířeny o poznatky z terénního výzkumu, zúčastněného pozorování a zhodnoceny v závěru práce.

3 Teoretická východiska

3.1. Úvod do teorie

Vnímání okolního světa je vždy reflexí nás samých, ale na druhou stranu jedinci nemohou sami sebe reflektovat bez citového zabarvení. Pohled na jiné kultury a společnosti je zabarven vlastním vnímáním světa a silně podněcuje zažitě stereotypy, které byly staletí vytvářeny nikoliv pro rasismus či xenofobii, i když se tak někdy projevují, ale pro ochranu sama sebe, protože to, co je neznámé, vyvolává strach, pocit ohrožení. Stereotypy ulehčují život, protože zkracují reakce a uvolňují přemýšlení. Pokud se zamyslíme nad samotným problémem, můžeme vyvodit tezi, že právě neznalost je důvodem, proč se lidé bojí a přichází s nepravdivými pohledy na jiné, „*proto duše není jen problém osobní, nýbrž světový a psychiatr má co činit s celým světem.*“² Rozpolčení jednotlivce se odráží ve společnosti a jednatelce skrze své myšlení a domýšlení přichází na přístupy, které ho nejlépe adaptují k rychlému řešení konkrétní situace, a tím k přežití. Výrok čínského myslitele Lao-c‘, že „*vše je jasné, jen já jsem nejasný,*“³ příkládá důraz první teorii, že psychika jednotlivce spoluvytváří názor společnosti. Názor společnosti je právě záležitostí, kterou je nutné se zabývat. Názory vlastní společnosti jsou jejím členům vštěpovány socializací, názory jiných společností musíme zjistit a přijmout. Jedná se o podobné názory, které máme vůči jiným, i když v cizích stereotypech zaměřených na vlastní společnost jsou leckdy chápány jako kruté a nemístné, protože nejsou v souladu s naším vlastním pojetím identity.

3.1.1. Asymetrie a symetrie

Názor a hodnocení dvou společností na tutéž věc není nikdy stejný. Podobně jako žádný člověk není stejný, i když se mezi lidmi dají najít vzory chování a typy osobností. Pohled na jinak vychované lidi, respektive na jinak socializované jedince, je hodnotící i v rámci jedné společnosti, pokud hodnotíme stejnými měřítky cizí společnost, postavenou na jiných základech a užívající jiné mýty a rozložení společnosti, tedy i primární funkční

² JUNG, C. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 217. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

³ JUNG, C. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 307. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

rozřazení a dělbu práce, docházíme k různým pohledům, které nemusí být komplementární, i když lidé s různými pohledy pohlíží na stejný prostor kolem sebe, na stejný svět. „*O světě nelze říct prostě a jednoduše, že je, on je ve formě prvotní asymetrie, která se projevuje různě podle toho, z jakého hlediska na i pohlížíme: nahoře a dole, nebe a země, souše a voda, blízko a daleko, nalevo a napravo, mužský a ženský atd. Tato nerovnost vlastní realitě uvádí do pohybu mytickou spekulaci; ale to proto, že existenci jakéhokoli předmětu myšlení podmiňuje přímo v rámci myšlení.*“⁴ Nebezpečí se skrývá v nepřipuštění jiných názorů, zde se nejedná o sladění názorů v jeden, či kompromisní návrh, ale o respektování jiných pohledů a mýtů, které utváří lidské myšlení a vnímání světa různých společností. Pokud by nebylo možné se oprostit od zjednodušeného pohledu, který nerespektuje jiné pohledy a zůstává u nerovnosti a nepochopení, není možné žádný mezikulturní ani vnitro-kulturní dialog, protože i v rámci jedné kultury je možné se setkat s různými podobami pohledů. Vhodným příkladem je Evropa, nikoliv pro její politické uspořádání, ale pro onu směsici jednotlivých národů, jejich odlišných kultur a společenských uspořádání, které se sžívají na jednom kontinentu. Společné fungování a i dysfunkce ve formě válek, tyranii a jiných křivd je mozaikou dokládající vnitřní nejednotnost, která se odráží v potřebě dorozumění a vytváří kompletní a nadřazenou instituci v rámci soužití, a to společnou řeč, tedy formu „lingua franca“, která nemusí být nutně v podobě mluveného či psaného slova, samotné chování a respektování vytváří komplex, který je základem pro společnost. „*Symetrie nicméně existuje, nabývá však komplexnější podoby, než jsme připustili na začátku, abychom výklad zjednodušili. Jak jsme právě řekli, v mytologii ve smyslu přetrvává cosi ze zvuku a nelze to z něj odstranit, ledaže jazyk nesoucí mýtus ztratí hodně ze své specifické relevance vzhledem ke smyslu, který se uchová, i když je svěřen odlišným jazykovým nosičům.*“⁵ Ačkoliv byl uveden příklad z mytologie, oproti současné době není tento příklad vzdálen, důvody budou nastíněny níže v textu právě u pojednání o mytologii, jako formě myšlení. Rozdíl mezi asymetrií a symetrií je shrnut výše a oba příklady dokládají, že obě verze jsou možné, co více reálné. Právě v různorodosti pohledů je základ úspěchu jakéhokoliv jednání, protože

⁴ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 559. 748 s. ISBN 978-80-257-0059-4.

⁵ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 605. 748 s. ISBN 978-80-257-0059-4.

jeden pohled je součástí jedné mysli, v sečtení pohledů nemůžeme mluvit o pouhé sumě pohledů, právě naopak, nedají se sčítat, ale pouze spojovat.

3.1.2. Binární opozice a sociální struktura

Člověk vychází ze stereotypů pro zjednodušení svého myšlení, ale to, co mu pomáhá se orientovat ve světě, je souboj protipólů, jinak řečeno dichotomie, Claude Levi Strauss⁶ to označil jako párování bipolární opozice a jako příklad uvádí vztah kultury a přírody. Téma dvojice nebylo nové, vycházelo například z učení Emila Durkheima. Claude Levi Strausse mluví o „*Párování opozic, v chápání jaksi předem připravené, funguje, jakmile k němu opakující se zkušenosti, jež mohou být původu biologického, technologického, ekonomického, sociologického atd., vydají pokyn, podobně jako se automaticky odehrávají fáze vrozeného chování připisovaného zvířatům, jakmile nastala vhodná spouštěcí situace. Stejně tak uvádějí empirické situace do pohybu koncepční soukolí. To z každé, byť sebesložitější konkrétní situace neúnavně extrahuje nějaký smysl a dělá z ní objekt myšlení, přičemž ji podržuje požadavkům formálního uspořádání. Právě důslednou aplikací pravidel opozice tak vznikají mýty: objevují se, transformují se v jiné mýty, které se zase transformují dál; a tak to pokračuje, dokud příliš těžko překonatelné kulturní nebo jazykové prahy či setrvačnost vlastní samotnému soukolí mýtů nezpůsobí, že vznikají už jen formy zborcené a těžko poznatelné, protože vlastní rysy mýtu ustupují jiným způsobům zpracování reality, jež mohou v různých případech spadat mezi romány, legendy nebo bajky vznikající z morálních nebo politických důvodů.*“⁷ Důležitou poznámkou o rozložení celého myšlení na binární rovinu je zmínka o sociální struktuře, tedy „*pojmem sociální struktura“ nemá nic společného se zkušeností realitou, ale s modelem, který byl postaven po ní.*“⁸ Rozdělení mysli je pochopitelné a je založeno již od útlého dětství. Formou socializace se dle zásad společnosti, která vykonává činnost socializace, vytváří

⁶ Claude Lévi-Strauss: Životopis. *Académie française* [online]. [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.academie-francaise.fr/les-immortels/claude-levi-strauss>

⁷ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 559. ISBN 978-80-257-0059-4.

⁸ LÉVI-STRAUSS, Claude. Social structure. In: *Anthropology today*. Chicago: University of Chicago Press, 1952, s. 277-279. Dostupné z: <http://varenne.tc.columbia.edu/texts/levsteld062socistru.pdf>

bipolární myšlení založené na základě dobra a zla, vhodného a nevhodného, slušného a neslušného, chtěného a nechtěného.

Vytváření obrazu společnosti a jeho konstrukce pomocí mýtů, tedy domněnek o neznámých oblastech, ať už i minulosti nebo současnosti, vytváří i vnitřní pohled na člověka a sama sebe. I v nejbanálnějších situacích se chováme dle konstruktů, který má být v té situaci použit. Při setkání jednoho či více konstruktů chování dochází k jejich střetu a nastává chvíle, kdy je nutné buď akceptovat jiný konstrukt, což znamená i uvědomění si samotného svého, nebo silné odmítnutí cizího konstruktů a být slepý ve víře ve svůj vlastní konstrukt. „*Konkrétní způsob vázání kravaty, přesné naaranžování viditelné části kapesníku v náprsní kapse, nepatrné odlišnosti v přízvuku hlasu a další tak zdánlivě triviální charakteristiky získávají nepostradatelnou společenskou důležitost v určování sociálního postavení jedince. Zkušený příslušník společnosti je může přechít letmým pohledem. Byl by naprosto neschopen to udělat, kdyby byl najednou vypuštěn do společenské hierarchie kmenu z Nové Guineje, ale ve své vlastní společnosti je rychle donucen stát se expertem. Samy o sobě jsou tyto maličké rozdíly v oblečení a zvycích naprosto bezvýznamné, ale v souvislosti s hrou o žonglování kvůli pozici a udržování jí v hierarchii dominance jsou důležité.*“⁹ Nejedná se pouze o extrémy mezi společnostmi, tedy sociálními strukturami, ale jedná se i o vnitřní pohled na vlastní společnost.

3.1.3. Vývoj společnosti

V globalizované společnosti jsou rozdíly snižovány v určitých ohledech, však právě tlak zvenčí udržuje společnost velmi pevně sepnutou a připravenou odolat vnějším jevům. Náhledy na svět jsou různé a vlny zájmu pochází z různých zdrojů. Jedním z hlavních směrů je právě náboženství, které přerůstá díky středověku i do filosofie, tvrzení, že náboženství je aplikování konkrétní filosofie, může být bráno s rezervou, ale je pravdou, že v zájmu svých idejí lidé radikálně mění své zaběhnuté zvyky. Podněty pro tento druh změn je brán nejen z mýtů a historie, i když české obrození by tento druh ve větší míře potvrdovalo, ale právě i z jiných kultur a společností. Důvodů je mnoho a nejmarkantnější jsou učarování neznámem a jinakostí. Pokud jedinec je socializován v jedné společnosti, přejímá ji nekriticky celou včetně dobrých a špatných věcí. Při pohledu na jinou společnost

⁹ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, s. 151. 1969.

a kulturu člověk pohlíží očima své společnosti na něco nového, neznámého, protože právě pochopení, které je i členům jiné společnosti předáváno socializací je tak rozdílné, že je až nepochopitelné.

V tomto případě rozdělení opět na binární opozici „my“ a „oni“ můžeme definovat nikoliv jako pohled strachu a nepřátelství, respektive formulovanou obranu z nejasných záměrů druhé nepochopitelné strany, ale i jako inspiraci pro obohacení své vlastní kultury. Touha poznávat je pro lidský druh typická, a v případě, kdy se potlačí strach a obavy z neznámého může přijít část poznání a obohacení.

3.1.4. Obchodní kontakty

Obchodní cesty, a samotná Hedvábná stezka, byla důkazem překonání strachu za účelem profitu. U Hedvábné stezky spočíval primárně v rovinně obchodní, na kterou navazovaly dopady do roviny kulturní. Byla by velká chyba tyto dvě roviny striktně oddělovat, protože právě na obchodní rovině, tedy rovině konkrétního zájmu, byla postavena i kulturní rovina, která se sice nemohla vyvíjet vzhledem k silnému náboženskému povědomí hlouběji, však se jednalo o rovinu obohacení a sdílení zvyků, minimálně při obchodních jednáních. Obchodní jednání byla většinou prvním kontaktem společností a prvním střetem kultur, protože i přes vlastní zvyky se musely obě obchodní strany chovat správně ohleduplně a na základě respektu k jiným způsobům spolu vyjít, najít tedy mezikulturní konsensus.

Velkým vlivem asijské kultury byla iniciativa „hippie“ a zaměření na duchovní povahu světa. Možné vyjádření může být rozbor situace v tomto světle: *„Ještě jsme úplně nepochopili, že západní theosofie je diletantské, vpravdě barbarské napodobování Východu. S astrologií, která je denním chlebem Východu, právě zrovna začínáme. Výzkum sexuality, který pro nás vznikl ve Vídni a Anglii, má mocnější indické vzory. O filosofickém relativismu nás tam poučují tisícileté texty a souhrn čínské vědy spočívá výlučně na nekauzálním stanovisku, které my právě jen tušíme. A co se týče určitých komplikovaných nových objevů naší psychologie, nalézáme jejich zřejmý ve starých čínských textech, jak mně nedávno dokázal sám profesor Wilhelm.“*¹⁰ Napodobování, tedy přejímání něčeho od

¹⁰ JUNG, Carl G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 50. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

někoho jiného je vlastnost, kterou lidské bytosti umí a jejím prostřednictvím se učí. Napodobování vhodných příkladů napomáhá k rozvoji a inovaci, není nutné takřkajíc „znovu vynalézat kolo,“ lepší je ho napodobit, ale to je rovina materiální, nikoliv sociální. V ohledu napodobování jsou asijské kultury silnější než evropské právě v rovině kontinua doby a jednotného následování. Důležitým faktem je i nezastřešující organizace, kterou evropské duchovní dědictví má jasně danou a tou je církev. Napodobování může být i formou porozumění, pokud budeme uvažovat, že přijímání vzájemných jednotlivostí dokládá vyrovnanost kultur.

3.2. Materiální rovina

Současná společnost je postavená převážně na hodnotách materiálních, hmota je vyšší měřítko hodnoty než duchovno. Evropská společnost v současné době hodnotí úspěch jako otázku prezentace statků a duchovní stránka evropského kulturního dědictví je upozaděna, což vytváří dojem, že duchovní hodnoty nejsou tak důležité. Důvody nejsou zřejmé, ale jeden může být i uchopitelnost a měřitelnost hodnot, kde duchovní hodnoty jsou uchopitelné velmi těžce.

Uchopitelnost duchovních hodnot je náročná a vyžaduje investici zájmu, oproti tomu hmotná podoba je jednoduchá, kulturně přenositelná a má potenciál i jako vývozní položka. *„Přeceňujeme materiální příčiny a domníváme se, že jsme teprve teď našli správné vysvětlení, poněvadž si myslíme, že hmota je nám lépe známá než „metafyzický“ duch.“*¹¹ Přecenění je jedna z odpovědí na původ preference materiálních příčin. Přecenění může vycházet ze snahy o triviálnost, jednoduchou uchopitelnost, kterou „globální vesnice“ vyžaduje.

3.2.1. Význam přírodních věd

Dějiny jsou vnímány subjektivně a není možné se současnou perspektivou pojmout problematiku antiky či středověku. Na druhou stranu subjektivní vnímání, tedy informace v myšlení člověka, které se přenesly z tehdejší doby do současné a které interpretujeme, přináší pohled na tu dobu, jako dobu více duchovně založenou, na což měla velký vliv

¹¹ JUNG, Carl G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 14. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

církev, která v té době byla jednou z nejsilnějších. Následující ukázka dokládá jeden z pohledů: „*Podívejme se, jak odlišně vypadal svět středověkého člověka: Země byla středem světa, věčně stálá a nehybná, kolem ní obíhalo starostlivé slunce, dárce tepla. Všichni bílí lidé byli dětmi Boha, který o ně láskyplně pečoval a choval je pro věčnou blaženost, a všichni přesně věděli, co mají dělat a jak se mají chovat, aby z pozemské pomíjivosti dospěli k věčnému a radostnému bytí. O takové skutečnosti si už nemůžeme dát ani zdát. Přírodní vědy tento půvabný závoj dávno potrhaly. Ta doba je za námi jako dětství, kdy byl ještě vlastní otec nejkrásnějším a nejmocnějším člověkem na zemi. Všechny metafyzické jistoty středověkého světa nám zmizely a my jsme je vyměnili za ideál materiální jistoty, obecného blaha a humanity.*“¹² Tato ukázka přináší několik důležitých témat, která jsou základem analýzy současné situace. Jedním z témat je věda, respektive přírodní vědy.

Rozvoj přírodních věd, racionálního poznání na základě empirie, je základem pro materiální společnost, protože právě poznání přineslo nadbytek statků díky jednodušší výrobě, a tím z původně nezbytných statků se staly statky nadbytečné a nadbytek se stal dokazujícím projevem sociální úrovně. Vyváženost jedince je závislá na jeho úsudku a osobních hodnotách, dle kterých vybírá produkty pro jejich důležitost funkční a sociální. Přírodní vědy vytvořily prostor pro zjednodušení života, ale o jeho kvalitu se nemohou starat. Každý jedinec musí provozovat svou psychickou hygienu, která se pak zrcadlí v celkové společenské podobě. Evropa rozšiřovala své sociální změny do zbytku známého světa, v příloze číslo 3 jsou uvedeny bližší informace.

3.2.2. Ekonomické okolnosti

Ekonomický kontakt přinesl i otázky morální a lidské, které jsou nábožensky, ze strany Evropy křesťansky, ovlivněny. Posun morálních hodnot do jiných kultur je náročnou a citlivou záležitostí a přímé vynucování rozkládá společnost a žádnou nevytváří, protože není možné kompletně přijmout během krátké chvíle kompletní sadu hodnot. Příkladem střetu hodnotových světů může být vztah muže a ženy se zájmem o manželství. „*Kdysi, když chtěl indián ženu, musel si ji vždy koupit... nikdo nesměl mít ženu*

¹² JUNG, Carl G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 41. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

zadarmo.¹³ Ačkoliv se jedná o příklad z Ameriky, pro vnímání Východu to může být považováno za příklad, minimálně z důvodu prvotního považování Ameriky a jejích obyvatel za Indii.

Původ tržního systému a manufakturní výrobu můžeme směřovat do Evropy, respektive do Evropy a Severní Ameriky. Společnost je od průmyslové revoluce založená právě na hodnotách hospodářských a tyto hodnoty jsou nepřímo exportovány dále do lokalit, kde jsou stavěny továrny a šířeno zboží s původem z Evropy, nebo minimálně evropských značek. *„Existence tržního hospodářství vede k transformaci v rovině nadstavby. Místo aby se přechod od přírody ke kultuře vyjadřoval pomocí jednoduché opozice kategorií syrového a vařeného, vychází ze složitější ideologie, která povyšuje relevantní opozici do roviny zásad: zásady každý sám za sebe a zásady něco za něco.“*¹⁴ Změna binárních opozic je jedním z jevů změny myšlení na základě přeměny společnosti na ekonomickou a vytvoření Homo economicus. Zmíněna je i nadstavba, tady jev, kdy nad základní potřeby jsou stavěny konstrukty, které nemají přímý vliv, ale jejich prezentace je důležitá pro druhotné potřeby a společnost využívá těchto druhotných jevů jako nástrojů sociálního rozlišení uvnitř jí samé.

3.2.3. Celebrity

Individualita staví do středu jedince. Jedinec je tedy hlavním nástrojem posunu společnosti, protože společnost je vytvářena na součtu potřeb jedinců a na závisti. Jedinec hledá oporu ve skupině a vyžaduje vedení a vzory. Vzor je jedním ze základních nástrojů socializaci, matka a otec jsou svým způsobem pro nového jedince celebrity, které napodobuje, vzhlíží k nim a chce se jim co nejvíce podobat. Osoby, individua, které jsou považovány za celebrity, tedy za vzory, ke kterým se jejich následovatelé chtějí nejvíce přiblížit, vytvářejí společenskou úroveň, hodnoty a podobu společnosti. Společnost, která má celebrity a následuje je, je normální společností a nejedná se o žádnou recidivu.

¹³ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica****:Nahý člověk*. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 257. ISBN 978-80-257-0059-4.

¹⁴ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica****:Nahý člověk*. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 261. ISBN 978-80-257-0059-4.

Důležitým prvkem je, z jakého důvodu a pro jaké vlastnosti se individuuum stalo celebritou, na základě důvodu přichází hodnocení jejich přínosů pro společnost nikoliv v krátkém čase, ale dlouhodobě. „*Jak znám, za součást mocenské elity považoval Mills takzvané celebrity, tedy známé osobnosti především ze světa umění a sportu, které se domohly vlastním úsilím značných příjmů a mají schopnost výrazně ovlivňovat veřejné mínění. Také ony jsou produktem velkých formálních organizací – organizací mediálního průmyslu. Jejich skutečnou funkcí je vytvářet dojem, že všichni bohatí a mocní se svého postavení domohli jedině díky svému talentu a schopnostem. Díky celebritám mají široké vrstvy národa pocit, že právě konkurence může do elity vynést také je, tak jako vynesla tyto médii předváděné osobnosti. Z jejich předvádění plynou nemalé zisky podnikatelům v oblasti zábavního průmyslu. Přitom nezáleží ani tak na tom, v čem člověk právě vyniká. Pokud je někdo v něčem lepší než ostatní, pak jeho předvádění není ani tak oslavou jeho konkrétní osoby a kvalit jako spíše oslavou báječnosti elity jako takové. Jakmile kdokoli z nich chvíli oslavován být přestane, ztrácí zakrátko své povolání“ (Mills 1966: 103).¹⁵ Společnost je reflektována celebritami a jejich zaměřením. Na zaměření celebrit je patrné k čemu se daná společnost hlásí. Globalizace přinesla i silné celosvětové celebrity, které jsou z velké části ze zábavního průmyslu, ale mohou mít i přesah morální, například matka Tereza či princezna Diana.*

3.2.4. Obchodní značky

V současné době jsou celebrity obchodními značkami, které jsou vyváženy na další prodej. Pro prodej obchodních značek, tedy zboží s těmito značkami, je nutné, aby ekonomiky, respektive společnosti, přijaly zboží obchodní značky reprezentované celebritou za vlastní. To znamená, že pro úspěch celebrity je nutné, aby společnost přijala stejné hodnoty, na kterých celebrita vznikla, a které prezentuje. Tím je ovlivněn export kultury do jiných zemí, protože právě rozšíření uznávání hodnot v celebritách přináší úspěch jejich obchodních značek. „*Značka měla původně symbolizovat kvalitu, ale dnes je dokladem společenské úrovně svého nositele.*“¹⁶ Původ značky je známý, ale její symbolika nikoliv. Značky se staly prezentací sociální vrstvy, což není nic neobvyklého, tato potřeba se vyvinula ze vzácných kovů a kožešin náčelníků, popřípadě skarifikace či

¹⁵ KELLER, Jan. *Tři sociální světy*. 1. vydání. Praha: SLON, 2010. s. 66. ISBN 978-80-7419-031-5.

¹⁶ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s. 23. ISBN 80-7803-671-8.

tetováních. Původně je značka podpisem výrobce, tedy pečeti kvality, protože žádný výrobce nebude svou pověst záměrně ničit. Při dobrých referencích značka přerůstá úroveň kvality a stává se módní záležitostí, což přináší i status vzoru. Samotná hospodaření značek je hlouběji rozebráno v příloze číslo 4 a vstup nových značek, podnikatelských subjektů, na nové trhy, je uveden v příloze číslo 5.

Využití zboží a spotřebitelské chování je prezentováno přímo v zábavním průmyslu. Filmy a seriály vytváří dojem normálního chování, které bez znalosti běžného života v dané společnosti může být přijímáno jako standardní. Při vyhledávání vzorů a sbližování s nimi právě tento druh prezentace může vyústit ve vytvoření vzorů, které jsou teoreticky založeny na dané společnosti, ale v reálu s ní vůbec nesouvisí. „*Verbální či vizuální odkazy na seriály, filmové postavy, reklamní slogany či firemní loga se staly tím nejúčinnějším nástrojem komunikace překonávajícím hranice kultur – obecně a okamžitě srozumitelnými narážkami.*“¹⁷ Znalost značek, symbolů a sloganů vytváří vizi společnosti založené na nástrojích komunikace, nikoliv na jejích hodnotách. Pokud nejsou „filmové postavy, reklamní slogany či firemní loga“ součástí hodnot společnosti, nemají hlubší význam. Pokud ano, kultura reflektuje materiální stránku jako duchovní a tou se i prezentuje, mění se ve významu vztahů lidí na vztahy lidí a předmětů.

¹⁷ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s.177. ISBN 80-7803-671-8.

3.3. Duchovní rovina

3.3.1. Konfucius

Víra je pro Západ i Východ naprosto rozdílná. Evropa je založena na křesťanské duchovní tradici, která je v současné době nejsilněji reprezentována katolickou církví a papežem. Ačkoliv se síla víry v Evropě snižuje, na jiných kontinentech se zvyšuje. Pohled na víru je zásadní pro životní styl lidí a jejich morální hodnoty. Například Turecko je založeno na sekularizovaném státě, ve kterém má víra v islám velkou váhu a hodnoty islámu jsou silně zastoupeny v celé společnosti. Čína má svůj postoj jiný, vychází z mnoha nesourodých učení, a dokonce v tomto případě slovo víra není ani vhodné. Nyní je Čína, respektive Čínská lidová republika, prezentována jako komunistická země. Nejsilnější učení, nejedná se o náboženství, ačkoliv je ve všeobecném laickém pohledu někdy i tak nahlíženo, je učení Konfucia. Bližší seznámení s Konfuciem a jeho významem pro současnou Čínu je uvedeno v příloze číslo 6.

3.3.2. Morální hodnoty

Morálka je jedním z hlavních aspektů chování a mravní postoj odráží společnost, ale poměřovat morálky různých společností je nemožné, protože každá vychází z jiných pramenů, ačkoliv záměr je stejný, bezproblémový způsob života. „*Mravní postoj je reálný faktor, s nímž musí psycholog počítat, nemá-li se dopustit nejtěžších omylů. Totéž platí o faktu, že určitá náboženská přesvědčení, která se nedají zdůvodnit racionálně, jsou pro mnohé lidi životní nutností. Jsou to opět duševní reality, které mohou nemoc způsobit i vyléčit.*“¹⁸ V evropském pojetí je víra spojena s náboženstvím a tento vzkaz šíří dále. Tento pohled je i jedním ze základů Západního nepochopení jiných kultur s vírou neetablovanou v náboženství. Opačný pohled je ale velmi podobný, nepochopení v rámci víry a prvek vytváření struktury je pro vyznavače neetablované víry nepřirozený.

Moderní doba přinesla novou víru a tou je věda. Racionalita reflektovaná právě silným pohledem pozitivismu částečně upozadila náboženství, ale vytváří průmyslovou

¹⁸ JUNG, Carl G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s.26. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

společnost založenou na materiálních hodnotách, viz příloha číslo 3. I ve vědě, a nejedná se pouze o přírodní vědy, je mnoho směrů, myšlenkových skupin a hnutí, která se snaží svou myšlenku prosadit na úkor ostatních v zájmu pravdy. „*Všechna tato hnutí dávají vědecký nátěr, není jen groteska nebo nějaké zastírání, jak už jsem naznačil, je to naopak pozitivní znamení, že tato hnutí tím míní vědu, to znamená poznání, a to v přesném protikladu k podstatě západních forem náboženství, totiž k víře. Moderní vědomí rozhodně odmítá víru, a proto i náboženství spočívající na víře. Uznává je jen potud, pokud je jejich poznatelný obsah zdánlivě v souladu se zažitými jevy duševního pozadí. Chce vědět, to znamená, chce mít prapůvodní zkušenost.*“¹⁹ Obsah, neboli vědecké zaměření, je možné chápat velmi široce. Vědy se zaměřující na jeden objekt, zkoumají ho dle svých přístupů a zásad. Ze zkoumání vědeckou prací na různých základech vytváří různé výsledky a závěry. I přes jednotu stejného objektu jeho rozbor je jiný. Tento jev je citelný i v moderní společnosti, která je založena na tradicích vědy. Tradice vědy je nyní šířena jako kdysi křesťanství, ale různými přístupy je původně vyzkoumané dogma často bouráno.

3.3.3. Mýty

Expanze moderní Západní vědy v globálním rozsahu je také prezentací celého Západu. Víra ve vědu a její projevy v moderních přístrojích a kvalitnějším životě je přijímána pozitivně, ale její duchovní přesah a ve svém slova smyslu náboženský přesah zde není. Naopak, vytváří mýtus o Západu jako prostoru s duchovní tradicí a vědeckou současností. „*Mýtus je vytváření myšlenkových modelů, jejichž prostřednictvím skupina lidí formuluje sebepoznání a seberealizace, získává o sobě znalosti a sebedůvěru, vysvětluje příčiny svého bytí, povahu svého okolí a někdy se pokouší i narysovat i svůj budoucí osud.*“²⁰ Mýtus je forma vysvětlení. Náboženské mýty jsou základnou pro náboženské učení a víru jako takovou. Mýty nemusí být pouze ve vztahu k náboženství, respektive k víře. Mýtus je vysvětlení i okolí, tedy něčeho, co známe, ale nechápeme. Právě mýty využíváme při pohledu na jiné světy, ale i na sousedy. Mýtus je nadnesený

¹⁹ JUNG, Carl G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 43. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

²⁰ PUHVEL, J. *Srovnávací mytologie*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1997. s. 12. ISBN 80-7106-177-8.

pojmem i pro domněnky a úzce souvisí se stereotypy. Časové ohraničení mýtu jako takového není, musel vzniknout z potřeby nevěděni a to je vysvětlující reakce.

Dějiny přinesly do současnosti mnoho mýtů, kdy již není zjevný původní kontext. Ze stereotypu mohla vzniknout taky určitá forma mýtu při nabalování dalších vysvětlení a výjimek. Jasně je, že původ mýtu není v korelaci s jeho současnou silou a váhou ve společnosti. „*Mýtus vznikl v neurčené minulosti, snaží se mít vliv na současnost i budoucnost. Mýty, ze kterých se vytratil život – historické dokumenty, mýtus se často přetransformoval v hrdinský příběh.*“²¹ Mýtus se vyvíjí, často se dá pozorovat jeho postup k extrémní pozici, ať pozitivní či negativní. Transformace mýtu je reakce na posun těžiště mýtu, a zároveň na snahu o větší důvěryhodnost. Právě důvěryhodnost je klíčový prvek a při extrémním pojetí mnohem větší, protože se více vymezuje vůči normálnosti, „*jež v mýtech staví do protikladu mládí a stáří, plodnost a neplodnost, krátkou a pomalou periodičnost, zvrtné a nezvrtné procesy a život a smrt, chápeme, z jakého schématu vzniká. Navzdory své jednoduchosti nebo právě díky ní má toto schéma jak logickou strukturu, tak sémantickou účinnost, Vrací nás ke čtyřstrannému vzorci, kde je těhotná žena protikladem indisponované matky, tak jako jsou protikladné babička, která nemůže omládnout, i když je prostopášná, a sestra, která v neodvolatelném stáří hledá prostředek, jak si uchovat panenství. Nakonec lze opozici plodného a neplodného mládí i s ní symetrickou opozici zvrtného a nezvrtného stáří vyjádřit formou, s níž se neseťkáváme poprvé.*“²² Eskalace mýtu přináší i změnu chování, protože mýtus je možné brát jako jistotu, minimálně v určité části společnosti. „*Mezi takzvanými neurotickými pacienty našich dní existuje nemálo těch, kteří by v dřívějších dobách nebyli neurotičtí, tj. rozdvojení sami v sobě. Kdyby žili v době nebo v prostředí, kde ještě mýtus spojoval člověka se světem předků, a tím s přírodou prožitou, a nikoli viděnou pouze zvnějška, byli by ušetřeni onoho rozdvojení. Jde o lidi, kteří neunesou ztrátu mýtu a nenajdou ani cestu ke světu jen vnějšimu, tj. ke světu přírodovědy, ani se nemohou nasytit v intelektuální hře*

²¹ PUHVEL, J. *Srovnávací mytologie*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1997. s. 12-13. ISBN 80-7106-177-8.

²² LÉVI-STRAUSS, C. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 252. ISBN 978-80-257-0059-4.

fantazie se slovy, jež nemá ani v nejmenším co činit s moudrostí.“²³ Deziluze mýtu, a to nejen náboženského, ale i kulturního či vědeckého, je ztrátou víry v jakémkoliv smyslu. Po zrušení nebo výrazné transformaci mýtu je pro člověka náročné uvěřit v jiný, respektive si vytvořit jiný, pokud na původní mýtus přímo nenavazuje.

Mýtus se mění i s ohledem na křesťanské tradice, mimo jiné „mýtus se konečně musí vážně vyrovnat s monoteismem a zbavit se svého (oficiálně popíraného) dualismu, který až dosud nechával vedle všemohoucího dobra existovat věčného temného d'ábla.“²⁴ Právě transformace a vyrovnání s konkrétní změnou je důležitá. Původní souboj mytické doby s křesťanským mýtem se nyní přeměnil do boje křesťanského mýtu s mýtem moderní doby, vědy a globalizace, a paradoxně křesťanský mýtus bojuje velmi podobně o své místo ve společnosti jako tehdy doba mýtů před křesťanstvím. Některé mýty, převážně vysvětlující chod světa, jsou po celém světě podobné, jejich bližší rozbor je v příloze číslo 7.

Mýty, ač prapůvodně pravděpodobně spojené, by neměly dlouhodobého trvání bez formy a použitelnosti v reálném životě, protože byly prapůvodně nástrojem pro přežití ve smyslu psychické pohody, protože bez ní a bez jistoty, kterou dávaly, by nebylo možné dále rozvíjet řemeslnou výrobu až do průmyslu.,*Tvrdíme, že každý mýtus vyjadřuje konkrétní diskurs, už jen tím, že existuje. Prvky, které využívá, samy o sobě nemají význam, smysluplnými se stávají až v kombinaci, v níž jim je dáno vystupovat, a tuto funkci si uchovávají pouze ve vztahu k těmto kombinacím. Proto může být mýtus homogenní z hlediska sémantického, i když součásti, z nichž se skládá, lze najít jinde samostatně. Jejich spojení do mytického diskursu vylučuje jakoukoli nahodilost, i když nemusí být nevyhnutelné.*“²⁵ Význam mýtu je tedy v jeho pochopení, bez pochopení by neměl funkci, a definování. Mýtus bez ukotvení v sémantice společnosti je bezprizorní a nevyhnutelně zanikne. Při významu mýtu dochází i k jeho výkladu a opozicím.

²³ JUNG, Carl G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 227. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

²⁴ JUNG, Carl G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 289. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

²⁵ LÉVI-STRAUSS, C. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 240. ISBN 978-80-257-0059-4.

Mýty jsou uváděny v protikladech z důvodu snazšího pochopení, nastavené na základním principu myšlení, tedy na vymezení něčeho vůči něčemu. Chápání mýtu je tedy v rovinně psychologické, i když se celkově jedná o sociologický fenomén. „*Problém vzniku mýtu tedy splývá s problémem samotného myšlení, jež nevychází ze základního zakoušení já a druhého, nýbrž druhého chápaného jako protiklad. Bez této podstatné vlastnosti – vlastně jediné, která je absolutně dána – by nebylo možné žádné uvědomění zakládající já. Protože by bytí nebylo uchopitelné jako vztah, rovnalo by se nicotě. Podmínky pro vznik mýtu jsou tudíž stejné jako podmínky pro vznik jakéhokoli myšlení, protože to může být pouze myšlením nějakého objektu a objekt, jakkoli prostě a střízlivě může být pojímán, je objektem jen proto, že zakládá subjekt jakožto subjekt a samo vědomí jakožto vědomí vztahu.*“²⁶ Mýty lze rozdělit podobně jako zmíněné myšlení na volné a dogmatické, tedy neměnné. O volných mýtech je možné přemýšlet a dále s nimi pracovat, což u dogmatických možné není. Chápání protikladů je jedním z forem vymezení i ve vztahu Východu a Západu. Vždy je pohled Východu směřován z myšlení Východu, a to je nutné při zkoumání mýtů o Západu a Východu vnímat.

Myšlení je ovlivňována ve společnosti řadou faktorů a tedy i myšlení vůči volným mýtům je kreativní a mýty silně ovlivňuje. Mýty o Západu jsou volné, tudíž měněné na základě dalších vnitřních i vnějších podnětů. Jedinci ze své zkušenosti a jejího sdílení vytváří mýty pro členy společnosti, kteří neznají objekt mýtu z vlastní zkušenosti. „*Individuální díla jsou všechna potenciálními mýty, ale jejich „mytičnost“ se může uskutečnit jen jejich přijetím do kolektivního modu.*“²⁷ Přeměna individuálních mýtů je patrna převážně v počátcích při navazování kontaktu. Právě při objevování jsou vytvářeny individuální mýty na základě touhy o výlučnost a využití celého potenciálu neznalosti. V tomto nastíněném ohledu je možné najít více verzí mýtu, jednu verzi pro znalé členy, kteří mýtus živí a vytvořili, a druhou verzi pro spotřebitele mýtu, pro které je mýtus jednou z forem neverifikovaného poznání „*Každá verze mýtu tedy prozrazuje vliv dvojího determinismu: jeden jí spojuje s posloupností starších verzí nebo s množinou cizích verzí,*

²⁶ LÉVI-STRAUSS, C. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 559-560. ISBN 978-80-257-0059-4.

²⁷ LÉVI-STRAUSS, C. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 583. ISBN 978-80-257-0059-4.

druhý působí jaksi příčně, tlakem pocházejícím od infrastruktury, který vyžaduje změnu toho či onoho prvku, z čehož plyne, že systém se přeskupí, aby své odlišnosti přizpůsobil potřebám vnějšího rázu.“²⁸ Práce s mýtem je důležitou činností právě v zájmu ukázání reality jako takové lidem jiné společnosti, kteří ji neznají a chovají se v zásadách svého přesvědčení skrze mýtus, nikoliv skrze skutečnost a zkušenost.

Bourání mýtů je základem pro otevření dialogu mezi společnostmi, protože dialog postavený na mýtech nemá adekvátní základy a nemůže být základem pro interakci společností. Pochopení omezení chápání mýtu je začátkem chápání prvotní zprávy, který měl mýtus předávat. „Je třeba se s tím smířit: mýty neříkají nic o tom, co by nás poučilo o řádu světa, o postatě reality, o původu člověka nebo jeho osudu. Nemůžeme od nich očekávat žádnou metafyzickou laskavost; nepřijdou na pomoc vyčerpaným ideologiím. Zato nás mýty naučí mnohému o společnostech, od nichž pocházejí, pomáhají vysvětlit vnitřní síly, jež jimi hýbou, osvětlí důvod existence různých náboženských názorů, obyčejů a institucí, jejichž sladění vypadalo na první pohled nepochopitelně; konečně a díky mýtům lze odhalit určité způsoby lidské mysli tak konstantní v průběhu věků a tak všeobecně rozšířené na obrovských rozlohách, že je můžeme považovat za základní a snažit se je najít i v jiných společnostech a jiných oblastech duševního života, v nichž jsme netušili, že by mohly působit, a jejichž podstatu tak vysvětlí.“²⁹ Interpretace mýtů je záležitostí společnosti, ve které mýty vznikly, při interpretování externisty dochází k nepochopení celku jako takového, protože hodnoty založené právě na výkladu mýtů jsou různé a často nekorespondují s hodnotami extrenalistů, kteří mýty zkoumají.

Dějinné souvislosti a kolektivní vědomí, které je neuchopitelné neznalými, vytváří současný vzhled mýtu a jeho význam „každý mýtus je už svou podstatou převodem, má původ v jiném mýtu pocházejícím od populace sousední, ale cizí, nebo ve starším mýtu téže populace nebo i v současném mýtu, náležícím však jiné společenské skupině – klanu, rodu, rodině, bratrstvu, a tu chce posluchač odlišit tím, že si mýtus překládá po svém do své osobní nebo kmenové řeči, někdy aby si ho přivlastnil, jindy aby ho vyvrátil, vždy tedy

²⁸ LÉVI-STRAUSS, C. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 586. ISBN 978-80-257-0059-4.

²⁹ LÉVI-STRAUSS, C. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 596. ISBN 978-80-257-0059-4.

tak, že ho deformuje.³⁰ Jazyk mýtu je dalším významným atributem, protože pochopení objektů mýtu je založeno na jazykovém uchopení. V souvztažnosti s problematikou Východu a Západu se vyskytuje sice nyní společný dorozumívací jazyk, angličtina ve většině případů, ale chápání u jednotlivců probíhá stále v jejich mateřském jazyce. Proto mýtus o jiných kulturách založených i na jiných jazycích může být velmi zkreslený.

Nebezpečí z jazykového východiska v chápání je patrné v dalším vývoji vztahů mezi Západem a Východem, protože je možnost v setrvačnosti mýtů a neotevřenost k jejich revizi a změně. „*V každé společnosti rád mýtu vylučuje dialog: o svých mýtech skupina nediskutuje, nýbrž je transformuje v přesvědčení, že je opakuje. Postupně od jednoho vypravěče k druhému se zvuk a smysl, spojené v mytickém diskursu, společně pomalu posouvají, místo aby v aktu komunikace docházelo k jejich výměně nebo sjednocení jako v hudbě.*“³¹ Komunikace mezi společnostmi je jediná vazba, která může i velmi odlišné společnosti založené na rozdílné kultuře spojit. Umění je jedním z nástrojů, které mohou pootevřít možnost revize mýtu, protože právě umění je založeno na estetice, tedy kráse, kterou se člověk rád obklopuje z vlastní přirozenosti. Umění je založeno na detailech, a to může být i jedna z možných paralel s mýtem „*když mýtus zdánlivě zbytečně zdůrazňuje nějaký bezvýznamný detail a bez zjevného důvodu u něj setrvává, ve skutečnosti se snaží říci opak toho, co na toto téma říká nějaký jiný mýtus: žádný mýtus není stejný.*“³² Jedinečnost je spojená, jak pro umění, tak pro mýty, respektive pro víru v něco.

Spojitost různých mýtů je možná, ale individualita mýtu je založena na vlastním životě mýtu, tedy na společnosti a jejím využití mýtu samotného. Život mýtu je svým způsobem náboženská aktivita a „*náboženské aktivity se sestávají z toho, že se scházejí velké skupiny lidí, které provozují opakující se a prodloužené submisivní projevy, aby si*

³⁰ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 601. ISBN 978-80-257-0059-4.

³¹ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 611. ISBN 978-80-257-0059-4.

³² LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 647. ISBN 978-80-257-0059-4.

*usmířily dominantního jednice.*³³ I zde individuum přenášející individuální mýtus je silné, protože právě hlasitá menšina, celebrity nebo jinak dominantní jedinci, je silou, která rozhoduje o životě mýtu a jeho aplikaci na společnost.

Pohled Východu na Západ je prováděn skrze mýty Východní společnosti, která mytický uchopuje Západ a přidává mu vlastní pečeť a podobu. Mýty o Západu jsou právě založeny na komunikaci mezi Východem a Západem, respektive na nekomunikaci ve věcech mýtů. Hmotná stránka je prezentována velmi vhodně, protože se jedná o snáze uchopitelnou část kultury, jak bylo popsáno výše, ale právě neuchopitelnost mýtu zavazuje mnohem více s ohledem na globální dění a silnou potřebu globálního porozumění.

Vytváření dalších mýtů na místo všeobecné zkušenosti je cestou slepé víry. Proto současné marketingové pojetí je na základě definice mýtu v jeho pojetí jako „*system komunikace, sdělení, nikoli pojem či idea. Je to určitý modus signifikance, určitá forma. Nedefinuje se předmětem svého sdělení, ale tím, jakým způsobem toto sdělení vyslovuje* (Barthes, 2004, s. 107).“³⁴ Neznalost je jednou z premis, protože znalost všeho je nemožná, proto budou nové mýty vznikat i mezi Západem a Východem velmi silně. Důvodů je celá řada od jazykového porozumění přes vzdálenost a rozlohu až k myšlení jako takovému. „*Předpokladem vzniku nových mýtů je skutečnost, že instituce moderního světa (kultura, média, politika, reklama) staré mýty reprodukuje a nové jsou schopny podle potřeby neustále vytvářet.*“³⁵ Vzniká koloběh mýtů a pochopení mýtu jako nástroje pro porozumění je důležitým komunikačním mechanismem.

³³ MORRIS, D. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 146.

³⁴ KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnných komunikačních médií*. Praha: Karolinum, 2008. s. 59. ISBN 978-80-246-1578-3.

³⁵ KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnných komunikačních médií*. Praha: Karolinum, 2008. s. 59. ISBN 978-80-246-1578-3.

3.4. Lidé/ společnost

Individualita a společnost jsou dvě pojmenování, která úzce souvisí s životem v moderní společnosti. Dříve společensky myslící prostor Západu byl silně ovlivněn touhou po individualitě a odklonu od masového života, což se v důsledku obrátilo k masovému chování individuí. Z toho vyplývá posun pojmu, nikoliv obsahu. „*Posun do oblasti pojmového bere zkušenosti substanci a propůjčuje ji pouhému jménu, které je nyní dosazeno na místo skutečnosti.*“³⁶ Změna pojmenování je právě to, s čím mysl pracuje. Myslíme ve slovech jazyka a při správné práci s myšlením a slovy může společnosti přijmout prvek, který, ač by byl umělý, nebude vnímán jako cizí, ale bude přijat bez ohledu na jeho externí či interní původ. Důvodem je pohled společnosti a její potřeby. „*V poslední době podle nich dominuje kulturní nad ekonomickým, ekonomické nad instrumentálním a spotřeba nad výrobou. Sociální příslušnost přestává určovat, jaké vzdělání si kdo pořídí, koho pojme za manžela, kterou politickou stranu bude volit. Jednotlivci volně těkají mezi různými prostředními, vybírají si z každého to, co je právě zaujme, aby to po krátkém čase nahradili zase něčím jiným, zajímavějším a esteticky přitažlivějším (týká se i manželů/manželek).*“³⁷ Jednotlivci nejsou určováni dle svého okolí, ale právě dle své prezentace, a to odráží jejich oblečení a vzorce chování, které již nejsou dány převážně v rodině, ale v chápání vlastního zařazení, nebo předstíráním zařazení.

Jedinec je aktivní entitou, která vytváří svůj obraz a snahu začlenit se do sociální vrstvy definované na základě vlastnictví a sdílení hodnot. „*Ideologie individualismu a osobního výkonu, pod jejíž maskou se skrývají, je v příkrém protikladu k naprostému kolektivismu, který provozují. Ani ve školním soutěžení, ani ve sňatkovém chování pro ně svobodná konkurence neplatí. Jejich elitní školy a rodinné rallyes neumožňují volnou soutěž, jíž se může zúčastnit kdokoli, cílevědomě praktikují sociální ostrakismus.*“³⁸ Sřet individualistické společnosti s kolektivismem na jakékoliv úrovni je vnímán jako

³⁶ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 227. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

³⁷ KELLER, Jan. *Tři sociální světy*. 1. vydání. Praha: SLON, 2010. s. 157. 216 s. ISBN 978-80-7419-031-5.

³⁸ KELLER, Jan. *Tři sociální světy*. 1. vydání. Praha: SLON, 2010. s. 77. 216 s. ISBN 978-80-7419-031-5.

individuální boj, který není možné vyhrát. Kolektivní vědomí je dané pod individuální vnímání, takže ryzi individualita jej nemůže vidět i přes to, že ho silně ovlivňuje.

Ekonomický faktor při sociální stratifikaci je důležitý v kolektivním i individualistickém pojetí. Právě ekonomický faktor, totiž může doložit postavení člověka nejmarkantněji bez bližšího poznání a ohromení v jakémkoliv směru, je jednou z důležitých sociálních činností. Chápání ekonomické úrovně je ale založeno na kulturních hodnotách, protože bez kulturního chápání není možné zařadit materiální vjemy.

Nestálost je jedním z atributů moderní doby. Nestálost je zapříčiněna tĕkavostí, kterou způsobují nové podněty a nestabilní kulturní prostředí. Do nynějšího prostředí je možno etablovat velmi rychle nové podněty, ať z výzkumu či z jiných společností, což posouvá společnost dál, ale směr jako takový není možné dopředu hodnotit, to je možné až na základě empirie, tedy zpětně. Nové vjemy, které ovlivňují a přeměňují společnost, jsou i vjemy na přirození chování lidí, tedy i sexualitu. Rozbor sexuality je uveden v příloze číslo 8.

3.4.1. Konvence

Sexualita spadá do lidského chování a je jednou z oblastí, která je ovlivněna konvencemi. Konvence dle encyklopedie Diderot jsou „*ustálený soubor obecně přijatých pravidel a vzorců společenského chování*“, ³⁹ právě tento soubor ovlivňuje člověka od jeho prvního kontaktu se společností ve smyslu „*společenských mravů*“ ⁴⁰ Důležitost konvencí je ve dvou základních rovinách.

První rovinou je jejich dodržování pro hladký život společnosti a druhou rovinou je právě jejich porušování, což vede v určitém smyslu i k jejich potvrzování a zdůraznění mezi. „*Velikost historických osobností nikdy nespočívala v jejich absolutním podrobení konvencí, ale tkvěla naopak v jejich osvobození od konvence a ve spásné svobodě.*“ ⁴¹ Silné

³⁹ Konvence. In: *Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích. Díl 2 g-l*. 1. vyd. Praha: Nakladatelský dům OP, 1997, s. 462. ISBN 80-85841-33-9.

⁴⁰ Konvence. In: *Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích. Díl 2 g-l*. 1. vyd. Praha: Nakladatelský dům OP, 1997, s. 462. ISBN 80-85841-33-9.

⁴¹ JUNG, Carl. G. *Duše moderního člověka*. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 60. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

postoje a rozhodnutí jsou příklady, ke kterým konvečně chovající se většina společnosti vzhlíží, a svým způsobem vytváří celebrity.

Konvence, podobně jako mýty, jsou důležité při vztahu společnosti a dvě různé společnosti mají různé konvence založené na zájmu přežít a vytvořit hladký průběh fungování života ve společnosti. *„Konvence jsou totiž samy o sobě bezduché mechanismy, které už nikdy nejsou s to postihnout víc než rutinu života. Tvořivý život je však vždycky mimo konvenci. Proto se stává, že převládne-li pouhá rutina života ve formě tradičních konvencí, musí následovat ničivý výbuch tvůrčích sil.“*⁴² Konvence pomáhají běžnému životu, ale pro vytvoření nového a posunu společnosti je nutné na ně upozornit a překročit je. Samotný vývoj konvencí je velmi postupný a založený na potřebě změn zapříčiněných novými okolnostmi. Setkávání nových kultur je jednou z těchto okolností, protože vyvolává potřebu po vytvoření nových pravidel chování společnosti.

Konvence svazují život společnosti v pozitivním i negativním smyslu, vymezení vůči konvencím bylo charakterizováno v citaci, ale opačný přístup je, kdy konvence zarovnají rozdíly a jsou slupkou, která nedovoluje jiný pohled než obecně přijatý. Příkladem může být příběh: *„sám si vzpomínám na chlapce, který se ve škole vyznačoval značnou hloupostí, ale v hospodářství svých rodičů si počínal velmi zdatně.“*⁴³ Právě svázání konvencemi nedovolí jiný pohled, který by odkryl pravý původ a potenciál. V případě, že toho společnost není schopna sama vůči sobě, vnitřně, je nebezpečí, že při styku s jinou konvencí jiné společnosti ji bude posuzovat z pohledu své vlastní a neotevře se možné interpretaci, protože právě vzájemné otevření a revidování konvencí při setkání jiných společností obohacuje a přispívá k lepšímu dialogu.

3.4.2. Identita

Dilema nedotknutelnosti konvencí je možné také postavit do roviny individuální. *„Je to boj dovnitř i navenek, srovnatelný se zápasem dětského věku o existenci já. Boj v dětském věku před námi sice většinou probíhá v temnotě, ale když vidíme, s jakou*

⁴² JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 62. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁴³ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 75. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

*tvrdostí se dětské iluze, předsudky a egoistické návyky udržují ještě později, můžeme posoudit, jaká síla byla vynaložena k tomu, aby byly vytvořeny.*⁴⁴ Konvence jsou přijímány socializací, jsou důležité pro získání kolektivní identity. Získání identity v rodině určuje člověka dále do budoucna. Na základě přijetí odkazu předchozích generací vytváří svou vlastní identitu a své vlastní pravidla chování, které jsou pod vlivem konvencí z minulých generací. „Prodloužené dětství vedlo k vybudování silného vztahu s rodiči. Po opuštění hnízda zaznamenává prázdné místo.“⁴⁵ Čím déle je jedinec ovlivňován předchozími generacemi, tím víc může být silněji utvrzen v zažitých konvencích, pokud se právě tomuto tlaku nepostaví a nezačne rebelovat.

Kolektivní identita přináší spolu i mýty, předsudky a návyky, které jsou historicky utvořeny. Zkušenost předků se předává tímto přijatým souborem pravidel. S ohledem na cizí společnosti jsou konvence většinou opatrné a uzavírají možnost dalšího poznání. Tento fakt je základem pro přežití a vypořádání se s obavou z neznáma, jedná se o ochranu vlastního způsobu života před cizím a neznámým, protože tyto vzorce společenského chování jsou léty prověřeny. „*Kdybychom mohli přímo pozorovat a registrovat myšlenky mladého člověka, který má čas a klid na snění, mohli bychom asi – vedle několika vzpomínkových obrazů – zjistit hlavně fantazie, které se zabývají budoucností. Vskutku největší část fantazií se skládá z anticipací.*“⁴⁶ Pravidla jsou předváděna navenek, vnitřní myšlení může být, ale nemusí, s nimi spojeno.

3.4.3. Individualita - celebrity

Nový pohled na jinou společnost je indiciálně velmi obtížné změnit i s důvodem vymezení vůči někomu pro potvrzení své vlastní identity. Individuální sílu pro změnu pohledu, zde může zastoupit instituce celebrity, jako individuum s vlastnostmi majícími vliv na společnost. „*Hodnota a význam jedince rapidně klesají a jedinec stále více ztrácí vyhlídky na to, že mu bude dopřáno sluchu. Tento proces zhoršování bude dlouhý a*

⁴⁴ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 99. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁴⁵ MORRIS, D. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 45.

⁴⁶ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 112. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

bolestný, ale obávám se, že je nevyhnutelný. Ještě dlouho se to však bude jevit jako jediný způsob, jak může být žalostná neuvědomělost člověka, jeho infantilita a individuální slabost nahrazena člověkem budoucnosti, který ví, že je sám strůjcem svého osudu a že stát je jeho sluha, nikoli jeho pán. Tohoto stupně ovšem člověk dosáhne jen tehdy, až pochopí, že se svým neuvědoměním připravil o základní lidská práva.“⁴⁷ Ve skutečnosti pouze celebrity, v jakémkoli pojetí, jsou slyšitelné a společnosti je používají za vzory.

Díky novým trendům se změnil způsob ovlivňování společnosti z širokopásmového na jedince na pravý opak, jedinec ovlivňuje široké pásmo posluchačů, příkladem mohou být sociální média. Celebrity jsou jedním z možností pro změnu konvencí, ale tím je kladen velký důraz na zodpovědnost a morální důležitost na využití jejich vlivu. Pokud *„nerozlišujeme, zda výpověď skutečně vychází od ojedinělého subjektu a její příčinnou jsou výlučně osobní motivy, nebo zda se vyskytuje obecně a pochází z kolektivně existujícího dynamického „vzorce“ („pattern“),“⁴⁸* je velké riziko zneužití a manipulací se společností na základě osobních zájmů. Na druhou stranu pomoc celebrit s globálním vlivem pro spojení a lepší pochopení kultur je možná a využívá se převážně v ekonomické rovině.

Jedinečnost celebrit v mezinárodní sféře je dána silnou prezentací a vyvolání zájmu lidí. Při tvrzení, že *„společnost vzkvétá jen tam, kde je každý jedinec pamětliv své svéráznosti a neidentifikuje se s ostatními,“⁴⁹* je prostor pro vytvoření mostů mezi Východem a Západem právě na rovině osobní, která má potenciál přerůst do roviny společenské.

3.4.4. Partnerství muže a ženy

Jedinec platný ve společnosti zajišťuje pokračování jejich duchovních hodnot i prostřednictvím svých potomků, pro což musí najít partnera, který splňuje jeho hodnoty a

⁴⁷ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 195. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁴⁸ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 301. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁴⁹ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 304. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

funguje na stejných konvencích. „U většiny druhů formujících páry se rodina rozpadá a rozchází, když mladí vyrostou. V důsledku jeho kooperativního sociálního chování si nahá opice nemůže dovolit být takto roztroušená.“⁵⁰ Společnost založená na kultuře se nemůže zaměřit pouze na potomky, ale i na přesah a vytvoření silné vazby mezi partnery, a to je jeden z důsledků konvence.

Partnerské chování a pohled muže na ženu a ženy na muže je rozdílný a při porovnávání různých společností velmi odlišný, ale právě konvence jsou základem těchto přístupů a jsou nutné pro chápání reality ve společnosti. Při výběru partnera jedinci vychází ze zažitých představ o kráse a estetice, které jsou společensky dány. Právě tyto představy se společnost od společnosti liší a následující příklad je jen ukázkou možného pohledu. „Pohledem na krásu od indiánů z Jižní Ameriky: Jestliže však na rozdíl od těchto zlovolných sester ženy obecně jsou spřízněny s temnotou, plyne z toho, že bledost, bez ohledu na to, jak může být půvabná, představuje atribut odporující jejich pravé podstatě: převezmeme rozlišení, které jsme už jednou použili v jiném kontextu, a řekneme, že ženy s tmavou pletí jsou harmonické, zatímco ženy s pletí světlou disharmonické.“⁵¹ Relativnost pohledů a atraktivnost je jedním z aspektů rozdílů společností, které jsou nepřenositelné. Proto je nutné se zaměřit na chápání relativních hodnot širěji a s pochopením bez hodnocení. Jiné přístupy k životu založené na společenských pravidlech jsou spojeny i s jiným chováním a využíváním jiných prostředků, proto například „použití moči jako vlasové nebo pleťové vody je etnograficky doloženo,⁵² ale jiná společnost ho nepřijme za své, i když ho bude respektovat.

3.4.5. Chování

Přijímací chování, tedy pozdravy jsou základem konvencí, i když se kulturně silně mění, není možné si dovolit jistý druh pozdravu v kultuře, která ho nechápe. Pozdravy byly důkazem podřízenosti, uctění a současně i ochranou před útokem z blízka. Z tohoto činění

⁵⁰ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 68.

⁵¹ LÉVI-STRAUSS, Carl. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 322. ISBN 978-80-257-0059-4.

⁵² LÉVI-STRAUSS, Carl. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 310. ISBN 978-80-257-0059-4.

se vyvinula dnešní přátelská gesta, tedy „*přátelská gesta často pocházejí z těch submisivních.*“⁵³ Tento fakt je generalizován, ale forma je rozdílná ve většině společností. „*Uvítání, dotyky: „Kontakty tělo na tělo, jak jsme mohli vidět, se staly tak významnou součástí sexuálního chování, že musejí být potlačovány během ordinární denní rutiny. Zákaz byl uvalen na fyzický kontakt s cizinci i v našich zaneprázdněných, přelidněných společenstvích. Jakékoli náhodné otření se o tělo cizince je okamžitě následováno omluvou, jejíž intenzita je proporcionálně velká k sexualitě místa na těle, kterého jsme se dotkli.*“⁵⁴ Vstup do intimní zóny při pozdravu či při provozování jiných gest je důležitou formou lidského kontaktu, ale tento kontakt není adekvátně přijímán ve všech částech světa právě pro rozdílné přístupy k sexualitě a vztahu lidí, což souvisí i se sociálním rozdělením společnosti.

Obava z cizince je velká, ale zájem o zachování slušnosti a otevření dialogu je natolik silná, že určitá forma gest, která jsou více či méně formální a opatrná probíhá i při mezikulturním dialogu. „*Jakýkoli sociální kontakt je v tom nejlepším případě jemně strach vzbuzující. Chování druhého jedince v momentě setkání je neznámé. Jak úsměv, tak smích naznačují přítomnost tohoto strachu a jeho kombinaci s pocity náklonnosti a přijetí.*“⁵⁵ Neznalost a opatrnost dokládají pocity obou stran a vstřícnost je jedním z důležitých faktorů, i pro překonání možného kompletní neporozumění nebo faux pas z jakékoliv strany. První setkání je v zájmu rozvoje dialogu v duchu očekávání pokračování sociálního kontaktu. Nastavení akceptovatelných pozic, tedy kompromisu vlastních konvencí, vede k otevření a spolupráci mezi společnostmi. „*Často si představujeme, že se chováme určitým způsobem, protože je takové chování v souladu s nějakým abstraktním, ušlechtilým kodexem morálních principů, když to, co ve skutečnosti děláme, je následováním hluboce zakořeněného a dlouho ‚zapomenutého‘ souboru čistě napodobivých dojmů. Je to ta nezměnitelná poslušnost těmto dojmům (společně s našimi opatrně ukryvanými instinktivními touhami), která společností ztěžuje změnit jejich zvyky a ‚přesvědčení‘. Dokonce, i když čelí úžasným, dokonale racionálním novým nápadům, založeným na*

⁵³ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 136.

⁵⁴ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 72.

⁵⁵ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 99.

*aplikaci čisté, objektivní inteligenci, komunita bude stále lpět na zažitých návycích a předsudcích spojených s domácím prostředím.*⁵⁶ Chování odráží hodnoty společnosti. Dějiny a hierarchie ve společnosti je promítána do sociálního kontaktu, který je nejen prezentací jednotlivců, ale prezentací celé společnosti prostřednictvím jednotlivce, kterého při kontaktu s cizí kulturou lze nazvat i celebritou. Jedinec prezentuje společenské mravy společnosti jako celebrita, ale tyto hodnoty nejsou průřezové hodnoty společnosti, nýbrž hodnoty části společnosti, jeho sociální skupiny.

3.4.6. Volný čas

Volný čas vypovídá o kvalitě života společnosti velmi mnoho, protože přináší důraz na vlastní zájmy jedince. Volný čas je prostor pro aktivity, které společnost sdružují a vytváří klima pohody a odpočinku. Odpočinek je protiklad pracovního procesu, který je nutný pro rovnováhu života. Pokud pracovní proces je činnost nutná, volný čas je ukazatelem zájmu společnosti a jejich hodnot, protože jeho program není přikázán. *„Sportovní lov a hraní hazardních her je více záležitostí nižší a vyšší třídy než té střední. Pro střední třídy se účinnou substitucí za lov stala práce.*⁵⁷ Stereotypizace volného času rozkládá i společnost na vrstvy. Pohled na využití volného času mezi společnostmi je založen na jiné duchovní tradici, jiných konvencích a jiném chápání volného času. Dny pro volný čas, dny vyčleněné z pracovního týdne, jsou rozděleny na různé dny v týdnu převážně na základě náboženských základů. Například Západ založený na křesťanském základě považuje neděli jako „den odpočnutí“,⁵⁸ protože „... sedmá den Bůh požehnal a posvětil, neboť v něm přestal konat veškeré své stvořitelské dílo.“⁵⁹

3.4.7. Strava

Jídelní návyky včetně jídelníčku nejsou jen lidskou potřebou pro získání živin, ale i společenskou událostí, protože se jedná o čas, kdy je nutné se zastavit, což přináší možnost posilování společenských vazeb. Rozdílné návyky jsou nejpatrnější při skladbě jídla, kdy

⁵⁶ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 104.

⁵⁷ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 155.

⁵⁸ *Bible: Genesis*. Praha: Ekumenická rada církví ČSR, 1984, s. 18.

⁵⁹ *Bible: Genesis*. Praha: Ekumenická rada církví ČSR, 1984, s. 18.

jídlo v jiných kulturách odráží zvyky a možnosti prostředí. „*Jsou to dva základní elementy v jídle, které ho dělají pro nás atraktivní: jeho nutriční hodnota a jeho chutnost. V přírodě jsou tyto faktory ruku v ruce, ale v uměle vyráběných jídlech mohou být odděleny a to může být nebezpečné.*“⁶⁰ Nutriční hodnota je základem přežití, ale chutnost je kulturně daný aspekt, který je nutné respektovat a být na něj připraven. Společnost za dobu vývoje svého systému přináší i druhy potravin vhodných pro dané území, na jejichž základě je nastavena chutnost pro společnost využívající je.

Novým trendem jsou globální potravinářské produkty, které jsou oblíbené na celém světě, a jejich chuť je oblíbena po celém světě, respektive produkty jsou konzumovány po celém světě. Kulturní význam má forma stolování a jeho čas, který je také různý s ohledem na různé kultury. Původní aspekt je lidská potřeba potravy, která stále dominuje, ale další aspekty jsou víra, dostupnost potravy a sociální návyky. Jedním z fenoménů je i žvýkačka. „*Role žvýkačky si v tomto kontextu zaslouží zmínku. Zdá se, že tato substance se vyvinula exkluzivně jako nahrazovací prostředek za jídlo. To zajišťuje nutný napětí uvolňující ‚zaměstnávající‘ element, bez toho, aby se podílela na tom, aby nebezpečně zvyšovala příjem potravy.*“⁶¹ Rituály a záměrné pojídání pokrmů pro konkrétní stavy je kulturně dáno a při kontaktu různých společností se jedná dle řádů právě pro tyto události. Bližší informace o rituálu návštěvy a vztahu hosta a hostitele je uvedena v příloze číslo 9.

3.5. Média

Média jsou nyní nejsilnějším motorem pohybu informací. Mediální obraz je konstruován několika málo jedinci, kteří díky rychlosti šíření a dosahu, mohou oslovit a ovlivnit obrovské množství lidí. Na jednu stranu se jedná o bezpečnostní pojistku, protože udržet informace přicházející přes média je velmi obtížné i v totalitních státech, ale na druhou stranu je velké riziko zneužití a vyvolání chaosu. Důvěryhodnost médií je velká a většinou konzumenti informace nerozlišují jejich relevantnost a při opakovaném vnímání ji věří, proto je možnost diagnostikování „*Pseudologia phantastica – forma hysterie, která se*

⁶⁰ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 159.

⁶¹ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 160.

vyznačuje zvláštní schopností věřit vlastním lžím.“⁶² Šíření těchto účelových zpráv je následkem záměru konkrétních lidí s určitým záměrem a „*takoví lidé bývají úspěšní a potenciálně nebezpeční.*“⁶³ Média vytváří obrazy o neznámých místech a záležitostech, protože jsou jistou formou dalekohledu, který výběrově ukazuje známé či neznámé. Většinový obraz o jiných společnostech, zvycích, krajích je přinášén přes média, protože tato forma je pohodlná a velmi dobře pochopitelné.

Mezi konzumenty médií, tedy společností, a médii funguje synergie, je nutná, protože právě zájem obou stran na konkrétním obsahu zaručuje sledovanost. Zda společnost ovlivňuje média či naopak je problém, který vychází z postavení komunikačních kanálů a jejich cílů. „*Existují však důkazy, že mediální instituce samy ovlivňují ostatní sociální struktury.*“⁶⁴ Tím média nejsou přenašeči informací, ale jejich tvůrci. Vytváření obrazu světa dle vlastních zájmů, privátních či státních, je nebezpečný fenomén, který při bližším zkoumání, není nový pro společnost. Síla vlivu médií je v oblastech politických, sociálních a komerčních. Komerční sféra je pro zájmové skupiny jednou z nejzajímavějších, protože může ovlivnit společnost pro konkrétní hmatatelné chování. „*Habermas (2000) upozornil na to, že média jako instituce svobody projevu a veřejné diskuse postupem času ztrácejí toto postavení a podílejí se fakticky na kolonizaci veřejného prostoru ekonomickou a politickou elitou a na prolongaci zdání, že původní role médií zůstává zachována tak, jak se ustavila vývojem.*“⁶⁵ Média mají silnou pozici a v určitých ohledech jsou považovány za kontrolní mechanismy zřízení, ale to je spíše mýtus než realita

⁶² JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 163. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁶³ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 163. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁶⁴ HALIN, D. C., MANCINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě.* Praha: Portál, 2008 s. 37. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

⁶⁵ HALIN, D. C., MANCINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě.* Praha: Portál, 2008. s. 11. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

3.5.1. Charakter zpráv

Správné a nezaujaté informování je základem morálního chování medií, ale nastavení očekávání a touha zalíbit se divákům a vlastníkům je jiná. *„Silné morální dispozice jsou však bohužel relativně vzácné, takže když se zločiny hromadí, dá se rozhořčení snadno přehlušit, a zlo se tak stane platnou módou. Každý má v sobě i svého „statistického“ zločince a stejně tak duševně chorého nebo svatého. Na základě této obecné lidské pravlohy existuje všude odpovídající sugestibilita, respektive náchylnost.“*⁶⁶ Pokud je pluralita v mediální oblasti, je morální a faktický problém vyřešen výměnou média, ale při omezeném informování může mít nedostatek morálních hodnot v prezentaci médií ničující efekt pro názor společnosti.

Média vytváří nejen mediální obraz o objektech známých či méně známých, ale jsou i spoluautory morálních stupňů, protože ukazují vzory chování, které jsou konzumenty brány jako správné. Zde média zastupují i socializační roli, vytváří příklady, které konzument využívá více či méně jako předlohy pro vlastní chování. Je na jedinci, jak silnou individualitu má, aby přejal nebo nepřejal mediální hodnoty, které nemusí být blízce spojeny s původními hodnotami společnosti. Jedinec žijící ve společnosti, nemůže být jen ostrovem, proto ovlivňování společností je velmi výrazné. *„Člověk uprostřed masy klesá nevědomě na nižší mravní i intelektuální úroveň; na úroveň, která je stále pod prahem nevědomí připravena prorazit, jakmile je podpořena a vylákána vytvoření masy.“*⁶⁷ Názor masy prezentovaný médii je silný a podložený, proto je brán jako příklad pro všechny konzumenty i mimo ně prostřednictvím konání konzumentů. Šíření názorů prezentovaných v médiích je rychlé a silné, vzhledem k pohledu na jinou méně známou společnost a kulturu je tento jev důležitý.

Informace předávané přes média mají speciální hodnotu, hodnota informací je rozebrána v příloze číslo 10.

⁶⁶ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 159. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁶⁷ JUNG, Carl . G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 180. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

3.5.2. Jazyk zpráv

Sdělení musí mít srozumitelnou formu a srozumitelná forma je založena na jazyku a gestech, která jsou pochopitelná na první pohled, a není nutné o nich přemýšlet. Řeč těla je jedním z významných projevů, ale současně je i kulturně podmíněno. „*Vždyť genetický kód je univerzální jazyk používaný všemi formami života od mikroorganismů přes rostliny po vyšší savce a lze ho považovat za absolutní prototyp, jehož model v jiné rovině odráží artikulovaná řeč; jinými slovy původně konečná množina nespojitých jednotek, chemických bází nebo fonémů, které samy žádný význam nemají, ale různě kombinované do jednotek o stupeň vyšších – slov v řeči nebo trojic nukleotidů – specifikují jedny určitý význam, druhé určitou chemickou látku.*“⁶⁸ Příroda využívá jeden jazyk a lidé si ho osvojují přes přírodní vědy. V globální společnosti, která skrývá mnoho společností vzájemně často těžko pochopitelných, je nutné nastavení jazyka tak, aby byl srozumitelný pro všechny. Nejedná se pouze o jazyk jako nástroj, ale i jazyk informace, tedy o její formu. Při sdílení informací mezi kulturami je nutné využívat universální jazyk, protože jinak zpráva bude nepochopitelná a interpretována pouze s ohledem na chápání vlastního jazyka, nikoliv smyslu sdělení druhé kultury. „*Každý jazyk virtuálně existuje před jakoukoli výpovědí, kterou z něho vybere diskurs, tak jako všechny genomy virtuálně existují dříve než jedinci, které vlivem náhody nebo spříznění volbou svým spojením zplodí jiní jedinci.*“⁶⁹ Nalezení klíče pro komunikaci je základní otázkou pro jakýkoliv dialog, který bude uvnitř i mimo danou společnost.

3.5.3. Vytváření mýtu

Záměr médií je být zajímavý, tedy zaujmout konzumenty a předat informaci v jakékoliv podobě. Myšlenky předávané touto formou nejsou běžnými idejemi, ale musí být právě pro tento způsob upraveny. „*Víme právě tak z nové historie jako ze staré, že takové ideje bývají často tak zvláštní, ba tak podivné, že nad tím zůstává rozum stát.*“

⁶⁸ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica****:Nahý člověk*. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 639. ISBN 978-80-257-0059-4.

⁶⁹ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica****:Nahý člověk*. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 639. ISBN 978-80-257-0059-4.

*Fascinace, která je téměř vždy s takovou ideou spojená, vytváří fanatickou posedlost...*⁷⁰ Právě fascinace idejemi je jev, který dokáže z myšlenky o neznámém vytvořit zajímavou myšlenku. Důraz na fascinaci je rizikem pro prezentaci cizích kultur a neznámých záležitostí, protože se je nesnaží vykládat v perspektivě využití a účelu, ale v perspektivě zvláštnosti, což sice ztraktivňuje myšlenku, ale vytváří mylný obraz o objektu. Právě fascinace vytváří již zmiňované mýty. Ty mýty, které jsou společností přijímány jako objektivní fakta o neznámém. Tento druh vytvoření mediálního mýtu je udržitelný uvnitř společnosti dlouho, ale při kontaktu dvou společností vytváří propasti a prostory k neporozumění.

Mýty jsou vytvářeny i záměrně, tedy uměle, pro ekonomické cíle. Někdy tyto umělé mýty s jasným cílem vytváří nejsilnější povědomí o jiné společnosti, protože se snaží vytvořit dojem normálního života a prvku jedinečnosti a fascinace. V globálním světě „*média mohou být „instrumentalizována“ pro komerční účely: základem toho je reklama a mediální organizace jsou často objektem širších forem komerční instrumentalizace, sahající od křiklavých příkladů, jako jsou product placement do filmu a televizních programů a snaha inzerentů ovlivňovat redakční obsah, k jemnějším druhům tlaků.*“⁷¹ Ukázka normálního života je důkazem reality a volný čas ve společnosti je věnován právě konzumaci informací včetně komerčních, u některých je i nechtěný jako součást jiného produktu. Ve volném čase je jedinec méně ostražitý a vytvoření mýtu založeného na sledování umělého mediálního obrazu je mnohem jednodušší. Média se staly nástrojem pro komerční sdělení, vzhledem k formě financování médií je to pochopitelné. Proto je vytvářen jednotící tlak, který je i hybnou silou globalizace. „*O síle homogenizačních vlivů není pochyb a je jasné, že v mediální oblasti došlo ke značné konvergenci, zejména směrem k liberálnímu modelu. Můžeme se domnívat, že tento trend bude v budoucnu pokračovat.*“⁷² Liberální vliv je v souladu s pohybem hodnoty, nikoliv

⁷⁰ JUNG, Carl. G. *Duše moderního člověka*. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 179. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

⁷¹ HALIN, D. C., MANCINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. s. 65. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

⁷² HALIN, D. C., MANCINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. s. 305. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

politický. Liberální model v tomto ohledu znamená komerční model prezentovaný jako nástroj pro ekonomické zájmy. Tento postoj Západu je šířen a díky globalizaci brán za normální, protože je úzce podporován i jinými jevy. „*Pokud bude tento trend i nadále pokračovat lze si představit úplnou konvergenci mediálních systému Spojených států a západní Evropy a všechny relevantní země se přiblíží liberálnímu modelu.*“⁷³ To je i základ pohledu na Západ, protože se definuje jako instrument pro globální činnost a je tak brán zřetelně a samozřejmě.

⁷³ HALIN, D. C., MANCINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. s. 305. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

4 Empirická část

4.1. Základní informace

Praktická část diplomové práce je založena na kvalitativním výzkumu. Stěžejní částí je zúčastněné pozorování a kvalitativní dotazník. Praktická část práce je zaměřena na pohled obyvatel Východu, v tomto případě Číny, a to nejen Číňanů ale i obyvatel trvale žijících na území Číny. Podkapitoly jsou rozděleny dle tematických okruhů a jejich zdroje vychází z terénního výzkumu a dotazníkového šetření.

4.2. Dotazníkové šetření

Původním záměrem při zpracování praktické části diplomové práce bylo využití metodologického postupu, polostrukturovaného rozhovoru. Metoda polostrukturovaného rozhovoru spolu se zúčastněným pozorováním byla vyhodnocena jako nejvhodnější. Tento záměr nebylo možné v Číně realizovat na vědecké úrovni z důvodu neochoty respondentů. I přes navázání kontaktu byla projevována neochota velmi slušným způsobem, což zapříčinilo změnu formy výzkumu.

Důvody neochoty respondentů byly probírány při osobních setkání a za použití zúčastněného pozorování. Respondenti vysvětlovali obecnou neochotu, nejednalo se o nezájem, protože zájem o účast ve výzkumu byl viditelný, způsobenou komunikační bariérou. Komunikační bariéra byla založena jednak na jazykové bariéře a na studu před neznámou osobou, tazatelem. I přes dobrou jazykovou úroveň některých oslovených druhý faktor převládal. Vzhledem ke komunikační bariéře byly zvoleny převážně elektronické distribuční kanály, které podporovaly snadnější přeložení a pochopení smyslu výzkumu a otázek.

Představení dotazníků a zahájení sběru dat proběhlo při prezentaci České republiky a semináře života v zahraničí na Nanjing Agricultural University v Číně. Autor na požádání profesora Shi Xiaoping připravil seminář a s jeho podporou se šířil i dotazník mezi univerzitní studenty. Semináře se zúčastnilo asi 30 posluchačů a většina z nich i projevila zájem o vyplnění dotazníku.

Respondenti jsou studenti Nanjing Agricultural University v Číně na různých stupních studia, od studentů bakalářského programu až ke studentům doktorandského

programu. Celkově odpovědělo 75 respondentů studujících na Nanjing Agricultural University. Vzhledem k systému výuky a práce studentů ve společných velkých studovněch bylo šíření dotazníku jednodušší právě za přispění studentů se zájmem o Evropskou kulturu. Zaměření na povědomí o Evropské kultuře a společnosti studentů je důležitý aspekt dalšího vývoje vztahů mezi Západem a Východem, i když nyní nejsou v produktivním věku a připravují se na ekonomicky aktivní život, tak pohled studentů je pohledem další generace aktivních lidí, kteří budou určovat směr dalšího vývoje světa. Nejvíce respondentů dotazníku bylo z magisterského stupně, 48%, tedy studenti z velké části končící svou akademickou dráhu a připravující se na vstup na trh práce.

Respondenti studují studijní programy

| | |
|--------------|-----|
| Bakalářské | 39% |
| Magisterské | 48% |
| Doktorandské | 12% |

Struktura respondentů založená na studiu na Nanjing Agricultural University dokládá i věkové rozvrstvení respondentů. Většina respondentů, 48%, tedy studentů na magisterském stupni, je ve věkovém intervalu 21 až 30 let, který představuje 83%. Mladší studenti jsou dle logiky stupně vzdělání na bakalářském stupni a starší respondenty je možné zařadit do všech kategorií, i když ze zkušenosti autora vychází příklon ke studentům doktorandského stupně.

Věkový interval respondentů

| | |
|-------|-----|
| 0-20 | 12% |
| 21-30 | 83% |
| 21-40 | 4% |

Pohledy muže a ženy jsou rozdílné, založené na jiných hormonálních základech a i biologicky jinak nastavené. Tyto přírodní rysy ovlivňují projevy kultury jako takové, i když muži a ženy jsou si společensky rovni. I přes větší podíl mužů jako respondentů, je

poměr takřka vyrovnan, což je velmi pozitivní, protože se jedná o pohled společnosti a mužský a ženský pohled je vyvážený ve výzkumu, a tím i v dalších rozborech.

Pohlaví respondentů

| | |
|------|-----|
| Muž | 51% |
| Žena | 45% |

Sběr dat probíhal ve východní části Číny, ale velká část studentů Nanjing Agricultural University nepochází z města Nanjing, ale z celé Číny, popřípadě z jiných spřátelených zemí. Respondenti se přihlásili z 93% k Čínské národnosti. Zajímavým jevem jsou 3% respondentů, kteří se označili za národnost Han. „*Etnická skupina Han je největší mezi 56 etnických skupin v Číně, tvoří 92 procent celkové populace. Národnost Han se nachází ve všech částech země, ale hlavně ve středním a dolním toku Žluté řeky (Haughe), řeky Yangtze (Changjiang) a Perlové řeky (Zhujiang), stejně jako na pláních Songliao.*“⁷⁴ Respondenti byly i Pákistánci trvale žijící v Číně a studující na Nanjing Agricultural University za podpory Pákistánské vlády i Čínské vlády.

Národnost respondentů

| | |
|----------|-----|
| Čína | 93% |
| Han | 3% |
| Pákistán | 4% |

Pohled země je vždy odlišný při pohledu z hlavního města, či venkova. Město Nanjing je bývalé hlavní město, ale v současné době není hlavním městem ani největším městem. Proto pohled z města Nanjing je prostřední pohled mezi hlavním městem, či největším, nebo venkovem jako takovým. Skladba respondentů je velmi vyrovnaná a lehce

⁷⁴ Han Nationality: Han Ethnic Group. *China Culture* [online]. Peking: Ministry of Culture, P.R.China, 2003 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: http://www.chinaculture.org/gb/en_aboutchina/2003-09/24/content_23849.htm

převládají respondenti původem z města 49%, což je o 2% více než respondenti původem z venkova, 47%. Toto rozložení dává důvěryhodnost pohledu Východu jako takovému, protože reflektuje postoje z různých původů, ve smyslu města a venkova. Silně ovlivňujícím jevem je fakt, že sběr dat byl prováděn ve velkém městě, což může zkreslovat pohledy respondentů původem z venkova, ale protože se jedná o studenty, kteří ve většině případů přišli do města za vzděláním a žijí v universitním kampusu, tak tato odchylka nebude brána jako klíčová.

Původ respondentů

| | |
|--------|-----|
| Město | 49% |
| Venkov | 47% |

Sběr dat prostřednictvím dotazníku přinesl i problémy, na které respondenti reagovali. Nejčastější připomínky k dotazníku nebyly o jazykové stránce. Dotazník byl distribuován v anglické verzi. Nejčastější problém, který měli respondenti s dotazníkem, formulovali jako „měl by být více čínský.“ V tomto ohledu více čínský neznamena jazyková stránka, ale struktura dotazníku. V Číně je nejčastěji využívána forma dotazníků s předem danými odpověďmi, tak zvaný „multiple choice“ dotazník. Otevřené otázky, které byly založeny na snaze o získání co nejvíce relevantních kvalitativních dat, se setkaly s velkou nevolí, právě z důvodu složitosti a nutnosti vyjádření vlastního názoru. I to je jeden z možných důvodů, proč někteří respondenti přeskočili určité otázky. Vynechávání otázek bylo většinou individuální a nedá se z něj postavit pravidlo. Méně častou reakcí bylo upozornění, že z dotazníku autor „nedostane, co chce.“ Taková tvrzení jsou považována za potvrzení správné skladby dotazníku, protože tím respondenti dávají najevo, že otázky nejsou navádějící.

Druhotným znakem, ale ne méně důležitým a v určitém ohledu i velmi zajímavým, byla forma vyplnění dotazníku. Dotazník byl šířen ve formátu dokumentu Microsoft Office Word (.doc) v podobě jasné Evropskému pohledu. Způsoby vyplňování dotazníku byly velmi odlišné a v mnoha případech kompletně narušily strukturu původního dotazníku. Tento jev je důkazem nutnosti přípravy materiálu dle místních zvyklostí. Právě i místní zvyklosti a způsob práce jsou patrné ve formách vyplněných dotazníků, protože

nedodržování struktury daných dotazníkem není bráno jako špatné, neuspořádanost z Evropského pohledu není pro Čínský pohled špatným jevem. Při zpracování odpovědí z dotazníků tento jev znesnadňoval práci, ale přispíval k lepšímu pochopení myšlení a systému práce respondentů.

4.3. Zúčastněné pozorování

Pohled Východu na Západ není možné uchopit jinak, než nejdříve pochopit samotný pohled Východu. Snaha o porozumění Východu byla zaměřena na pohled Číny, a proto byl jako základní metoda vybrán terénní výzkum a zúčastněné pozorování. Příprava na kontakt s Čínskou realitou a efektivní porozumění Číně v horizontu několika měsíců, byla zahájena studiem literatury a rozhory s Čiňany žijícími v Praze. Samotná příprava výjezdu byla usnadněna spoluprací s Nanjing Agricultural University, která velice ochotně pomáhala při zařizování náležitostí pro cestu.

V Číně ve městě Nanjing, kde Nanjing Agricultural University sídlí, bylo pro autora připraveno zázemí ve formě ubytování i pracovního místa na katedře. Autor se během pobytu zapojil do společenských aktivit studentů university a vybudoval si s nimi dobré vztahy.

4.4. Znalost Západu

Pohled a vytvoření dojmu o Evropě je založen na její prezentaci. Existují přímé a nepřímé cesty, jak je Západ prezentován. Vlastní zkušenost s Evropou je pro pohled na Západ klíčovým faktorem, ale právě touto znalostí oplývalo pouze 5% respondentů. Respondenti byli mladí lidé a na jejich ekonomické podmínky nebyl výzkum směřován, protože se jedná o neekonomicky aktivní členy společnosti. Cesta do Evropy, stejně jako naopak, je velmi náročnou záležitostí, ať se jedná o časovou nákladnost nebo finanční. Proto nákladnost je jedním z faktorů vytváření povědomí o Západu na jiných základech než empirii. Jedním z důvodů, který vyplynul z terénního výzkumu, byl i fakt, že není pocíťována potřeba cestovat do jiných kultur. Čína je rozlohou obrovská země a obsahuje mnoho různých kultur i náboženství, proto samotné poznávání neznámého, potenciálně nebezpečného pro některé není atraktivní. S tímto ohledem je spjata i jazyková bariéra a pocit bezpečí ve známém systému s jasnými jazykovými schopnostmi domluvit se.

Respondenti pobývající v Evropě

| | |
|-----|-----|
| Ano | 5% |
| Ne | 92% |

U respondentů, kteří pobývali v Evropě, převládá profil člověka s národností Čínskou, jehož původ je z města a ve stáří mezi jednadvaceti až třiceti lety. Poměr mužů a žen je vyrovnan, obě pohlaví stejně navštívila Evropu. Lidé s vlastní zkušeností z Evropy jsou tak zvaní „andělé,“ tudíž přenašeči vlastních znalostí na ostatní. Není možné přímo určit, zda jejich zkušenost je kladná, či záporná. S ohledem na zúčastněné pozorování vychází hodnocení kladně, protože touha návratu do Evropy byla častým tématem rozhovorů.

V případě generalizování informací vycházející z výzkumu, čistě teoreticky s ohledem na nereprezentativní vzorek respondentů, můžeme modelovat zkušeností znalost Západu. Pokud 5% obyvatel Číny navštívilo minimálně jednou za život Evropu a celkové populaci Číny dle OECD⁷⁵ pro rok 2011 činí 1 348 010 000 obyvatel⁷⁶ dochází výpočet k číslu cca 67,5 milionu obyvatel Číny navštívších Evropu. Toto číslo není reprezentativní, ale je základem pro hypotetickou úvahu nad pohledem Východu na Západ právě ve vztahu neznanosti a vytváření mýtů ohledně Západu z údajů převážně nepřímých, protože 5% obyvatel v celém spektru společnosti nemůže takovou silou ovlivňovat veřejné mínění. Oproti tomu je možné doložit údaje World Travel & Tourism Council, který udává, že v roce 2012 strávilo svůj volný čas v zahraničí 10,3 % Číňanů⁷⁷, což sice nereflektuje přímo cesty do Evropy, ale pokud by se jednalo o vyzkoumaných 5% z obyvatelstva Číny,

⁷⁵ OECD = Organizace pro ekonomickou spolupráci a rozvoj

⁷⁶ Country statistical profiles: China: Population 2011. In: *OECD.Stat Extracts* [online]. OECD, 2013 [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: <http://stats.oecd.org/index.aspx?r=261358>

⁷⁷ *Travel&Tourism: Economic Impact 2013: China*. Londýn: World Travel & Tourism Council, 2013. Dostupné z: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/china2013.pdf

zájem o cesty do Evropy by byl ve výši poloviny celkových cest celého obyvatelstva Číny do zahraničí.

Respondenti jsou studenty Nanjing Agricultural University a to vytváří i spojitost cest jako takových za vzděláním. Ze zúčastněného pozorování vychází společný jev, který je podložen i na universitní rovině, jedná se o spolupráci Nanjing Agricultural University s univerzitami v Nizozemí, to dokládají i pobyty nizozemských akademických pracovníků v Nanjingu. Universitní studenti se zajímají o rozvoj svých vědomostí a jednou z forem rozvoje jsou i studijní cesty do Evropy, zde je nutné upozornit, že ve větší oblibě dle studentů jsou university v Severní Americe.

4.5. Rozdílný Západ

Významným bodem pro pohled na Západ je i chápání Západu jako takového. Západ není jasně definovaný pojem, společnost tento pojem vykládá dvěma způsoby širším vysvětlením a užším vysvětlením. Šířeji se dá považovat za Evroamerickou oblast a její společnost a v užším vymezení je chápán jako Západní Evropa a Spojené státy Americké a Kanada. Při práci s pojmem Západ je nutné mít na paměti, že se jedná o sociální konstrukt a jako s takovým s ním pracovat.

Evropa jako kontinent má vlastní konvenční hranice. Evropa jako sociální celek složený z mnoha společností a kultur je pestrá mozaika, která je velice těžce uchopitelná. Rozdělení Evropy na Západní a Východní Berlínskou zdí bylo jedno z velkých politických i kulturních rozdělení. Toto rozdělení, i když je již téměř čtvrtstoletí nefunkční, ve společnostech, převážně vzdálenějších, stále zůstává. I dva respondenti upozornili na rozdíly mezi Evropou jako takovou, bylo zdůrazněno, že znalost o Východní Evropě nemají, ale jejich znalost Evropy je zacílena na Západní. V současné době převažuje, dle reakcí při zúčastněném pozorování, chápání Evropy jako Evropské Unie, která je Česká republika od roku 2004 členem. Evropská Unie jako celek je i definována na pluralitě společností, což dokládá i motto: „Jednotná v rozmanitosti.“⁷⁸

⁷⁸ Evropská Unie. EU. *Motto EU* [online]. [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/motto/index_cs.htm

Chápání Západu respondentů bylo jednou z prvních otázek. Pro zjednodušení bylo využito geografické rozdělení na Severní Ameriku, tedy část kontinentu reprezentovaný Spojenými státy Americkými a Kanadou, a Evropu. Pociťování rozdílu je forma vymezení dvou stran, která byla využita i v případě rozlišení kultury Evropy a Severní Ameriky. Respondenti pociťují rozdíl mezi těmito dvěma kulturami a při škálovém rozlišení odpověď „určitě ano“ zaujímá nejvyšší hodnotu, 71% odpovědí. Při sečtení kladných odpovědí je vnímání rozdílu mezi respondenty zastoupeno celkově 82% a to je silné potvrzení mandátu pro oddělení kultury Evropy a Severní Ameriky jako dvou entit, i když jako poddruh Západní kultury. Jednotný Západ pociťuje 10% respondentů. Těchto 10% respondentů může vidět, i když se jedná o menšinový názor, celek Západu jako protiváhu Číně. Kulturní jednotnost založená na veřejné správě, hodnotách a i komerční společnosti je při pohledu z vnějšku patrná.

Škála vnímání rozdílu mezi Evropskou kulturou a Severoamerickou kulturou

| | | | | |
|---------------|--------------|------|-------------|--------------|
| Určitě ano | Spíše ano | Neví | Spíše ne | Určitě ne |
| 71% | 11% | 7% | 1% | 10% |

Jasným názorem bylo, že Západ není jednotný celek, nýbrž kulturně rozdílný prostor Evropy a Severní Ameriky. Porovnání těchto dvou kultur respondenty přineslo pohled na dvě kultury, které jsou chápány na stejném základě. 6% odpovědí zdůraznilo rozdílnost kultur, ale jejich původní jednotu. Přes expanzi Evropy, která rozšířila svou kulturu do celého světa, se mohla zrodit Severoamerická kultura na základech Evropské kultury, ale jako nový celek s vlastními atributy. Z toho vychází i 10% odpovědí odkazující rozdíl kultur jako zdůraznění Evropské historie, tradic a filosofie. Duchovní dědictví Evropy je jedním z klíčových rozdílů pro chápání rozdílu. Vysvětlení může být nalezeno dále v charakteristice vlastní kultury, protože právě tyto atributy jsou jedněmi z nejdůležitějších. S duchovní kulturou, v Evropě i Severní Americe, souvisí náboženství, která byla jedním z pilířů Západu. Náboženství je vnímáno 5% odpověďmi jako rozdíl v kultuře.

Prezentace Evropy, i vzhledem k předchozímu odstavci, kdy byly zdůrazněny rozdíly založené na duchovních hodnotách, je fenoménem kulturního chování. Pojem anglický gentleman je celosvětově užíván a tento stereotyp zdvořilého chování byl reprezentován odpověďmi v úhrnu 6%. S touto kategorií odpovědí souvisí i odpověď konzervativnost Evropy, protože i manýry, které jsou v určitém prostředí Evropy stále udržovány, dokládají tradici a návaznost kultury.

Mezi deseti nejčastěji zmíněnými odpověďmi nebyl žádný materiální prvek. Všech 10 nejčastějších odpovědí bylo zaměřeno na lidskou stránku. Nejčastější odpověď, zastoupená 23%, byla otevřenost Severní Ameriky. Amerika je i v Číně prezentovaná jako stát svobody a otevřenosti. Jeden z respondentů uvedl i důvod rozdílu, proč je Severní Amerika svobodnější, důvodem jsou používané názvy, například Socha Svobody. Zdůrazňování svobody je součástí Americké kultury a vzhledem k expanzi Severoamerické kultury je tento jev i podložený, právě jako zmíněná odpověď. Častou odpovědí, 10 %, byl pouze pocit, že rozdíl mezi kulturami je, ale respondenti ho nijak nepopsali. Pocit rozdílu bez konkrétních důvodů je založen na povrchní znalosti reálií a obecném znalosti a předpokladu rozdílu.

Pocitované rozdíly mezi kulturou Severní Ameriky a Evropy

| | | | |
|--------------------------------------|-----|--|----|
| Otevřenost Severní Ameriky | 23% | Slušné chování v Evropě | 6% |
| Evropská historie, tradice filosofie | 11% | Původ kultury Severní Ameriky v Evropě | 6% |
| Rozdílnost kultur | 10% | Životní styl | 5% |
| Konzervativnost Evropy | 7% | Náboženství | 5% |
| Zaneprázdněnost Severní Ameriky | 6% | Jazyk, přízvuk | 5% |

4.6. Pohled na vlastní kulturu

Vlastní reflexe je klíčová pro pohled na jiné. Dle vlastní klasifikace se hledí a hodnotí jiné jevy, a to i neznámé, protože právě ty je nutné s něčím srovnat. Zaměření této práce není hodnocení pohledu Východu sám na sebe, ale bez této kapitoly by nebyl pohled na Západ úplný. Zjištění původu pohledu a okolností, v němž vzniká, je dobarvení spojitostí a vysvětlení některých odpovědí ve správném ohledu. Jedním z cílů této práce je získat reflexi Západní společnosti skrze její odraz v očích jiné kultury a společnosti, proto i její samotné pochopení je částí vnímání tohoto vztahu, který není jednostranný, ani pouze dvoustranný. Jedná se o vztah mezi společnostmi, ale současně i o vztahy uvnitř společností samotných.

Nejsilnější vlastností, kterou respondenti přisoudili své kultuře, byla historie a tradice, celkem 50% odpovědí. Na historii byl kladen značný důraz, protože souvisí i s hrdostí a určitou formou jistoty a potvrzením tradic, které jsou živým dědictvím historie. Vnímání historie se dá rozdělit do dvou částí. Jednou z částí je historie jako taková a odkaz na tisícileté vlastní dějiny, které nemají ve světě obdoby. Druhou částí byla novodobá část dějin, kdy v průběhu minulého století Čína prošla značnou sérií radikálních změn, které silně ovlivnily a změnily kulturu. Tato práce si nedělá ambice na hodnocení změn a politiky, sleduje kulturu a společnost jako takovou. Ale nutné zmínit, že zlomovým bodem byla „Kulturní revoluce“, jeden z respondentů se k ní vyjádřil slovy: „Někteří učenci říkají: Po Čínské „Kulturní revoluci“ hodnoty tradiční kultury zmizely, nyní lidé nemají víru, peníze a tituly jsou jejich jedinou snahou.“ Dokládána změna kultury ze shora je aktem, který se stal a současná Čínská společnost, tudíž i současné chápání a pozorování Západu, vychází z této skutečnosti.

Čínská kultura vychází nejvíce z historie a tradic. Tradice jsou předávány rodinou, která má tradičně silné postavení v Čínské společnosti, což dokládá i 35% odpovědí respondentů. Rodinné hodnoty jsou silně dodržovány a rodinná hierarchie stále platí, i když členové rodiny nežijí spolu. Studenti žijící i přes tisíc kilometrů od svých rodin stále dodržují pravidla své rodiny a poslouchají přání rodičů. Tradiční chápání rodiny se i nyní vyvíjí i s ohledem na kulturní změny prováděné veřejnou správou. Chápání rodiny přivádí k respektu starších a starání se o rodiče, což bylo základem tradiční společnosti. Změnou životního stylu a v případech, kdy rodina žije ve velké vzdálenosti od sebe, se tento model

bude muset změnit, tento fakt je patrný a mladým lidem zřejmý, ale jeho řešení ještě není jasně dáno.

Snaha o harmonii charakterizuje Čínskou kulturu dle respondentů asi třetinově, ale dle autora velmi silně. Ze zúčastněného pozorování vychází poznatek o touze po harmonii, který byl zaznamenán v každodenním životě. Jedno z nejčastěji používaných slov při rozhovorech bylo slovo „vhodný.“ Snaha o vhodnost a tím pro harmonii je zcela patrná při setkání a běžném životě v Číně.

Do charakteristiky kultury byly zařazeny respondenty i projevy osobního chování. Dle respondentů těmito charakteristikami jsou umírněnost, skromnost a uzavřenost. Respondenti sami vidí těmito projevy svou vlastní kulturu a tedy i své chování. Z těchto tří atributů je možné sestavit vzor standardizovaného chování, které odpovídá Západnímu stereotypu o Číňanech. Tyto vlastnosti jsou dle rozhovorů při zúčastněném pozorování zárukou harmonie a dlouhých dějin. Příkladem skromnosti může být jedna z odpovědí „na komplimenty se říká ne.“ I když víra byla zastoupena v odpovědích méně často, 18%, tak je zde možné nalézt spojení těchto vlastností chování s vírou, respektive s učením Konfucia, který k těmto vlastnostem sám vybízí.

Pracovitost je jednou z vlastností vlastní kultury dle respondentů. Pracovní režim v Číně je založen na vysoké konkurenci, kterou podporuje vysoký počet obyvatel. Z rozhovorů se studenty vyplynulo, že hledání práce po škole je velmi náročnou záležitostí a ne zřídka se stává, že vystudovaní vysokoškoláci z různých oborů končí jako obchodní zástupci. Pro tento jev je hledání práce označováno jako „lovení práce.“ Pracovitost úzce souvisí s využíváním volného času a víkendů. Práce o víkendech, která je braná jako jeden z rozporů se Západní kulturou, je považována spíše za klad a náskok před ostatními.

Charakteristika vlastní kultury

| | | | |
|-----------------------|-----|---------------------------|-----|
| Tradice a historie | 50% | Skromnost | 24% |
| Rodina a její hodnoty | 35% | Přátelství | 18% |
| Harmonie | 32% | Víra | 18% |
| Umírněnost | 26% | Uzavřenost/ rezervovanost | 15% |
| Pracovitost | 24% | Mírumilovnost | 12% |

4.7. Charakteristika Evropské kultury

Obecná charakteristika Evropské kultury, jako součásti Západní kultury, má za snahu zmapovat vnímanou obecnou charakteristiku, nikoliv vlastní názor respondentů. Vlastním názorem se zabývá podkapitola dále. Hlavními obecnými charakteristika Evropské kultury v očích respondentů jsou svoboda a otevřenost. Ačkoliv tyto atributy byly v rozdělení Západní kultury více přiděleny Severoamerické kultuře, tak i pro Evropskou kulturu hrají významnou roli. To je v jemném odporu s odpovědí respondentů na rozdělení Evropské a Severoamerické kultury jako výrazně odlišné. Svoboda a otevřenost, které jsou zastoupeny společně 17% v odpovědích, jsou přímým kontrastem k vlastní kultuře respondentů, protože při charakteristice vlastní kultury charakteristika uzavřenosti byla obdobně častá, uzavřenost byla zastoupena 15%. Tato vlastnost je tedy úplné vymezení vlastní společnosti vůči Evropské.

Volný čas a dovolená je po svobodě a otevřenosti nejčastější odpovědí. Volný čas lze opět dát do přímého protikladu s pracovitostí a využíváním víkendů pro práci ve vlastní kultuře respondentů. Využívání volného času a dovolená je v charakteristice Evropy chápána jinak, jako osobní čas, který je pro Evropskou společnost velmi cenný a v žádném případě by se ho společnost nevzdala. Volný čas je i časem pro rodinu, proto je Evropský model využívání víkendů na odpočinek a času stráveného s rodinou kladně respondenty přijímán, protože doplňuje jejich vlastní potřeby času stráveného s rodinou.

Zajímavým fenoménem je favorizování romantiky, většinou se jedná o projev stereotypu spjatého s Francií a Paříží, která je i jednou z vysněných destinací studentek. Tento stereotyp až překvapivě předběhl křesťanství, základní náboženství Evropy, na kterém jsou postaveny z velké části Evropské hodnoty a celá duchovní Evropská kultura. Možné vysvětlení je i ve spojení komercializované představy romantiky zábavním průmyslem, který je spojený s křesťanstvím přes instituci manželství a svatbu v kostele, ale přímé kladení důrazu na křesťanství se již v dnešní prezentaci Evropy jako korektního prostoru nevyužívá.

Charakteristika Evropské kultury

| | | | |
|---------------------|----|--------------|------|
| Svoboda | 8% | Křesťanství | 3% |
| Otevřenost | 9% | Životní styl | 3% |
| Volný čas, dovolená | 5% | Slušnost | 3% |
| Romantika | 4% | Rozdílnost | 2,5% |
| Nezávislost | 4% | Uhlazenost | 2,5% |

4.8. Názor na Evropskou kulturu a společnost

Předchozí kapitola shrnovala obecnou charakteristiku Evropy, tato kapitola má za cíl popsat názor respondentů na Evropskou kulturu a společnost. I přes obtížnější uchopení těchto otázek je jejich cílení teoreticky jednoduché, předchozí kapitola mapuje obecně vnímanou charakteristiku a tato subjektivní názor respondentů.

Velká šíře odpovědí a mnoho položek zapříčinilo rozdrobení atraktivnosti odpovědí, ale nejhlásitějším názorem byl názor „pokrok.“ Evropa je hrdá na své objevy a vědu, která se vyvinula k doslova až do podoby náboženství. Vnímání Evropy jako pokrokové je výrazný rys, který sebou nese nejen vědecký pokrok, který je reprezentován převážně Německem, mnoho studentů projevilo zájem o studium právě v Německu a získání bližších informací o této zemi. Dalším vnímaným rysem je i společenský pokrok a filosofické směry, které udávají morální hodnoty a humanismus dále do celého světa. Pokrokem je myšleno i velmi frekventované téma v celém sběru dat, a tím je ochrana životního prostředí a bezpečnostní předpisy s důrazem na potravinářství. Pokrok je vnímán i v sociálním kontextu se zaměřením na sociální zabezpečení a „welfare.“

Svoboda je obdobně zastoupena jako při obecné charakteristice Evropské kultury, tudíž pouze dokládá význam svobody jako takové pro respondenty. Svoboda je klíčový pojem v Západní společnosti a společnost k ní dospěla dlouhým vývojem. Bohužel, nebyla možnost lépe porozumět chápání svobody respondenty, z terénního výzkumu není možné údaje o chápání svobody uchopit. Většina dotázaných svobodu nedokázala rozklíčovat a používala více slovo „svoboda“ jako zaklínadlo než faktický obsah.

Vyskytlo se několik odpovědí, které jako takové dávají pohled na člověka z Evropy. Jsou tím pozitivní přístup, lidskost a přátelskost a celkově dobré mínění o Evropské kultuře a společnosti, tedy o lidech v ní. Tento výčet vytváří velmi pozitivní pohled na jedince ze Západu. Velké riziko toho vysokého kladného očekávání je neznalost Evropy jako takové s kladnými a zápornými stránkami, a také částečná osobní zkušenost s reprezentanty Západu, kteří tyto vlastnosti prezentují při návštěvách Číny.

Názor na Evropskou kulturu a společnost

| | | | |
|----------------------|----|----------------|------|
| Pokrok | 8% | Neví | 4% |
| Svoboda | 6% | Dobré mínění | 4% |
| Rozdílnost | 6% | Civilizovanost | 3,5% |
| Pozitivní přístup | 5% | Historie | 3,5% |
| Lidskost/ přátelství | 4% | Úspěch | 3,5% |

4.9. Zájem o život v Evropě

Život v jiné kultuře obnáší celou řadu kompromisů a smíření se s jinými procesy běžného života, než byly výchovou do vlastní kultury dány. Poznávání je přirozeností člověka a schopnost adaptovat se do jiných společností založených na diametrálně odlišných kulturách je možné. Komfort života v jiné kultuře je závislý na ochotě, či neochotě začlenit se do místní společnosti a akceptovat aspoň navenek kulturní niance. Čínská komunita ve světě je jednou z nejpočetnějších, ale sami Číňané přiznávají v rozhovorech, že se nejedná o masovou záležitost, ale vysvětlení je prosté, z důvodu velké populace i zastoupení ve světě je velké, i když v poměru k celkovému počtu obyvatel není významné.

Respondenti se vyjadřovali i k zájmu žít v Evropě bez ohledu na délku či definitivnost pobytu. Zájem žít v Evropě projevily více než dvě třetiny respondentů, z toho určité vyjádření vůle bylo reprezentováno 57%. Délka života v Evropě nebyla dána a dle odpovědí se pohybuje od několika týdnů po neomezené období. Druhou stranu odpovědí tvoří jasný nezájem o život v Evropě reprezentovaný 25% odpovědí. Poměr 2:1 vyjadřuje preferenci zájmu o život v Evropě, aspoň v rozmezí zkoušky a poznání jiné kultury a

chodu společnosti. Respondenti dle jasně polarizovaných odpovědí mají ucelenou představu o zájmu, či nezájmu o život v Evropě, což dokládá pouze 1% podíl nejasného postoje vůči místu dalšího života. Z tohoto rozdělení může být patrné, že většina respondentů přemýšlí o své další migraci a má k ní zaujatý definitivní postoj. Vzhledem k charakteristice respondentů, studenti Nanjing Agricultural University, kteří v polovině případů nejsou původem z města a museli se do města Nanjing přestěhovat za vzděláním, mají zájem o další migraci a nelpí na životě na jednom místě. V tomto ohledu převládající názor rozkládá vnímání rodiny jako pevného celku žijícího pospolu, protože rozluka s rodinou kvůli vzdělání, bude prodloužena prací na jiném místě.

Škála zájmu o život v Evropě

| Určitě ano | Spíše ano | Neví | Spíše ne | Určitě ne |
|------------|-----------|------|----------|-----------|
| 57% | 10% | 1% | 7% | 25% |

Jasně rozhodnutí o životě v Evropě je i náležitě podloženo. Cesta do Evropy je náročná a přechod do jiné společnosti musí být podmíněn dobrým důvodem, který bude prezentován i v rodině, která má na rozhodování velký význam, což dokládá zúčastněné pozorování v čínské rodině.

Nejvýznamnějším důvodem života v Evropě je zdravé životní prostředí. Čína prochází silnou industrializací a ekologie se pomalu dostává do obecného diskursu. Posilování ekologického tématu souvisí se zvyšováním ekonomické síly obyvatelstva. Zdravé životní prostředí reprezentováno především vodou a vzduchem je klíčové pro harmonii těla, která je jednou z důležitých součástí Čínské kultury. Se zdravým životním prostředím okrajově souvisí i potraviny, jejichž bezpečnost je velké téma v Číně z důvodu obavy před závadnými potravinami převážně z tuzemské produkce. Ačkoliv jídlo je osmý důvod v pořadí, tak úzce souvisí právě s již popsaným fenoménem zdravých produktů a zásad bezpečnosti potravin. Jednou z odpovědí byl i jasný názor pro život v Evropě, a tím je čisté životní prostředí, a vůči němu je respondentovi kultura jako taková lhostejná.

Střet kultur je pro většinu lidí nepředstavitelný, i když je teoreticky dobře připraven. Druhým hlavním důvodem je právě poznání rozdílné kultury a obohacení z rozdílnosti. Vzhledem k tomu, že respondenti jsou studenti university, je patrné, že jejich

rozvoj je orientován ne pouze na teoretické poznání, ale i na universální poznání světa. Jednodušší život je také jedním z předních důvodů. Jednodušší život je mýtus, který je vytvářen právě na základě neznalosti reálií a teoretické představy korelace vyšší úrovně ekonomiky s lepší úrovní obyvatel. Tento jev je velmi zrádný a riziko deziluze je obrovské.

Evropa je magnetem pro cestování ať z druhého břehu Západu, tedy Severní Ameriky, nebo z jiného kouta světa. Touha po cestování po Evropě a její poznání je zastoupena v odpovědích 6%, ale je klíčová pro další rozhodnutí o dlouhodobém setrvání, nebo nesetrvání, v Evropě. Seznámení s místem jako turista není poznání každodenních reálií, ale je základní představou o běhu společnosti v daném místě. S cestováním souvisí i umění, které je jedním z hlavních magnetů Evropy. Umění v jakémkoliv směru, od hudby po architekturu, je silnou a jedinečnou vlastností Evropy, protože právě hluboká kultura je odrazem tradic a historie, kterou si Číňané velmi cení, jak vypověděli při reflexi vlastní společnosti.

Evropská společnost je založena na solidaritě, jejíž hlavním představitelem není rodina jako v Číně, nýbrž stát prostřednictvím veřejné správy. Tento systém společenské solidarity je velkým důvodem pro život v Evropě, což vychází z 6% odpovědí. Odpověď sociální zabezpečení narušuje Evropský stereotyp o Číně jako zemi s komunismem, sociopolitický rozbor situace není účelem této práce, proto nebude hlouběji rozebrán. Každý člověk hledá v životě jistoty a jednou z forem jistoty je i sociální zabezpečení, proto respondenti preferující život v Evropě z důvodu sociálního zabezpečení, přemýšlejí nad sociálními a ekonomickými otázkami jinak, než je v Číně tradičně kulturně chápáno.

Důvody života v Evropě

| | | | |
|--------------------------|-----|-------------|----|
| Zdravé životní prostředí | 19% | Cestování | 6% |
| Rozdílná kultura | 13% | Svoboda | 4% |
| Jednodušší život | 6% | Jídlo | 4% |
| Umění | 6% | Nové obzory | 4% |
| Sociální zabezpečení | 6% | Finance | 4% |

Jedna čtvrtina respondentů nemá zájem žít v Evropě a jejich rozhodnutí je také podloženo pádnými argumenty. V důvodech, proč nežít v Evropě, převládají praktické záležitosti každodenního života, což je v protikladu k důvodům pro život v Evropě, které se dají považovat za vyšší potřeby. Nejčastější odpovědí, 24%, byla odpověď vztahující se na jídlo a potraviny. Základní potřeby, do kterých stravování spadá, jsou klíčovým důvodem, proč v Evropě nežít. Jídlo a stravování je jednou z částí kultury a velmi významnou, protože i na jejím základě se vytváří chutě a rozdělení dobré versus špatné. Způsob přípravy jídel a jídla samotná jsou překážkou, pro kterou respondenti nejsou ochotni opustit Čínu a tedy i svůj životní styl, která je zastoupen jako důvod v odpovědích 6%. Rozdílnost jídel je velká a to včetně surovin a způsobu přípravy, této problematice se bude věnovat jedna z dalších kapitol.

Rozdílná kultura je stejně jako v důvodech pro život v Evropě na druhém místě a vyjadřuje důležitost kultury pro člověka. Tento důvod v obou případech dokládá různé vnímání potřeby kultury. Pro respondenty trvale ukotvené ve vlastní kultuře by změna kultury za jinou byla nepřijatelná a pro harmonický život si ji nedokáží představit, proto jsou pevně rozhodnutí pro život ve vlastní kultuře a o život v Evropě nemají zájem. S vnímáním vlastní kultury a neochota ji opustit úzce souvisí i s láskou k vlasti, Číně. Ačkoliv vnitrostátně studenti migrují bez problémů i na velké vzdálenosti, v Evropě podobné vzdálenosti znamenají přesun i o několik zemí, tak láska k vlastnímu teritoriu je třetím nejsilnějším důvodem. Láska k vlasti může být pojímána i jako vztah s kulturou včetně jídla, ale hlavně s rodinou. Psychologická blízkost rodiny nacházející se v jednom státě společně je velmi důležitým jevem pro studenty a dle zúčastněného pozorování překročení hranic do jiného, pro rodinu neznámého, teritoria je považováno za nebezpečné, proto ani samotní studenti nejsou ochotni často toto riziko podstoupit i přes osobní zájem. Rodina je i přenositelem tradic a právě zvyky jsou jedním z důvodů, proč nežít v Evropě, což souvisí i s rolí rodiny a následování jejího hierarchického řízení.

Jazyková bariéra byla jedním z důvodů pro volbu dotazníku na místo rozhovorů. I přes tento zjištěný jev neznalost jazyka není to jeden z předních důvodů, odůvodnění s jazykovými problémy je zastoupeno pouze 6%. Při rozboru tohoto jevu při zúčastněném pozorování vyplynulo, že se Čínská komunita je natolik silná v zahraničí, že i přes neznalost jazyka, či malou jazykovou zdatnost, není problém žít na Západě. Vytvoření vlastního Východu na území Západu vytváří prostor pro možnou návštěvu a klidný život

v zásadách domácího prostředí. Tyto ostrovy Východu jsou vnímány pozitivně a odráží rozmanitost a otevřenost Západu, která byla v průběhu sběru dat mnohokrát zmiňována jako velké pozitivum Západu.

Důvody nežít v Evropě

| | | | |
|------------------|-----|------------------|----|
| Jídlo | 24% | Životní styl | 6% |
| Rozdílná kultura | 18% | Zvyky | 6% |
| Láska k Číně | 12% | Počasí | 6% |
| Rodina | 12% | Neznalost jazyka | 6% |

Ani jedna z variant zda žít, nebo nežít v Evropě není lepší, nebo horší. Obě varianty jsou na sobě nezávislé a pochopení argumentů je i pochopení pohledu na atraktivitu Evropy.

4.10. Rozdíly mezi Evropskou a vlastní kulturou

Po charakteristikách vlastní, Čínské, kultury a společnosti respondentů a jejich základní charakteristice Západu z obecné i osobní roviny je za potřebí komparace těchto dvou světů. Nejvíce pocíťovaným rozdílem je samotný životní styl. Způsob života je různý s ohledem na kulturní pozadí, společenské potřeby a geografickou polohu. Způsob využívání času je jedním z rozdílů, který je patrný pro každodenní život. Střet využití času převážně s ohledem na volný čas a víkendy je v odpovědích markantní a hodnocení využití volného času není jednotné a přináší protichůdné názory. S životním stylem je spojeno i jídlo a stravovací návyky, které jsou dalším z rozdílů.

Hodnoty odlišují obě společnosti a hodnoty jsou pro Čínu silně spojeny s rodinou, která, dle odpovědí, také odlišuje obě kultury. Rozdíly jsou nejsilněji vymezeny Evropskou otevřeností a svobodou a Čínskou konzervativností. Toto rozdělení silně polarizuje obě kultury a dokládá jejich rozdílnost a neslučitelnost, však nebrání jejich doplňování v jiných oblastech. Tyto rozdíly jsou podkládány rozdílností přístupů společností. Čínská kultura je, dle respondentů, založena na zkušenosti a intuici v protikladu k Evropské racionalitě a vědeckému přístupu. Čínská kultura je dále charakterizována jako jemnější a introvertnější, což přechází i do politické roviny, kde je více charakterizována jako zaměřená na sebe, na

což Evropská kultura je vnímána širěji a její cíle jsou zaměřeny pro všechny, ne jen pro ni samotnou. Rozdíl přístupu k procesům a vědeckému směřování Evropy byl označen i za kreativní v protikladu k Čínskému konzervatismu přecházejícímu do kopírování Evropských vědeckých objevů. Tato forma návaznosti, v určitém ohledu i symbiózy, je jedním ze znaků globálních trendů a kontaktu mezi kulturami a jejich vzájemné obohacování, i když je zde riziko obohacování jedné na úrok druhé.

Při hledání rozdílů je možné nenajít rozdíly, tato odpověď je zastoupena 4%. Neznalost rozdílů může mít původ v neznalosti samotných celků, v tomto případě neznalosti Evropské kultury, protože neznalost vlastní kultury se nepředpokládá. Další možné vysvětlení neznalosti rozdílů je mnohem prostší, rozdíly nejsou. Kultura s ohledem na jejich znalost se mohou jevit jako stejné, obě kultury jsou lidské a život lidí je založen na základních procesech a potřebách, které odproštěné od jejich forem, se shodují. Tento druh vysvětlení neznalosti, ale odporuje právě zásadám kultury jako jedinečnému celku forem procesů, proto je zde i možné dovysvětlení, kulturní rozdíl vnímání kultury a její definice. Z možných vysvětlení se respondenti přiklánějí k neznalosti jako nedostatku informací a upozorňují na nedostatek informací ohledně kultur oběma směry. Zmínění neznalosti o Západní kultuře vysvětlují na pocíťované neznalosti Západu o Východní kultuře. Tento dvousměrný jev není statický, ale je s ním spojena touha po poznání a chápání Západní kultury. Nedostatek informací o kultuře jako takové a o fungování společnosti na reálném základě je jednou z nosných linií odpovědí v celém sběru dat, a tudíž i celé práci. Upozornění na neznalost je prvním krokem k neznalosti a kulturní výměna pomáhá vytváření „andělů,“ kteří šíří dále povědomí o své vlastní kultuře, což bylo patrné i při zúčastněném pozorování, protože i autor byl často dotazován a zájem o informace o životě v Evropě byl velmi živý.

Největší rozdíly mezi Evropskou a vlastní kulturou

| | | | |
|-------------------|----|----------------|----|
| Životní styl | 9% | Neznají rozdíl | 4% |
| Otevřenost Evropy | 5% | Jídlo | 4% |
| Svoboda Evropy | 5% | Náboženství | 4% |
| Rodina | 4% | Myšlení | 4% |

| | | | |
|---------|----|----------------------|----|
| Hodnoty | 4% | Konzervativnost Číny | 4% |
|---------|----|----------------------|----|

4.11. Klady a zápory Evropské kultury

Rozdíly vnímané mezi kulturami byly popsány a k rozdílu je pro zasazení do celku nutné vynést také kvalitativní soudy. Lidské myšlení je v protikladech a základní protiklady pro udržení kázně společnosti je dobro a zlo. Vnímání dobrého a špatného je relativní a vždy závisí na okolnostech a pohledu hodnotitele na objekt. Hodnotitel soudí dle vlastních kritérií, které mu byly socializací a vzory chování v dětství představeny jako správné. Respondenti tuto otázku obsáhli nejvíce a odpovědi se roztržily do 234 pojmů, což silně ovlivnilo i procentuální zastoupení nejčastějších kladů či záporů, protože preference odpovědí byly rozděleny více horizontálně než vertikálně.

Rozdíl mezi dobrem a zlem v Evropě vychází z křesťanského pojetí popsaného v Bibli. Had byl označen za symbol zlého mnohem dříve, než ho přejaly křesťanské mýty, a to dokládají již starověké mýty. „Podle staroegyptských představ přebývají v podsvětí hadi dštící oheň.“⁷⁹ Bible o mluví o hadovi jako o „nejzchátralejší ze vší polní zvěře, kterou Hospodin učinil.“⁸⁰ „V baroku se objevuje společně zeměkoule a had jako symbol hříšného světa.“⁸¹ Vnímání hada jako zla vychází tedy ze starověkých mýtů a tento prvek je přejat i do mýtů křesťanských, Bible. Vnímání hada v Číně je opačné, had je pozitivní bytost a je označován za „malého draka.“ Drak je Evropskými mýty považován za tvora nebezpečného a zlého, což dokládají pohádky o dracích jako personifikaci zla, proti kterým kladný hrdina bojuje. Takové rozdělení v Číně neplatí a úloha draka je silná kladná postava, která se dá spíše přirovnat k hrdinovi jdoucímu zabít draka v Evropských pohádkách, než samotnému pohádkovému drakovi. Drak silou a velkými zuby je představován jako silná postava, která pomáhá lidem, symbolizující štěstí a úspěch.

⁷⁹ Had. In: LURKER, Manfred. *Slovník symbolů*. V Praze: Knižní klub, 2005, s. 142-143. Universum. ISBN 80-242-1588-8.

⁸⁰ Bible: *Genesis*. Praha: Ekumenická rada církví ČSR, 1984, s. 19.

⁸¹ Had. In: LURKER, Manfred. *Slovník symbolů*. V Praze: Knižní klub, 2005, s. 143. Universum. ISBN 80-242-1588-8.

Chápání kladů a záporů je nutné chápat v kontextu společnosti a kulturních zvyklostí, jinak riziko nepochopení je obrovské.

Vybrání kladných vlastností bylo založeno na znalosti Evropy a její chápání v kontextu hodnot vlastní společnosti. Atributy přidělené vlastní společnosti, tedy pozitivní charakteristiky, nebyly v kladech zohledněny, tudíž je zde vymezení a hledání jiných doplňujících kladných vlastností nemajících takové zastoupení ve vlastní kultuře respondentů. Jako hlavní kladná vlastnost je označena otevřenost. Otevřenost v kontextu kulturním znamenající přijetí a spolužití různých odlišných kultur na jednom místě, v Evropě. Současně je otevřenost vnímaná jako kreativita a nespoutaný duch, který posouvá společnost dál k novým objevům, které jsou následně celosvětově přijímány, tudíž jsou využívány i v Číně. S otevřeností souvisí i pojem demokracie jako otevřeného prostoru, ve kterém, co není zakázáno, je povoleno.

Klady Evropské kultury jsou brány i lidské chování. Přátelství je jistou podobou také ukázkou otevřenosti a respektování druhých. Přátelství do jisté míry je chápáno i jako náhrada za rodinu, která není natolik silná jako ve vlastní Čínské společnosti. Proto i klad slušnost reprezentovaný v Číně rodinou hierarchií a ohledem na staré členy rodiny, je považován více za sociální jev předávaný společností jako takovou než přímo rodinou jako nositelem jevu.

Volný čas jako součást životního stylu byla již zmiňována. V kladech Evropské kultury byla označena radost ze života, což je vyústění spokojeného života, tedy životního stylu a dostatečného volného času. Radost ze života je prvek, který vzhledem k ostatním není úplně součástí vlastní kultury respondentů, protože ta je více cílena na soulad než čistě osobní radost. Tento deficit je tedy i pocíťován a může se jednat o jeden z možných exportních artiklů Západní kultury na Východ.

Kladny Evropské kultury

| | | | |
|------------------|------|------------|------|
| Otevřenost | 14% | Nadšení | 3% |
| Přátelství | 4% | Slušnost | 2,5% |
| Demokracie | 4% | Víra | 2,5% |
| Radost ze života | 3,5% | Kreativita | 2,5% |

Zápory vnímané v Evropské kultuře jsou pro její samotnou reflexi mnohem důležitější než klady, protože vytváří prostor k přehodnocení a ke zlepšení. Vnímání záporů je vnímání dle měřítka Východní společnosti. Zápory jsou vnímané díky samotné prezentaci Západu, vzhledem k většinové znalosti Západu skrze zprostředkované informace a nikoliv vlastní zkušenost přímo na Západě.

Tři nejvýraznějšími zápory jsou agresivita, arogance a sobeckost. Tento pohled je velmi varovný, protože taková prezentace Západu jistě není záměrná. Tento pohled může být založen i na chování některých zástupců Západní kultury v Číně, což vytváří z malého nereprezentativního vzorku v očích veřejnosti nekriticky přijímaný vzor Západního chování. Zápory agresivita, arogance a sobeckost byly udány na příkladu provozu skútrů v areálu Nanjing Agricultural University, i přes to že tyto stroje z velké části nejsou řízeny obyvateli Západu, jsou jim tyto vlastnosti přisuzovány, protože dotyční cizinci se v Číně dorozumívají angličtinou, tudíž jazykem Západu. Posuzování vlastního chování Západu jako agresivního, arogantního a sobeckého je otázkou, zda chování je neúmyslné a jedná se opravdu o jednu z vlastností kultury, nebo se jedná o záměrné vytváření nadřazeného dojmu vzhledem k vlastní exotičnosti a snahy zdůraznění vyčlenění jako cizinec ve Východní společnosti. Tyto jevy mohou být spojovány i s rasismem, který je v Západním pohledu silně odsuzován, ale stále v Západní společnosti aktivní.

Rodina je pro čínskou kulturu tradičně nosný prvek, proto pohled na Západ jako individualistickou strukturu založenou na občanské společnosti více než na tradiční rodině zdůrazňuje zápornou vlastnost nízký význam rodiny v Evropské kultuře. Fenomén „singels“ a nesezdaných párů je známý a pro Čínskou společnost silně orientovanou na rodinu a s velkým zájmem mladých lidí o svatbu a pokračování naučené rodinné tradice je tento projev společnosti nepochopitelný a ve skutečnosti odporující základním premisám Čínské společnosti.

Velkou část z odpovědí respondentů tvořila odpověď nevím. Neznalost záporů a oproti větší znalosti kladů dokládá převahu pozitivního přemýšlení vůči neznámému. Otázka se zápory Evropské kultury byla i často přeskakována, zde je možné vysvětlení s ohledem na předchozí charakteristiku čínské kultury jako mírumilovnou a nekonfliktní,

proto je snadné vyjádřit klady než zápory, a vzhledem ke své přirozenosti raději neotevírání konfliktu než přímé jednání s negativním efektem.

Zápory Evropské kultury

| | | | |
|---------------------|----|---------------------|----|
| Agresivita | 7% | Flexibilita | 4% |
| Arogance | 6% | Víra | 3% |
| Sobeckost | 5% | Rasismus | 3% |
| Neví | 5% | Otevřenost | 3% |
| Nízký význam rodiny | 5% | Sexuální nevázanost | 2% |

Zápory jsou stejně jako klady spojené s prezentováním Západu jako celku. Ojedinělou a významnou odpovědí bylo i zařazení uctívání velkých osobností a hrdinů Západní společnosti, což není nenormální jev v žádné společnosti. Respondent uvedl i jména hrdinů, jejichž uctívání považuje za kladné, jsou jimi Napoleon a Hitler. Tento názor, ač ojedinělý, je důrazným upozorněním na prezentaci Západu pro jiné společnosti bez znalostí okolností, protože prezentace převážně prostřednictvím zábavního průmyslu může být vnímána odlišně, než je chápání společnosti, která tuto prezentaci vytvořila.

4.12. Vliv Evropské kulturu na místní kulturu

Vliv kultur je podmíněn jejich kontaktem. V moderní společnosti se nemusí jednat přímo o lidský kontakt. Forma nelidských kontaktů je velmi široká vzhledem k rozšíření médií. Literatura, kinematografie, hudba, umění vytvářejí obraz kultury, který je pro jinou kulturu více či méně pochopitelný. Chápání významu z těchto přenašečů kultury nemusí vždy odpovídat chápání materiálu autorskou kulturou. Nejsilnější formou předávání vlivu je přímý lidský kontakt a zažití jiných kulturních praktik prostřednictvím vlastní zkušenosti.

Vliv kultury je významný, pokud je předána informace přijatá jinou kulturou a jakoukoliv formou zpracována. Kultura může zaznamenat vliv od jiné kultury, ale tento vliv může odmítnout, jako nepotřebný. Kladné i záporné vlivy mohou být reflektovány společností. Vnímání Evropské kultury Východní kulturou, v tomto případě Čínskou, je ze dvou třetin přijímáno jako kladný vliv na Východní kulturu, jde tedy o přenos částí

z kultury, které jsou Východem kladně přijímány. Třetina respondentů považuje vliv Evropské kultury na Východní za záporný, což je ovlivněno ochranou své vlastní kultury a zájmem o udržení svých tradic, na které jsou hrdi. Při tomto rozdělení respondentů je patrné, že se jedná o jasně definovaný problém, pro který jsou respondenti rozhodnutí v krajních mezích, nevyhraněné názory jako současné působení pozitivního a negativního vlivu a neznalost vlivu jsou zastoupeny pouze 8%.

Vnímání vlivu Evropské kultury

| | |
|--------------------------------|-----|
| Pozitivní | 62% |
| Negativní | 30% |
| Současně pozitivní a negativní | 5% |
| Neví | 3% |

Udržení jedinečnosti kultury je založeno na síle odolávat jiným vlivům, ale současně se přizpůsobit změně prostředí a v případě potřeby přijmout vliv jiné společnosti v zájmu své vlastní společnosti.

Vliv Evropské společnosti na Východní kulturu je pocíťován 77% respondentů, z toho 44%, téměř polovina, považuje tento vliv za zcela jasný. S ohledem na 62% respondentů považujících vliv Evropské kultury za kladný, je patrná skutečnost, že Evropská kultura ovlivňuje Východní kulturu, Čínskou kulturu, a tento vliv je považován za kladný. Respondenti preferující názor, že Evropská kultura nemá vliv na Východní kulturu, je minoritní a zastoupena 9%. V případě akceptování východiska silného vlivu Evropské kultury musí být zřetelně označeno, že tento vliv se podílí i na negativním vnímání celou jednou třetinou, což je významný poměr kladného a záporného vlivu, dva ku jedné.

Škála vlivu Evropské kultury na Východní kulturu

| | | | | |
|------------|-----------|------|----------|-----------|
| Určitě ano | Spíše ano | Neví | Spíše ne | Určitě ne |
| 44% | 33% | 14% | 3% | 6% |

Při rozboru vlivu a jeho potvrzení následuje i popsání projevu vlivu na oblasti. Odpovědi ve většinové míře, vzhledem k poměru vlivu dva ku jedné, zastupují kladné vnímání vlivu Evropské kultury. Zajímavým fenoménem je stav, kdy jedna vlastnost je přisuzována jak kladnému vlivu, tak zápornému, například slavení Západních svátků.

Vliv Evropské kultury je ve většině odpovědí nedefinován, odpovědi jen potvrzují pocit vlivu jako takového, nikoliv jeho konkrétní podobu. Tento obušuje hrany mezi kulturami, protože i přes pocitování vlivu není ohraničen, tudíž přesah mezi kulturami je šedou zónou, nikoliv jasně daným zjištěním. S pocitem kulturního vlivu Evropy souvisí i odpovědi ve smyslu míchání kultur, tudíž přejímání části Evropské kultury a současně reakce odpovídající reakci Západní kultury, tedy přejímání Evropské kultury částí kultury z Východu, Číny. V porovnání kladného a záporného vnímání vlivu Evropy je patrné, že převládá dva ku jedné pozitivní pohled na tuto synergii kultur.

Přejímání Evropského vlivu skrze myšlení podporuje i vliv životního stylu z Evropy do Číny. Evropský styl myšlení je dokládán na příkladu velkých filosofů od antických dob po velikány moderní filosofie. Současná poptávka po myšlení, vysvětlení smyslu života a duchovních otázkách směřuje zájem převážně mladých lidí právě na Evropské filosofy, pro přemýšlení a hledání odpovědí na otázky, na které nejsou schopni nalézt odpovědi ve vlastních Čínských filosofech, či tyto odpovědi nejsou dostačující. Mnoho studentů se zajímalo o Evropské filosofy a jejich otázky byly hluboké a směřovaly k samé podstatě filosofie.

Móda je nyní globálním fenoménem a její trendy jsou celosvětově přijímány. Vliv módy ovlivňující celý svět je stále nalézán v Evropě, stereotypně je přisuzován původ Francii a Itálii, a proto tento jev je i jedním z velmi silně ovlivňující kulturu Číny. Celá společnost, všechny vrstvy společnosti, jsou pod vlivem Evropské módy a Evropské značky jsou chápány jako záruka kvality a hlavně v aktuálním kurzu.

Západní svátky ovlivňují Čínou velmi významně. V tomto případě se nejedná pouze o svátky Evropské, ale velká část má původ v Severní Americe, ale jako celek jsou vnímány jako Západní bez bližšího rozlišení respondenty. Pokud je poměr kladných hodnocení dvě ku jedné pro pozitivní vykládání Evropského vlivu, v případě svátků se jedná spíše o vyrovnaný poměr. Tradiční čínské svátky jsou velmi silně zakořeněny a ochraňovány převážně staršími a rodinou jako celkem, zde spojitost se staršími

koresponduje, protože rodina je hierarchicky řízena právě staršími, proto je pocíťován negativní vliv Západních svátků etablojících se v Číně. Tradiční svátky jsou často mladými lidmi upozadřovány právě na základě větší atraktivity a silné marketingové podpory nadnárodních firem. Vánoce, Svatý Valentýn, Halloween a další jsou oblíbené a často komerčně slavené, jejich významový původ není často znám i z důvodu nezájmu. Při rozšiřování svátků je vytvořen mýtus na základě filmů a televizních seriálů, které odráží slavení těchto Západních svátků a jsou prezentovány v Číně jako součást zábavy. Tato forma zábavy vytváří povědomí o Západní kultuře a přejímání neúplných tradic ve skutečnosti vytváří nové komerční svátky. Na druhou stranu Západní svátky jsou považovány i za součást globálního světa a jsou kladně přijímány jako vzory chování pro „globální vesnici.“ Pozitivní vnímání je založeno na změně životního stylu převážně mladých lidí s orientací na oslavy, odpočinek a trávení času s přáteli. Právě trávení svátků s přáteli je měnící jev pro čínskou společnost, protože jinak většina svátků byla zaměřena na rodinu, což dokládají rozhovory ve zúčastněném pozorování. Pozitivní jevem je vliv Západních svátků i na ekonomiku, protože se vytváří precedens cyklicky opakovaných prodejů zboží a sjednocení sezón v obchodních kolekcích.

Vliv Evropské kultury na Východní

| | | | |
|----------------------|-----|----------------|------|
| Kulturní vliv obecně | 14% | Míchání kultur | 7,5% |
| Myšlení | 10% | Estetika | 4% |
| Móda | 10% | Hodnoty | 4% |
| Svátky | 10% | Globalizace | 4% |
| Životní styl | 9% | Média | 4% |

4.13. Evropské jídlo a stravování

Jídlo je jednou ze základních částí kultury, protože k němu se váže mnoho tradic. Tradice spojené s jídlem jsou často spojovány s domácím krbem, tedy rodinou. Kulturně odlišné jídlo je exotické a jeho oblíbenost může být více záležitostí trendu než chuti, příkladem ze Západní kultury může být Japonské sushi. V případě většinové nezkušenosti s životem v Evropě u respondentů je povědomí o Evropském jídle a stravování zúženo na

nepřímé zdroje jako například filmy nebo společnosti prezentující své produkty jako Západní styl stravování. Pro třetinu respondentů je Evropské jídlo oblíbené a 20% dalších respondentů ho považuje za spíše oblíbené. Neoblíbené je Evropské jídlo pro 14% a ve spojení se spíše neoblíbeností Evropského jídla u respondentů vytváří celková neoblíbenost v jakémkoliv měřítku jednu třetinu. Toto rozmezí dokládá větší nepreferování či lhostejnost k Evropskému jídlu než jasné přiklonění k jednomu z extrémů.

Škála oblíbenosti Evropského jídla a stravování

| Určitě ano | Spíše ano | Neví | Spíše ne | Určitě ne |
|------------|-----------|------|----------|-----------|
| 34% | 20% | 16% | 16% | 14% |

Tradiční čínské jídlo se stalo světovým fenoménem, a to i díky početné čínské komunitě žijící mimo oblast Číny. Tento fakt dokládá právě silné udržení tradice v jídlu a tím sílu kultury, která ani v jiném kulturním prostředí nezaniká, ba naopak vytváří si prostor pro svou existenci a láká i většinovou společnost založenou na jiné kultuře. Tento jev je možné dokládat i zmíněnou otevřeností Západního světa, protože dává prostor a respektuje symbiózu kultur, pokud daná kultura neohrožuje Západní.

Po porovnání oblíbenosti je nutné se zaměřit na důvody oblíbenosti. Tradiční čínské jídlo je považováno za vyvážené a zdravé. Trend mezi studenty je touha k síle a současně ke štíhlosti, proto se studenti zaměřují i na přemýšlení o své stravě a snaží se vybalancovat její chutnost, zdravotnost a současně společenskou atraktivitu. Nejvýznamnější část odpovědí konstatuje, že Evropské jídlo a způsob stravování je oblíbený. Oblíbenost je založena i na společenské atraktivitě, protože idea Západního stylu je silně komercializovaná. Je pravdou, že Evropské jídlo, potraviny, jsou v Číně považovány za zdravé a kvalitní, i když drahé. Zaměření na Evropské potraviny je založeno na jejich bezpečnosti, některé Čínské potraviny zapříčinily smrt konzumentů a Evropa se svými hygienickými a fyto-sanitárními opatřeními je jednou ze záruk nezávadnosti. Na této skutečnosti je vytvořen mýtus o Evropských potravinách, které jsou drahé, ale představují vrcholnou úroveň potravinové kvality.

Otázka zdravého či nezdravého Evropského jídla a stravování byla velmi frekventovaná a záleží na úhlu pohledu a objektu pohledu. Evropské jídlo není jednotné

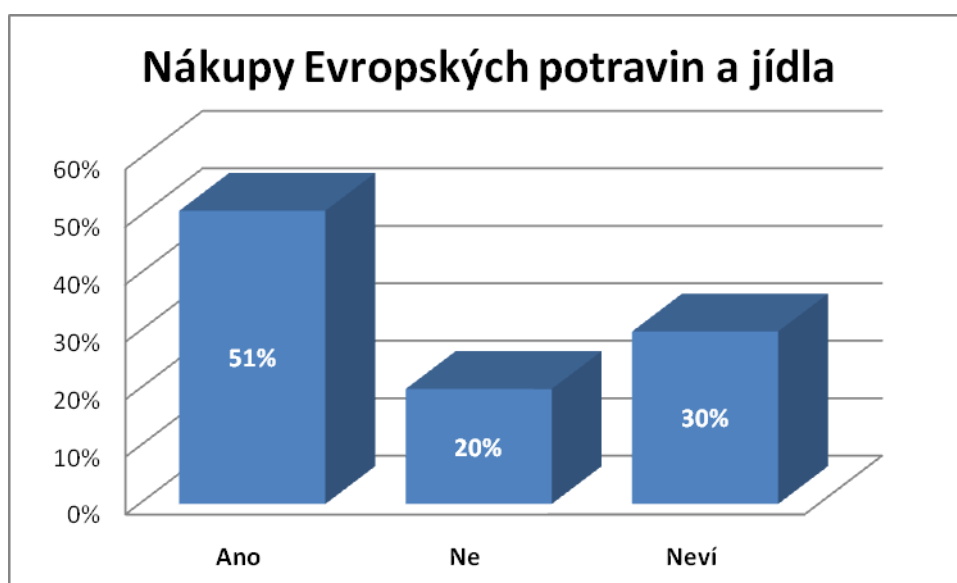
jako celá Evropská kultura a vyznačuje se řadou lokálních produktů a jídel, která se více méně stala světovými. U otázky zdravotnosti potravin převládá názor nezdravé. Důvodem pro tento názor je rozšíření řetězců rychlých občerstvení, které jsou považovány za Západní, takže jsou brány i jako Evropské. I tyto řetězce upravily svou nabídku pro Čínský trh a převládají pokrmy z kuřat, čímž společnost KFC je oblíbenější než konkurenční a světově více rozšířené rychlé občerstvení McDonald. Jídla z rychlého občerstvení přisouzené celému Západu jsou označovány za nezdravá, tučná a nevhodná pro zdravý život, ale jsou chutná, a proto i většina odmítavších tento druh potravy nakupuje. Druhým pólem je považování Evropské kuchyně za zdravé a vhodné. Pokrmy označené jako zdravé vycházejí více z Evropského prostředí než rychlá občerstvení. Zdravě vnímanými pokrmy jsou saláty, pizza, sýry. Italská kuchyně je označována za oblíbenou a zdravou, studenti velice rádi navštěvují restaurace, kde se podává pizza, protože se jedná o společensky atraktivní prostředí a tento druh jídla je brán jako „sváteční“ i vzhledem k její ceně. Nejvýznamnější kuchyní reprezentující Evropu je kuchyně francouzská, převážně zaměřená na kvalitní produkty jako jsou sýry a čerstvé ingredience dodávají výjimečnost. Celkově na Evropském jídle je oceňována čistota a nezávadnost, ať se jídlo považuje za zdravé či nikoliv.

Názor na Evropské jídlo a stravování

| | | | |
|-----------------|-----|-------------------|----|
| Oblíbené | 23% | Jednoduché | 4% |
| Nezdravé/ tučné | 11% | Nikdy neochutnali | 4% |
| Neoblíbené | 10% | | |
| Neví | 6% | | |
| Zdravá výživa | 5% | | |

Vnímání Evropského jídla a stravování je založena na společenském preferování místní kuchyně, která je založena z velké části na zelenině. Individuální preference se nejlépe vystihnou na ekonomické rovině, protože samotný individuální nákup je měřítkem, zda je produkt pro kupujícího vhodný či nikoliv. Ačkoliv mají respondenti o Evropském jídle a stravování různé protichůdné názory a jeho oblíbenost je různá, tak při nakupování

Evropských potravinových produktů jsou výsledky přesvědčivé. Nadpoloviční většina 51% respondentů nakupuje Evropské potraviny a jídlo, což je jasný fakt zájmu a konzumování. Příčiny nákupů jsou různé, většinou jde o chuť, i přes nezdravý obsah, nebo o touhu přiblížení se Západnímu světu a Západním jídlem prezentovat svou otevřenost a trendovost, což je do značné míry zapříčiněno následováním celebrit a vzorů chování přejímaných z filmů a seriálů Západní produkce. Evropské potraviny a jídlo nekupuje jedna pětina respondentů, jejich profilování je spíše ochránářské a vlastenecky považují Čínské jídlo za dobré a Evropské za špatné, v tomto vnímání je velký vliv rychlých občerstvení jako Západního způsobu stravování.



4.14. Evropské zboží na Čínském trhu

Ekonomiky se díky globálním vlivům staly provázané a výroba zboží již není doménou pouze lokální. Obchod s přidanou hodnotou (TiVA)⁸², na který se nyní zaměřuje OECD, je jedním z ukazatelů, že výrobky většinou nejsou vyráběny v jedné zemi původu. Evropské zboží na Čínském trhu je toho důkazem. Ačkoliv je zboží udáváno s původem z Evropy a mýtus o kvalitním Evropském zboží je silný, tak při pohledu na výrobní proces a komponenty se dá zjistit, že toto Evropské zboží má původ mimo jiné i v Číně. Značka

⁸² Industry and globalisation: What can the TiVA database tell us?. OECD. *OECD* [online]. 2013 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/sti/ind/whatcantivadatabasetellus.htm>

původu z Evropy tedy dodává punc kvality, s čímž je spojena i jeho cena a atraktivita. Při pohledu na atraktivitu Evropského zboží tedy není významné ani tak jeho lepší zpracování, ale sociální role Evropských produktů ve společnosti. Tato role je exkluzivita dodávající i společenskou prestiž.

Dle rozložené vnímání Evropského zboží na Čínském trhu je převládající názor respondentů kladný s 39%. Vnímání Evropského zboží není jednomyslné a preference jsou více méně rozloženy pravidelně s převahou kladného vnímání. Při pohledu na kladné a částečně kladné vnímání zboží s Evropským původem se 64% respondentů přiklonilo k obecně kladnému vnímání, což dokládá pověst Evropských produktů jako chtěných a preferovaných. Záporné vnímání Evropských produktů je v součtu obsaženo v 33% procentech pohledů. Vnímání Evropských produktů jakýmkoliv pohledem dokládá fakt, že Evropské produkty jsou ve společnosti známé a rozlišované od jiných produktů buď lokálních, nebo cizích.

Škála vnímání Evropského zboží na Čínském trhu

| Kladně | Spíše kladně | Neví | Spíše záporně | Záporně |
|--------|--------------|------|---------------|---------|
| 39% | 25% | 3% | 16% | 17% |

Evropské produkty jsou vnímány a rozlišovány od ostatních a jejich vnímání je ve skrze kladné. Povědomí o nich je založeno na jejich kvalitě. Obecné vnímání kvality je podloženo u produktů poměrem cena vůči využitelnosti, do tohoto rozlišení je nutné zařadit i sociální aspekt, kde využitelnost je jeden z důkazů sociálního zařazení a potvrzení svého sociálního postavení navenek prostřednictvím materiálních podob své prezentace. Kvalita je v odpovědích zastoupena téměř jednou třetinou, což vyzdvihuje její váhu ve všech ohledech. S kvalitou souvisí i cena, která je prakticky shodně zastoupena v odpovědích. Ze stejného důrazu je možné usoudit, že kvalita a cena jsou hlavními faktory vnímání Evropských produktů. Otázkou je, zda právě kvalita je podložena vysokou cenou, či naopak, zda vysoká cena symbolizuje vysokou kvalitu v myšlenkové rovině teorií „co je drahé, je kvalitní.“ Kvalita souvisí i s technologickou vyspělostí, to je jeden z atributů přisouzený respondenty Evropské společnosti. Technologická vyspělost ve spojení s rozvojem vědy a výzkumu přináší pokrokové produkty, které jsou prezentovány jako

výdobytky Evropy, a tím potvrzují její významné postavení v tomto ohledu. Technické řešení je i součástí výroby a využití, proto je Evropským produktům přisouzena i bezpečnost.

Provedení bývá podobně jako menu v rychlých občerstveních přizpůsobeno pro místní trhy. V odpovědích je zmíněn i prvek jiného vnímání vkusu a estetiky, který je odlišný od tradičního Čínského pohledu, tedy ideálu krásy. Přejímání Evropského pohledu na krásu skrze produkty je ovlivňování části Čínské kultury, která tento prvek považuje za atraktivní. Přejímání ideálů není masovou záležitostí, ale spíše periferním pohledem.

Produkty souvisí s obchodem a trhem obecně. Celosvětově jsou nastavována jasná pravidla mezinárodního obchodu pro jeho spravedlivé fungování. Osamoceným, ale významným názorem byl pohled na Evropské produkty, jako nucené produkty. Existence Evropských produktů na Čínském trhu byla přisouzena jako ústupek a nutnost ze strany mezinárodních institucí a především Světové obchodní organizace.⁸³

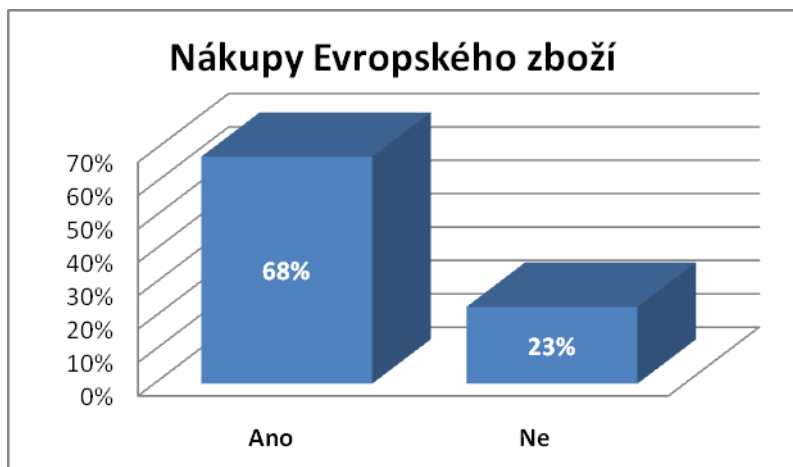
Povědomí o Evropském zboží

| | | | |
|-------------------|-----|----------------|----|
| Kvalitní | 30% | Jiné (styl) | 3% |
| Drahé | 29% | Důvěryhodnější | 3% |
| Dobré | 10% | Luxusní | 2% |
| Technicky vyspělé | 5% | Neví | 2% |
| Bezpečné | 4% | Existuje | 2% |

Evropské produkty jsou vnímány draze a kvalitně. Toto vnímání by mohlo rozhodnout o nezájmu o tyto produkty, ale reakce respondentů je opačná. 68% respondentů nakupuje Evropské zboží v různé míře, tudíž cena není pro ně hlavním faktorem, ale při spotřebitelském rozhodování vítězí jiné faktory, jako je kvalita či sociální význam produktů, respektive jejich exotický původ. Západní produkty obecně jsou založeny na představě o životě na Západě jako pohodlnějším způsobu života a právě produkty

⁸³ About the WTO: a statement by the Director-General. *World Trade Organization* [online]. 2013 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: http://wto.org/english/thewto_e/whatis_e/wto_dg_stat_e.htm

dopomáhají k nastolení pocitu sdílení takového životního stylu, který prezentují celebrity reprezentující Západ nejen ve filmech ale i sportu či ekonomice.



Význam koupi Evropských produktů je z 45% přisouzen vysoké kvalitě produktů. Spotřebitelé tedy z 45% upřednostňují kvalitní produkty, tedy delší životnost, zdravotní nezávadnost a bezpečnost. Vysoká cena jako důvod pro nákup, tedy potvrzení teorie „co je drahé, je dobré,“ je zastoupena 5% odpovědí. Obchodní značka je celosvětový fenomén žijící samostatně od podstaty produktů. Obchodní značka by měla být i reprezentantem kvality, ale její oblíbenost přerostla spíše do sociálního povědomí a klasifikaci značek dle sociální třídy. Bez ohledu na tento jev je rozhodování o nákupu obchodní značkou zastoupeno 4% v odpovědích, což je v lehkém rozporu s chování studentů vyzorovaném při zúčastněném pozorování.

Důvody nákupu Evropského zboží

| | | | |
|-----------------|-----|-----------------------|----|
| Vysoká kvalita | 45% | Zdraví | 4% |
| Vysoká cena | 5% | Bezpečnost | 4% |
| Oblíbenost | 5% | Styl | 4% |
| Obchodní značka | 4% | Pokroková technologie | 4% |
| Úspora času | 4% | | |

Evropské produkty jsou realitou na Čínském trhu a jejich vnímání je převážně pozitivní s ohledem na jejich kvalitu i přes vysokou cenu. Kvalita je do určité míry

zastoupena právě původem, který je zjevný díky obchodní značce, pod kterou je produkt prodáván. Názor na Evropské zboží je i jako nutný aspekt obchodování na světovém trhu. Při otevření trhu pro zahraniční produkty je nutné chápat účast na světovém trhu jako příležitost i riziko. Riziko pro konkurenceschopnost vlastních produktů. Vzhledem k patriotismu a ochraně tradic je nutné zkoumat i vztah místních výrobků a Evropských výrobků v očích Východního spotřebitele. Respondenti jako spotřebitelé produktů z Čínského trhu považují z 80% Evropské produkty za kvalitativně vyšší než lokální, což představuje velkou důvěru v Evropské produkty a jejich ekonomický potenciál. Vnímání Evropských produktů, založených na kvalitě, je chápáno jako odraz Evropské úrovně, ale samotné porovnání s místními výrobky dokazuje, že produkty jsou velmi silně mytický ukotvené. Jedna z odpovědí respondentů charakterizuje Evropské produkty jako vyšší, protože, kdyby byly nižší, nebudou potřeba.

Úroveň kvality Evropských výrobků nad místními výrobky

| | |
|---------------|-----|
| Vyšší | 80% |
| Některé vyšší | 9% |
| Stejná | 2% |
| Nižší | 1% |

4.15. Spojení mezi Evropskou a Čínskou kulturou

Pro interakci kultur je nutné jejich spojení konkrétní vazbou. Vazby vytvářejí lidé svým jednáním a projevy své činnosti. Přímé vazby založené na setkávání lidí jsou personálně silnější než nepřímé vazby založené na zprostředkované informaci, například na produktech vytvořených jinou společností pro potřeby dané kultury.

Základním objektem zájmu při sledování spojení mezi kulturami je samotná existence spojení. Vazba existuje pro 66% respondentů určitě a pro dalších 10% respondentů spíše ano, což vytváří mínění mezi třemi čtvrtinami respondentů o existenci vazeb mezi kulturami, tudíž i o jejich interakci. Tento druh vazeb není jednostranný, ale interakce probíhá oběma směry, jde o obohacování obou kultur svým spojením prostřednictvím konkrétních vazeb. Opakem by byla izolace kultury a její život ve vakuu,

ke kterému se přiklání 7% respondentů. Hypoteticky vzato, protože respondenti nevytváří reprezentativní vzorek čínské společnosti, při aplikaci tohoto názoru na celou čínskou společnost s počtem obyvatel 1 348 010 000 obyvatel⁸⁴ považuje 94 360 700 obyvatel Číny svou kulturu za izolovanou vůči Evropské. Tento hypotetický model má za cíl chápání velikosti Číny v kontextu milionů, kdy i několik procent má větší populační zastoupení než některé velké státy Evropy.

Existence spojení mezi Evropskou a Čínskou kulturou

| Určitě ano | Spíše ano | Neví | Spíše ne | Určitě ne |
|------------|-----------|------|----------|-----------|
| 66% | 10% | 11% | 6% | 7% |

Kultura v sobě zahrnuje spoustu dalších pojmů, které jsou její charakteristikou. Mimo jiné je kultura chápána i jako umění, architektura a sport. Vyjmenované oblasti kultury jsou i jedněmi z nejvýraznějších vazeb mezi Evropskou a Čínskou kulturou. Vazby založené na umění, umění je možno chápat jako literaturu, divadlo, film, hudbu, televizní produkci, jsou nejvýraznější. Skrze umění je šířeno povědomí o kultuře Evropy. Na základě uměleckého zpracování je i obraz Evropy, a tudíž Západu, vytvářen. Umění má v sobě velké riziko při tomto využití, umění nekoresponduje s realitou běžného života, ale každodenní život je v umění zpracován s určitým zabarvením, které však pro konzumenty umění z jiné kultury není rozlišeno z důvodu neznalosti reálií. Reálie o Západu jsou vytvářeny právě na základě umění, tedy právě opačně než je to při samotném vytváření umění. Spojení mezi Západem a Východem na rovině umělecké ukazuje zájem o Evropské umění jako o umění hodné pozornosti a jeho hodnota je tedy chápána jako vysoká. Umění využívá vlastní jazyk a interpretaci, pokud se jedná o architekturu, malířství či sochařství, ale v případě literatury, kinematografie či hudby je založeno na jazyku. Západní umění je převážně chápáno jako umění v anglickém jazyce. Angličtina je

⁸⁴ Country statistical profiles: China: Population 2011. In: *OECD.Stat Extracts* [online]. OECD, 2013 [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: http://stats.oecd.org/BrandedView.aspx?oecd_by_id=factbook-data-en&doi=factbook-data-en

světově rozšířena, a proto není možné v současném světě bez hlubší znalosti interpretů a autorů lokalizovat její původ. Umění jako spojení kultur bylo preferovanější než hospodářská rovina, což dokazuje důležitost sociální úrovně a vyšších potřeb nad hospodářským pohledem. Ekonomika je druhou nejsilnější vazbou dle odpovědí respondentů, což je chápáno i ve vztahu k předchozím kapitolám, jako základ obchodní výměny mezi společnostmi a vytváření produktů, které mohou kultury využívat mezi sebou paralelně.

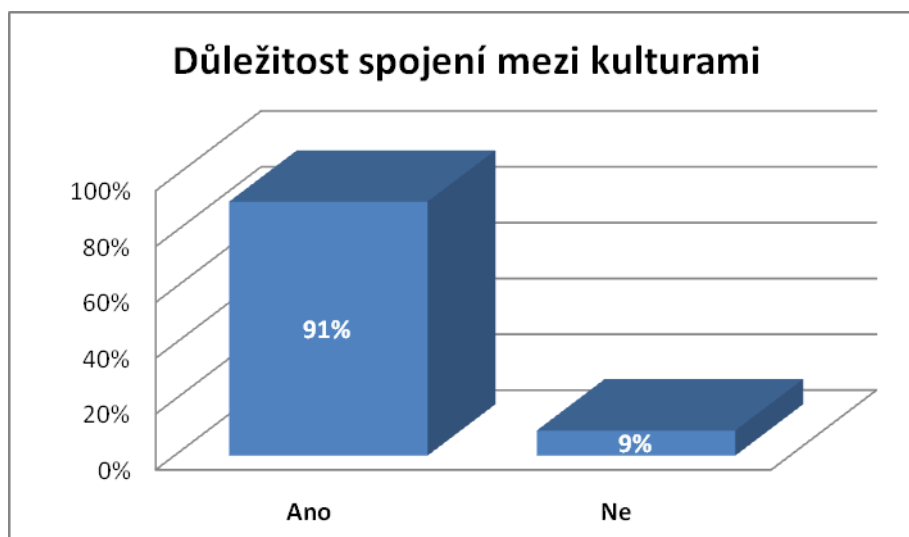
Vzhledem k profilu respondentů je významnou položkou i studentská mobilita, jako součást akademického života a příležitost i pro rozvoj osobního života. Studentská mobilita je výměnou pohledů a invence mladých lidí, kteří na základě své osobní zkušenosti s kulturou Západu mohou obohatit svou vlastní kulturu a mohou si o Západu vytvořit reálnou představu, a zároveň mohou exportovat do Západní kultury pozitivní jevy. Vazba kultur založených na mladých lidech je investicí do budoucna, protože přinese vzdělané a kulturně spojené dospělé jedince, kteří budou jednat s porozuměním obou kultur.

Vazby mezi Evropskou a Čínskou kulturou

| | | | |
|--------------|-----|---------------------|----|
| Umění | 14% | Studentská mobilita | 4% |
| Ekonomika | 12% | Architektura | 4% |
| Kultura | 7% | Neví | 4% |
| Sport | 5% | | |
| Životná styl | 5% | | |

Spojení společností je založena na vazbě umění a ekonomiky, což je možné brát jako komplexní pohled, protože zahrnuje vyšší i nižší potřeby. Samotná existence vazeb vytváří další otázky a oblasti k rozboru. Síla vazby je dalším určujícím faktorem, protože v případě nízké důležitosti vazeb mezi kulturami je jejich samotná existence bezpředmětná. Respondenti se přiklánějí k důležitosti vazeb a jako důležitou ji považuje 91%, což je silný mandát pro další zkoumání vazeb a jejich důsledků. Při chápání vazeb jako důležitých jsou i jejich následné efekty nutně brány jako markantní, protože jsou většinou zaznamenány i

bez dlouhodobého konkrétního zájmu o tuto oblast respondenty. Důležitost vazeb vytváří i velkou zodpovědnost za jejich fungování a chápání na obou stranách, protože při špatném přístupu je možné vazbami silně ovlivňovat pohled na Evropu kladným či negativním směrem oproti realitě.



Spojení mezi Evropskou a Čínskou kulturou je považováno za významné. Důležitost spojení vyústila i ve značný vliv spojení na obě kultury minimálně v oblasti porozumění a komunikace mezi nimi. Spojení kultur a jejich interakce je považována téměř třemi čtvrtinami respondentů za kladné, což znamená, že interakce je podporována a vyhledávána. Rozvoj pozitivního spojení kultur s velkou důležitostí vytváří základ pro kulturní výměnu, která může vytvářet podklad pro hospodářskou a sociální výměnu a vazby. Tyto okolnosti jsou nejlepším zázemím pro rozvoj vztahů a vytváření dobrých příkladů, tak zvaných „best practises“, které budou následovány. Pro rozvoj kladných vazeb je nutná hlubší analýza důvodů, proč 7% respondentů považuje vazby mezi kulturami za negativní, protože to může být základ pro zlepšení vlastního chování Západu a jeho reflexe. Přímé odůvodnění negativních vazeb nebylo respondenty uvedeno, ale tento rozbor je vhodné téma pro další práce.

Vnímání vazby mezi kulturami

| | |
|-------------------------------|-----|
| Pozitivní | 74% |
| Negativní | 7% |
| Zároveň Pozitivní i negativní | 14% |

4.16. Společné dějiny

Čínská společnost se sama charakterizovala převážně na základě tradic a historie. Hrdost na dlouhou kontinuální historii je značná a patrná při každém rozhovoru v Číně. Tato vlastnost má za následek i sepjetí s minulými generacemi a udržování mýtů vytvořených v dějinách. Pro tento silný vliv dějin Číny na kolektivní identitu je důležité vyhledání historických interakcí mezi Čínou a Západem prezentovaným Evropou, dějiny Severní Ameriky v porovnání s Čínou nejsou významné a dle výsledků vnímání rozdílu uvnitř Západu, mezi Evropou a Severní Amerikou, je Severní Americe přisuzována spíš současná úloha než předešlá.

Respondenti z Nanjing Agricultural University převážně nevnímají své dějiny jako dějiny jakkoliv spojené s Evropskou společností. Tento názor zastává 41% respondentů, téměř polovina. Na druhou stranu 30% respondentů chápe své dějiny jako spojené s Evropskou společností. Politika Číny, jako entity trvajících od starověku, byla a je založena na nevměšování a udržování vlastních záležitostí uvnitř země, to je i jeden z pohledů Číny, nikoliv ven, ale dovnitř. Čína byla otevřena novým vynálezům, myšlenkám nebo tolerantní k jiným kulturám, ale pouze když oni přišly k ní, nikoliv opačně. Toto vnímání historie je obecně rozšířeno a tento pohled přineslo i zúčastněné pozorování.

Škála vnímání společné části dějin s Evropskou společností

| Určitě ano | Spíše ano | Neví | Spíše ne | Určitě ne |
|------------|-----------|------|----------|-----------|
| 30% | 14% | 9% | 6% | 41% |

Respondenti považující vlastní dějiny částečně spojené s Evropskou společností odkazují na celou širší dějin. Nejstarším příkladem společné historie byla hedvábná stezka, která je v Evropských dějinách považována významnou obchodní tepnou a cestu příchodu nových technologií, ale i pro Čínu to byla komunikace otevírající nové obzory a

příležitosti. Další zmíněnou etapou společné historie bylo období dynastie Qing, které bylo ve znamení Opiové války a polo-koloniální a polo-feudální společnosti.⁸⁵

Vnímání záporných atributů Evropské společnosti, jež bylo označeno v podkapitole „Klady a zápory Evropské kultury,“ potvrzuje i označení společné části dějin jako válka, násilí a Druhá světová válka, jejíž masakry jsou v Číně doposud citlivé téma. Nepřímé spojení bylo označeno jedním z respondentů, který uvedl, že jedna historický vývoj je shodný s Evropským, pouze se liší v lokalitě.

Celkově 44% respondentů vnímá své dějiny jako ovlivněné či částečně ovlivněné Evropskou společností. Tito respondenti považují tyto části své historie ze dvou třetin za kladné, tedy za část, která měla pozitivní vliv na další vývoj Čínské společnosti. Negativní postoj k vlivu části historického vývoje spojeného s Evropskou společností na další etapy považuje 16% respondentů. Vliv Evropy v dějinách Číny není považován za velký, ale ty části, které jsou, jsou kladně přijímané.

Vnímání společné části dějin s Evropskou společností

| | |
|-----------|-----|
| Pozitivní | 65% |
| Negativní | 16% |
| Oboje | 16% |
| Neví | 1% |

Historie Číny je významným prvkem i Čínské současnosti. Evropská společnost není chápána jako ovlivňující prvek v Čínské historii a její účinkování v Čínské historii je bráno marginálně, ale pozitivně. I tento menší a převážně pozitivní vliv má dle respondentů vliv na současnou kulturu a formuje nynější Čínskou společnost z celých 79%.

⁸⁵ Qing Dynasty. MINISTRY OF CULTURE, P.R.China. *Chinese culture* [online]. 2003 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: http://www1.chinaculture.org/library/2003-09/24/content_22834.htm

Vliv společné části dějin s Evropskou společností na současnou kulturu

| | |
|------|-----|
| Ano | 79% |
| Ne | 15% |
| Neví | 6% |

Ve vnímání respondentů nebyly zohledněny moderní dějiny ani problematika Hongkongu. Možné vysvětlení je v chápání dějin v kontextu říše trávající tisíce let a blízká historie není tolik zdůrazňována a vyzdvihována.

4.17. Způsob života

Způsob života je aktivní podoba kultury. Ve způsobu života se odráží veškeré hodnoty, záměry, cíle a sleduje důležitost obecně platných pravidel ve spojení se základními lidskými potřebami navyšovanými o potřeby vyšší. Chápání kultury jedincem je ve velké míře založeno na chápání způsobu života, protože právě způsob života je pro srovnání jedinci nejbližší. Tato znalost musí vycházet právě ze znalosti způsobu života v jiné kultuře, tato znalost je často přejímána prostřednictvím zábavního průmyslu jako šířitele Západního umění.

Respondenti jsou schopni využívat anglický jazyk, protože angličtina byla pracovním jazykem při sběru dat, proto jsou považováni i za konzumenty Západních uměleckých produktů typu hudby, kinematografie a televize. Západní způsob života je nyní spojován i se sociálními médii, které jsou pro život mladého člena Západní společnosti prakticky nutností. Tento způsob života podporovaný chytrými telefony, není jen Západní fenomén, ale v jiné podobě je silně rozšířen i v Číně, jedná se pouze o využívání jiných produktů prakticky totožných se Západními. Prostřednictvím internetu a uměleckých forem je představa o Západním světě šířena a do značné míry ji Západ sám vytváří.

Způsob života je považován za rozdílný v 92% odpovědí, což je silné vymezení obou reálných podob kultury. Kontrast způsobu života je podmíněn osobní nezkušeností života v Evropě převážnou částí respondentů. Neznalost vytváří mýtus o způsobu života v Evropě a s ohledem na většinu filmů a televizních seriálů považovaných za zobrazení

skutečného obrazu Západního světa je tento mýtus prohlubován a stává se vyhraněnější než by bylo prosté porovnání každodennosti v obou společnostech. Pouhé 4% odpovědí vnímají způsob života za shodný a jednotný, jak v Evropě, tak v Číně.

Škála rozdílu způsobu života mezi Západem a Východem

| Určitě ano | Spíše ano | Neví | Spíše ne | Určitě ne |
|------------|-----------|------|----------|-----------|
| 92% | 1% | 3% | 0% | 4% |

Rozdílnost způsobu života je respondenty potvrzena a jejich projevy jsou oblastí, která nejlépe vysvětlí pohled Východu na Západ s ohledem na každodenní život jednotlivce. Způsob života neboli životní styl, je rozdílný dle odpovědí v 28%, toto konstatování je založeno na pocitu rozdílu, ale hlouběji není rozdíl respondenty uveden. Jedním z hlavních rozdílů způsobu života je i stravování, které je jednou ze základních potřeb člověka, a tato část byla celkově rozebrána výše.

Významným rozdílem ovlivňující i další rozdíl finance je způsob práce. Pracovitost je jednou z charakteristik Čínské kultury dle respondentů, a proto vymezení vůči tomuto rozdílu je velmi citlivé. Způsob pracovního života je respondenty v Číně pokládán za rychlejší, zaneprázdněnější a konkurenčnější než v Evropě. Naopak pracovní styl Evropy je charakterizován jako klidnější a s důrazem na užívání si života i ve všední dny. Právě využívání času pro volný čas, tedy nepracovní čas, je jeden z velkých rozdílů, příkladem je práce o víkendech, která v Evropě není. Finanční aspekt toho rozdílu je vnímán obráceně, než by z logiky pojmů mohl být. Evropa je chápána jako bohatší i přes kratší pracovní dobu, efektivita práce není zmíněna, a Čína jako pracovně náročnější, ale s nižšími odměnami a bez užívání si života. Způsob práce souvisí i s řešením problémů, které je považováno za jeden z dalších rozdílů, dle odpovědí je právě řešení problémů v Evropě jednodušší než v Číně. Přístup k problémům je základní charakter i Čínské společnosti, která se konfrontacím vyhýbá.

Mezi rozdíly byla zařazena i samotná kvalita života s ohledem na životní prostředí. Chápání rozdílu životního prostředí lze rozdělit do dvou částí. Jedna je sociální, která je charakterizována hodnotami společnosti, mezilidskými vztahy založenými na přátelství nikoliv na rodině a dále zalidněnost. Hustota obyvatel ve velkých městech je v Číně

enormní a je provázána komplikacemi života jako například dopravní zácpy a přetěžování veřejné dopravy ve špičkách. Druhou část lze pojmut jako ekologickou. Ekologické znečištění Číny je vnímáno jako protiklad ekologicky smýšlející Evropy s důrazem na bezpečné prostředí pro život. Znečištění je jednou z externalit vysokého přelidnění velkých měst a rozvoje průmyslu, který ale je motorem ekonomického růstu a bohatnutí obyvatelstva. Právě čisté životní prostředí a ekologie bylo jedním z často pozorovaných témat při zúčastněném pozorování a směřováno na zájem o získání znalostí a inspirací s ochranou životního prostředí z Evropy.

Rozdíl způsobu života mezi Evropou a Čínou

| | | | |
|---------------------|-----|-------------------|----|
| Životná styl obecně | 28% | Neví | 3% |
| Stravování | 8% | Finance | 3% |
| Způsob práce | 7% | Zalidněnost | 3% |
| Hodnoty | 5% | Kvalita života | 3% |
| Mezilidské vztahy | 4% | Životní prostředí | 3% |

4.18. Vztah mezi Evropskou a Čínskou společností

Vztah mezi Evropskou a Čínskou společností je vztahem vzdáleným nejen kulturně ale i geograficky. Vztah založený na takové vzdálenosti je možné vykládat více pozitivně než negativně. Pozitivní vnímání je založeno na zájmu a potřebě, protože při záporném vztahu založeném na nepřátelství by vztah být nemusel, a ani asi nebyl. Velký geografický odstup předurčuje vytváření vztahu na základě přínosů, nikoliv ztrát, už jen z důvodu nutnosti velké investice do jeho budování přes překážky kulturní i zeměpisné. Ke kladnému vnímání vztahu mezi společnostmi se přiklání 63% odpovědí respondentů, tedy asi tři čtvrtiny. Jako velmi špatný pro vlastní společnost chápe vztah 10% respondentů. Rozhodování o chápání vztahu jako přínos či ztrátu pro vlastní společnost je pochopitelné a postaveno na pohledu respondentů na blaho své společnosti. U velmi špatného chápání vztahu se dá jako důvod uvést ochrana vlastní společnosti před podněty z Evropské společnosti, které nejsou vhodné pro Čínskou společnost. Převládající názor na vztah jako velmi dobrý je pro interakci společnosti dobrým základem. Silně zazněla i odpověď

s odkazem na nerozhodnost posouzení vztahu, odpověď nevím. 19% odpovědí respondentů se nedokáže rozhodnout, zda vztah mezi společnostmi je kladný či záporný. Skoro jedna pětina respondentů si není jista a záleží na jejich osobní zkušenosti a prezentaci Západní společnosti jako celku, k jakému extrému se tato část nerozhodnutých obyvatel Východu přikloní. Pro budoucí velmi dobré vztahy mezi společnostmi je nutné pracovat s chápáním této skupiny a vztah na základě i jejich potřeb utvrzovat v pozitivním směru.

Vztah Evropské a Čínské společnosti

| | | | | |
|-------------|-------------|------|--------------|--------------|
| Velmi dobrý | Spíše dobrý | Neví | Spíše špatný | Velmi špatný |
| 63% | 4% | 19% | 3% | 10% |

Vztahy mezi společnostmi jsou založeny převážně na určitém druhu výměny a na vyvolání vzájemné potřeby o vztah. V případě, kdy 19% odpovědí respondentů, je založeno na neznalosti, což je také druhá nejsilněji zastoupena odpověď, je nutné revidovat tento vztah a jeho důvody, protože vztah bez důvodu je určen k zániku a jeho vnímání může více přerůst k negativnímu než pozitivnímu.

Většina odpovědí respondentů označila vztah za velmi dobrý, a tím také otevřela možnost zaměření se na důvody, které tento vztah představují v pozitivním světle. Kladné vnímání vztahu je založeno na spolupráci, která rozvíjí vztah a otevírá možnost poznání a chápání jiné společnosti. Respektování jiných druhů chování, které je při spolupráci nezbytné, je rozvoj společenských vazeb na všech úrovních, protože i díky prvotnímu zájmu o obchod se rozvíjejí i neformální vazby, jak by se dalo připomenout na příkladu Hedvábné stezky. Obchodní vztah je další častou odpovědí, zastoupenou 15%. Čína je jednou z velmocí a díky svému rychlému růstu na konci dvacátého století je stabilní ekonomikou obchodující s celým světem. Díky schopnosti navazovat obchodní vazby, které v určitých ohledech jsou i nad vazbami kulturními, protože zisk dokáže přenést zájmové skupiny i přes různé konflikty. Druhou stranou ekonomického prostředí je i konkurence, která je ve spojení s obchodním vztahem zmiňována. Formy konkurence jsou různé, ale v této podobě ji lze chápat jako impulz k rozvoji a učení se od lepších, tedy oběma směry, a tím zaručený ekonomický rozvoj.

Společnosti jsou vnímané jako rozdílné, to potvrzuje i 6% odpovědí. Vzájemné obohacování z rozdílů je přínosem pro každý vztah, ale zde vystupuje riziko silné rozdílnosti, které vede až k nepochopení a nepřátelství. Tento jev je dle mínění respondentů, ale minimální i vzhledem k pozitivnímu chápání vztahu, tudíž lze považovat vztah za rozdílný v pozitivním slova smyslu.

Vnímání vztahu Evropské a Čínské společnosti

| | | | |
|-----------------|-----|-------------|----|
| Neví | 19% | Těsný vztah | 4% |
| Spolupráce | 15% | Rozvoj | 4% |
| Obchodní vztah | 11% | | |
| Pozitivní vztah | 8% | | |
| Vztah rozdílů | 6% | | |

4.19. Budoucí vývoj vztahů mezi Evropskou a Čínskou společností

Udržitelnost vztahů je pro kontakt mezi společnostmi nezbytný. To neznamená, že jsou vztahy neměnné, ba naopak, vztahy mezi živými entitami, mezi které se řadí i společnosti, jsou proměnné a je na zájmu jednotlivých partnerů vztahu, kam se budou posouvat.

Předpověď čehokoliv je záležitostí domněnek a určité formy magie založené na faktických či éterických metodách. Pro určení vývoje vztahu je základní pochopit společenské klima ohledně vztahu s jinou společností. Společenské klima je základem pro možné rozvíjení vztahů mezi společnostmi i v ohledu obchodních zájmů.

Náhled na budoucí vývoj vztahů mezi společnostmi je založen na společenském klimatu. Respondenti vidí vývoj vztahu jako kladný, tedy jako vylepšování a prohlubování vztahů na přínosné úrovni. Odpovědi pro kladný vývoj jsou zastoupeny 78%, což značí možnost zlepšení oproti stávajícím vztahům, které jsou kladně chápány v 63% odpovědích respondentů. Zde se ukazuje prostor pro zlepšení o 15%, což posouvá záporné vnímání vztahů směrem do kladného a snižuje vnímání bez přisouzení vztahu jako kladného, či záporného. Čistě záporný vývoj vztahů očekává pouze 1% odpovědí respondentů, což je silné očekávání k zlepšení oproti chápání současného stavu vztahů. Respondenti, kteří

nevědí, zda je vztah záporný nebo kladný, zůstávají více méně stabilně zastoupeny, fakticky se jedná o snížení odpovědí nevím ve prospěch kladného výhledu. Z porovnání vychází trend očekávání zlepšení vztahů, kdy stávající část společnosti s kladným vnímáním současného vztahu dále pokračuje ve svém trendu, načež část společnosti pokládající současný stav vztahů za záporný vidí v budoucnu zlepšení a přiklání se k pozitivnímu pohledu.

Škála náhledu na budoucí vývoj vztahů

| Kladný | Spíše kladný | Neví | Spíše záporný | Záporný |
|--------|--------------|------|---------------|---------|
| 78% | 3% | 13% | 4% | 1% |

Převládající kladný náhled na budoucí vztahy je nutné zkonkretizovat a zaměřit se na oblasti, ve kterých budou vztahy dále rozvíjeny. Respondenti se ve velkém zastoupení nezaměřili na pohled budoucího vztahu obecně, ale velmi subjektivně a projektovali do svých odpovědí vlastní začlenění do budoucích vztahů mezi Evropskou a Čínskou společností. I vzhledem k profilu respondentů jako studentů připravujících se na ekonomicky a politicky aktivní život, je dobré chápat jejich úlohu v budoucnu jako vizi nastupující generace budoucích partnerů Evropy, respektive Západu.

Hlavní oblastí budoucích vztahů dle respondentů je poznání zastoupené cestováním. Cestování je jednou z forem nedokonalého poznání života v jiné společnosti, ale oproti zprostředkovanému poznání je založeno na osobní zkušenosti a pocitech nabitých na konkrétních místech. Při otevírání světa díky globalizaci a vývoje technologií, díky nimž je možné cestovat rychle a bezpečně, je zájem o cestování na vzestupu. Například zájem Číňanů o město Praha je enormní, to není pouze jedinečnosti města samotného, ale souvisí to i s velmi popularizací Prahy Čínskou zpěvačkou Jolin Tsai (蔡依林) písní „Pražské náměstí“ (布拉格广场), text písně je uveden v příloze číslo 12.

Studenti mají velký zájem o zvýšení své kvalifikace pro pracovní trh a jednou z ceněných forem je studijní pobyt na Západě. University Severní Ameriky jsou pro Čínské studenty dle zúčastněného pozorování atraktivnější, ale i Evropské vzdělání má velmi dobré renomé, proto další rozvoj vztahů vidí právě v tomto směru. Ze strany studentů je hlavní zájem na studijní pobyty v Německu a mnoho ze studentů své preference jasně

formulovalo dle poznatků ze zúčastněného pozorování. Na druhou stranu Čína je otevřena studiu zahraničních studentů, což bylo patrné i ze zúčastněného pozorování při autorově pobytu na Nanjing Agricultural University.

Globální svět je otevřen mnoha vlivům a vztahy mezi společnostmi jsou i prostředníkem pro přenos těchto vlivů. Jedním z pohledů na budoucí vztah je i změna společnosti a posun Evropské společnosti blíže k Východní na základě integrace kultur založené na otevřenosti. Jeden z respondentů chápe budoucí vývoj vztahů jako proces, který má začátek ve studiu, díky kterému může poznat a více pochopit Evropskou společnost a na základě tohoto učení se může sám adaptovat do Evropské společnosti, čímž sám sebou vytvoří prostředníka pro porozumění mezi společnostmi.

Oblasti vývoje vztahů

| | | | |
|----------------------|-----|------------------|----|
| Cestování | 15% | Přátelství | 5% |
| Neví | 10% | Spolupráce | 5% |
| Pozitivní vývoj | 8% | Globalizace | 4% |
| Studium | 7% | Integrace kultur | 3% |
| Obchod/ Hospodářství | 7% | Otevřenost | 3% |

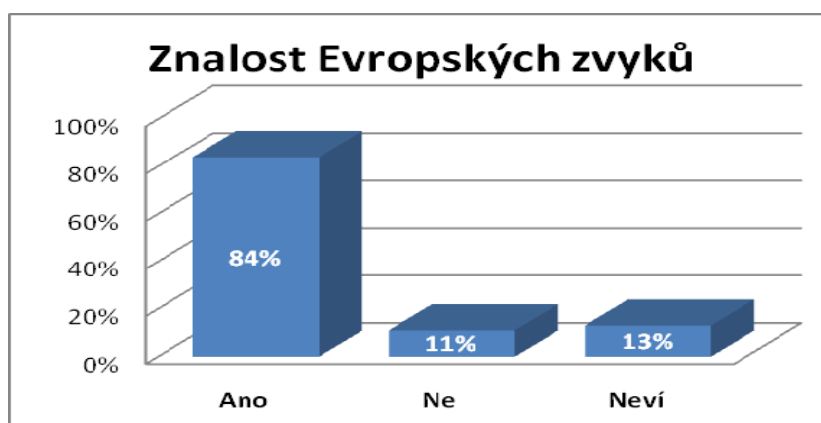
4.20. Vnímání Evropských zvyků

Způsob života je chápán jako odlišný od života v Číně, jedním ze základů odlišnosti jsou i samotné projevy chování, které je automatizováno do podoby zvyku. Zvyk je i projevem tradic, které se v něm stávají aktivními. S nadsázkou lze považovat chápání zvyků jako porozumění fungování kultury. Hodnota zvyku je spojena s aktéry, kteří zvyk provozují, vnímání zvyku z jiné kultury bez zasazení zvyku do celku je kusé a nedokáže přinést hlubší vysvětlení, než pouhý popis činnosti. Samotné zvyky lze i dle autora volně popsat jako institucionalizované podoby tradičního chování přisouzené ke konkrétním životním situacím.

Znalost Evropských zvyků je založena na stereotypch, které tvoří povědomí o Evropě v Čínské společnosti. Tyto stereotypy jsou zasazeny do společnosti v podobě mýtů o chování, způsobu života a fungování společnosti. Zvyky jsou důležitou součástí těchto

mýtů, protože jsou rutinní způsoby chování podporující důvěryhodnost mýtů. Respondenti v 84% odpovědí vyjadřují znalost Evropských zvyků a tuto znalost někteří dokládají stereotypy o Evropském chování. V obecném povědomí, tedy jedním z pohledů Východu na Západ skrze každodennost, jsou zvyky jako slušné chování, charakterizováno mužem jako gentlemanem, pracovní návyky, jako plánování a potvrzování týden dopředu. Evropa jako celek je složena z mnoha států a národů, proto i znalost zvyků je brána jako stereotypní chování těchto subjektů. Zmiňovanými příklady zvyků Evropských národů jsou Anglické pití čaje o páté, záliba Řeků v matematice, Německá dochvilnost a Španělský styl života založený na vstávání v deset hodin dopoledne, volnu od dvou hodin odpoledne a životu založeném na zábavě a nočním životě. Znalost těchto zvyků, stereotypů, o Evropě je možné vykládat jako zájmu o Evropu a znalosti založené na převzetí nepřímých svědectví, prostřednictvím prostředníků či médií, nebo obecném povědomí o Evropě založeném na pohledu stereotypů, které se dalším šířením jen potvrzují.

Neznalost Evropských zvyků zazněla v 11% odpovědí. Neznalost může být založena na nezájmu o cizí zvyky z důvodu jejich nepotřebnosti, vzhledem k velikosti a neobsaženosti Číny. Četnější odpovědí byla 13 % odpověď neví, která může být vykládána podobně jako odpověď o neznalosti zvyků, ale i o nejasnosti a nedostatku relevantních informací, které by podložily znalost některých zvyků a jejich stereotypního chápání.



Evropské zvyky jsou pro většinu respondentů známé. Zvyky jsou obsaženy v celé šíři života člověka. Respondenti se zaměřili na několik okruhů, jejichž důležitost je i zmiňována v jiných kapitolách práce. Nejvíce známé zvyky jsou zaměřeny na osobní rovinu života ve společnosti a do ohniska zájmu dávají člověka a jeho potřeby. Radost ze života je chápána jako přístup k životu, který vytváří na základě lidského pocitu pohody

zázemi pro další rozvoj společnosti, samotné užívání si života je jednou ze záležitostí, která je i spojena s využíváním volného času na Západě, na který je z pohledu Čínské společnosti nahlíženo rozporuplně. S využitím volného času je spojeno i cestování, jako jeden z chápaných zvyků Evropanů. Cestování je prostředkem, jak se společností setkávají, protože Čína je atraktivní destinací pro cesty z Evropy. Zvyk cestovat vychází i z ekonomické síly jedinců, kteří si mohou dovolit vynakládat více na vyšší potřeby.

Stravovací návyky, jako jeden z atributů kultury, jsou výrazně odlišné od Čínských stravovacích návyků, proto je i jejich existence jasně chápána. Znalost zvyků vychází právě z jejich rozdílnosti, protože díky rozdílům ve zvycích, jsou vytvářeny stereotypy a vyhranění vůči nim ústí v povědomí o existenci zvyků v jiné kultuře. Vzdělání v Evropě má v Číně velice dobré renomé, podložené dlouhou tradicí vzdělávacího systému a universit, což vytvářejí celkové povědomí. Zároveň respondenti jsou studenty Nanjing Agricultural University, která přijímá i Evropské studenty, a proto je povědomí o Evropském vzdělání jako o obyčejí natolik rozšířeno.

Známé Evropské zvyky

| | |
|-------------------|-----|
| Radost ze života | 16% |
| Stravovací návyky | 11% |
| Cestování | 11% |
| Vzdělání | 11% |

Zvyky jiné společnosti, v tomto případě Evropské, jsou i hodnoceny dle kritérií Čínské společnosti a na kulturním základě. Oblíbenost či neoblíbenost vychází ze znalosti zvyků, proto pouze ke známým zvykům je možné se kvalitativně vyjádřit. Oblíbenost je možné vidět ve dvou perspektivách. První z perspektiv je komplementárnost, tedy oblíbenost zvyku za účelem přijetí za svůj a doplnění vlastní kultury o cizí vliv jako doplněk pro zkvalitnění svého vlastního životního prostředí. Druhá perspektiva je obliba svých vlastních zvyků a projekce těchto hodnot i do hodnot společnosti a nalezení společných zvyků, které jsou pozitivně chápány, tudíž vytvoření oblíbenosti cizích zvyků na základě shody s vlastními.

Nejoblíbenější zvyky Evropy z pohledu respondentů jsou užívání si života, 16% odpovědí. Užívání si života je životní styl vedoucí k radosti ze života v osobní i pracovní oblasti. Životní styl zaměřený na člověka je jeden z oblíbených Evropských obyčejů a je dále rozváděn do oblastí volného času se zaměřením na využívání víkendů a dovolené, což je zvyk, který není v Číně rozšířen, proto tuto oblíbenost lze pokládat za pohled z první popsané perspektivy.

Oblíbené Evropské zvyky

| | | | |
|-------------------|-----|-----------------------------------|----|
| Radost ze života | 16% | Volný čas (víkendy a dovolená) | 6% |
| Stravovací návyky | 7% | Cestování | 6% |
| Životní styl | 6% | Žádné | 6% |

Jasně rozdíly mezi zvyky z Evropské a Čínské společnosti určují neoblíbené Evropské zvyky. Neoblíbenost je méně specifikována a hlavními výslednými odpověďmi neoblíbenosti jsou žádné, tedy pro nejsilněji zastoupený názor nejsou žádné zvyky neoblíbené. Druhým nejvíce neoblíbeným Evropským zvykem není znovu nic konkrétního, ale jedná se o odpověď nevím. Nekriticky pojaté odpovědi na neoblíbené Evropské zvyky lze chápat jako kulturní problém vycházející ze zúčastněného pozorování, protože Čínská společnost nevytváří konflikt a snaží se nekritizovat. Nebo odpovědi lze vysvětlit pomocí kladného pohledu respondentů, kteří se zaměřují na oblíbené zvyky, které znají, ale neoblíbené zvyky nepřijímají a neberou je vůbec v potaz.

Specifikovanými neoblíbenými Evropskými zvyky jsou stravovací návyky a volný čas o víkendu. Oba tyto zvyky jsou již zastoupeny i v oblíbených zvycích. Stravovací návyky jsou považovány za spíše neoblíbené, protože počet odpovědí byl o 6% vyšší právě u neoblíbenosti než oblíbenosti. Příklady neoblíbených stravovacích zvyků jsou anglické snídaně a obecně Britské jídlo, reprezentované stereotypem britské kuchyně „fish and chips“ a jedení sladkého po jídle, sladké není obecně populární v Číně z důvodu snahy o zdraví životní styl a štíhlou linii. Fenoménem se stal volný čas, upřesněně volné víkendy, které získaly stejné procento odpovědí, jak v oblíbených zvycích, tak v neoblíbených. Ačkoliv volný čas je u oblíbených zvyků ještě podporován zvykem radosti ze života, tak

jejich přímé poměření vychází stejně. Práce o víkendu je některými respondenty brána jako vhodná, což je oblíbený Čínský výraz směřující k harmonii, a volný čas o víkendu je považován více za lenost. Nepracovní víkendy jsou chápány, i jako znepríjemňující aspekt života uváděný na příkladu zavřených obchodů o víkendu. Volný čas je vnímán rozporuplně a pohled Východu na Západ v tomto ohledu není sjednocen ani uvnitř jednoho z hlavních reprezentantů Východu Číny, reprezentovaným dotazníkovým výzkumem.

Neoblíbené Evropské zvyky

| | |
|---------------------|-----|
| Žádné | 17% |
| Neví | 15% |
| Stravovací návyky | 13% |
| Volný čas o víkendu | 6% |

Zvyky jsou kulturně vytvářeny pro potřeby dané společnosti, proto i jejich export je náročný a často nemožný. Využití zvyků z jiné kultury ve vlastní mění jejich okolnosti a i význam. Zvyky jiných společností mohou být oblíbené, ale to nemusí znamenat, že by měly být přijaty do vlastní společnosti, a tím do vlastního života. Hlavními postoji k přijímání zvyků z Evropy do vlastní společnosti jsou záporné či neutrální reakce. Žádné zvyky nechce přijmout největší část sjednocených odpovědí. Stejně silný postoj je i k přijetí některých zvyků, které ale respondenty nebyly specifikovány, tudíž se může jednat spíše o neutrální postoj, než o záměr k přijetí konkrétních zvyků za vlastní.

Hlavním konkrétním Evropským zvykem, který by si respondenti přáli přijmout za vlastní zvyk, je radost ze života. Tento záměr lze vykládat jako pocit nedostatku radosti ze života ve vlastní společnosti, a zároveň cítění Evropské společnosti, jako společnosti mající radost ze života jako atribut, který je možné využívat jako vzor pro šíření do dalších společností. Radost ze života je i pohled na Západní zvyk rozdělení času na pracovní část dne a volnou část dne, která je zaměřena na lidské potřeby a zábavu, například návštěvu koncertů a představení, večírky, chození za zábavou do baru, a celkově pomalejší tempo zaměřené více na člověka než na jeho práci. Rizikem chápání Evropského zvyku radosti ze života je mýtus radosti ze života nekriticky šířený prostřednictvím médií, filmů a televizních seriálů. Mýtus je silně vnímán na rozdíl od mýtu opačného nešťastného života,

protože důraz na starosti a neštěstí v Evropské společnosti, a obecně na Západě, není kladen a prezentován skrze tuto formu komunikace.

Ochrana přírody a důraz na udržitelný rozvoj v zásadách neničení životního prostředí byl silně vnímané téma i během zúčastněného pozorování. K příklonu pro přijetí zvyku ochrany přírody se přihlásili respondenti, kteří jako studenti Nanjing Agricultural University mají své zaměření právě environmentálním směrem.

Evropské zvyky chtěné přijmout za vlastní

| | | | |
|---------------------------------|-----|-----------------------------------|----|
| Žádné | 12% | Sport | 4% |
| Některé ano, nespecifikované | 12% | Cestování/ s rodinou cestování | 4% |
| Radost ze života | 12% | Respektování zákonů | 4% |
| Ochrana přírody | 8% | | |

4.21. Vyhodnocení

Před vyhodnocením je nutné konstatovat, že z výzkumu je patrná existence vztahu mezi Východem a Západem. Formy pohledu jsou různé a úzce spjaté se zájmy jedinců a společnosti. Hloubka a zaměření pohledu Východu na Západ reflektuje hodnoty Čínské společnosti a dle těchto hodnot i Západ hodnotí.

Kladné vnímání je založeno jednak na společném pohledu Západu a Východu, nebo, a to ve většině případů, na jejich rozdílech. V tomto druhém případě se Východ k Západu obrací pro inspiraci, aby obohatil vlastní kulturu a společnost. Tato potřeba vzniká z otevření Východu, Číny, okolnímu světu a z vnitřní transformace společnosti. Příklad kladného pohledu k Evropě může být existence sociálního zabezpečení, kterou v Číně zastupuje z velké části instituce rodiny, jako pilíř tradiční Čínské společnosti, ale právě společenské změny za poslední období její funkci silně mění a vytvářejí prostor a potřebu jiné formy sociálního zabezpečení.

Pohled Východu na Západ je rozdělen do dvou rovin, materiální a duchovní. Tyto dvě roviny se vzájemně doplňují. Pohled Východu na Západ na materiální rovině je zaměřen na stravování a potraviny, které vzhledem chápání Západní kuchyně jako kultury

rychlých občerstvení, nejsou považovány za vhodné. Stravování je jeden z hlavních důvodů, proč by Číňané nechtěli žít v Evropě. Na druhou stranu do materiální roviny je zařazeno i Západní zboží, které je i přes vyšší cenu kupováno, protože je považováno za mnohem vyšší kvality.

Duchovní rovinu v pohledu Východu na Západ představuje umění a myšlení, které je chápáno jako jedno z nejvyšších a mladí lidé často hledají smysl života právě v Západních filosofech. Tato skutečnost vytváří myšlenku, že smysl života je hledán v jiné kultuře, což dokládá samotné chování Západu a příklon šedesátých let dvacátého století k Východnímu učení.

Kontroverzní oblastí vnímání Západu Východem je volný čas a převážně pracovní volno o víkendech. V tomto směru je vnímání rozděleno na obdiv k volnu, jako vhodnému času pro rodinu, odpočinek a jako základ radosti ze života, a na druhou stranu je považování volných dní za ztrátu konkurenceschopnosti, lenost, která je v rozporu s Východní pracovitostí.

Obecným pravidlem byl poměr v převážné části odpovědí dvě ku jedné, znamenající příklon k pozitivnímu chápání Západu oproti negativnímu. Pohled ve skrze pozitivní je dán i nekonfliktností Čínské kultury a zaměřením se na pozitivní vlastnosti. Negativní jevy jsou většinou upozaděny a není na ně upozorňováno, ani s cílem o změnu negativního na pozitivní.

Evropa, a Západ obecně, je brána jako svobodný prostor možností nezávislého života. Tento fakt otevírá pohled na Západ jako prostoru bezpečného střetu kultur, který je však občas poznamenán rasismem jako výjimkou z obecného pravidla.

Východ vnímá Západ převážně prostřednictvím samotné prezentace Západu prostřednictvím médií a umění. Hranice v těchto dvou sférách je velmi nejasná, protože zábavní průmysl šíří velké množství filmů, televizních seriálů a jiných propagačních materiálů Západu nekritickou formou, která je z pohledu Západu brána jako zábava, ale v jiné kultuře jsou tyto formáty brány jako zaznamenání každodennosti a na nich se vytváří obecný obraz Západního světa. Vlastní zkušenost Číňanů se Západem je nízká, a to vytváří prostor pro mýty o Západu založené na zprostředkovaných zdrojích, nebo celebritách, které mají osobní zkušenost se Západem. Pro malou návštěvnost je vnímání Západu

založeno i na návštěvnicích Východu ze Západu a jejich chování je odrazem Západního světa, i když je chování v cizině do značné míry nuceně odlišné než v domovině.

Prezentace Západu je ukázkou duchovní roviny, chování společnosti a projevů kultury, která přerůstá do podoby materiální. Ukázky Západního stylu života vytváří vzory, které jsou Východem přejímány jako správné a atraktivní chování, a k takovým stylům jsou nutné i propriety z materiální roviny. Východ způsob života vnímá jako hodnotný, jednak pro pocit radosti ze života, a také pro obecné životní prostředí, které je považováno za velmi pozitivní, jak s ohledem na sociální vazby, tak i na čistotu prostředí.

5 Závěr

Společnost nezávisle na své kultuře myslí v protikladech a jedním ze sociálních protikladů je Východ a Západ. Díky rozdílům je možné definovat sebe sama, a také se vymezit vůči jinému subjektu. Pro vymezení je i důležité znát sám sebe a prostřednictvím vlastního poznání poznávat i ostatní.

Pohled Východu je založen na pohledu ze své pozice založené na hodnotách tradic, uvědomění vlastních dějin a rodiny, jako subjektu ve společnosti nesoucí kulturu a směr vývoje. Na základě Východního chápání sebe je založen i pohled na Západ s převážně komplementárními vlastnosti, jako jsou svoboda a nezávislost, představovaná například volným časem či cestováním.

Východ vidí při pohledu na Západ kladné i negativní rysy, které vytváří celkový pohled charakterizovaný převahou pozitivního chápání v poměru dva ku jedné. Při využití získaného poměru, celá jedna třetina chápe Západ jako negativní a jejich důvody je nutné zkoumat. Právě zaměření na zápory Východního pohledu může posunout kultury blíže k sobě, protože buď vysvětlí postoje, nebo upozorní na oblasti, ve kterých se musí společnosti respektovat.

Vztahy jsou založeny na minulosti a vyvíjí se do budoucnosti. Západní povědomí o historii vztahů mezi Čínou a Evropou je založeno na obchodu a příchodu nových technologií z Číny jako střeňný prach, nebo hedvábí, a je také charakterizován vnitřní uzavřeností prostřednictvím Velké Čínské zdi. Minulost hraje v Čínském pohledu na Západ významnou roli, ale společnou část dějin s Evropou nereflektuje. Čína se dle výzkumu chápe jako uzavřenější, zde je protiklad se Západem jasný, a vidí opačný trend než v minulosti, tedy příchod nových objevů do Číny, čímž se vytváří prostor pro spolupráci doplňování svých schopností v průmyslu i vědě a vzdělání. Východ cítí zájem o Západ a nedostatek komunikace a kanálů pro sdílení poznání o sobě od kultury po hospodářské záležitosti až k osobním vazbám.

Čínská společnost je založena na rodině a vnitřní uzavřenosti a Západní vidí založenou na individuích vytvářející přátelské vazby, tedy pro nově přichodící otevřenější.

Západ se musí zamyslet nad vnímáním Východu skrze své záporné vlastnosti, ty nejvýraznější záporné vlastnosti Západu jsou chápány jako arogance, agresivita a

sobeckost. Tyto vlastnosti nejsou dobrým základem dalších vazeb a spolupráce, proto je nutné hledat důvody takové prezentace Západu, která vede právě k tomuto pohledu Východu. Arogance, agresivita a sobeckost je zdůrazněna protiklady, tedy kladnými vlastnostmi Západu jako otevřenost, přátelství, demokracie a radost ze života. Výrazné negativní vlastnosti ještě podtrhuje fakt, že Čínská společnost není kritickou společností a hodnocení a špatné recenze nejsou pro ni přirozené.

Vnímání Západu Východem není jednotné, podobně jako ani Východ či Západ není jednotný. Ucelený obraz o životě na Západě neexistuje, je reprezentován pouze útržky informací o způsobu života. Na těchto útržcích jsou vytvářeny mýty a posun reality Západu je značný, protože mýty se eskalují a postupným předáváním mění své těžiště k selektivnímu zabarvení.

Západ je vnímán jako heterogenní subjekt, ale jeho rozdílnost, a tím i hodnota, není v prezentacích Západu viditelná, proto vzrůstá zájem o kulturu a hodnoty Západu na všech úrovních, ale především na duchovní, protože materiální rovina představující Západ je v Číně hojně a bohatě zastoupena.

Východ vnímá Západ i skrze jazyk. Pro Východ Západním jazykem je angličtina, proto úvod „Balady Východ a Západ“ Ruyarda Kiplinga je vhodným závěrem:

*„Oh, East is East, and West is West, and never the twain shall meet,
Till Earth and Sky stand presently at God's great Judgment Seat;
But there is neither East nor West, Border, nor Breed, nor Birth,
When two strong men stand face to face, though they come from the ends of the
earth!”⁸⁶*

⁸⁶ KIPLING, Ruyard. *The Collected Poems of Ruyard Kipling: The Ballad of East and West*. Hertfordshire: Wordsworth Editions Limited. 1994. s. 245, ISBN 1 85326 405 9.

6 Seznam použitých zdrojů

- About the WTO: a statement by the Director-General. *World Trade Organization* [online]. 2013 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: http://wto.org/english/thewto_e/whatis_e/wto_dg_stat_e.htm
- ALLPORT, Gordon Willard. *O povaze předsudků*. V českém jazyce vyd. 1. Překlad Eduard Geissler. Praha: Prostor, 2004, 574 s. ISBN 80-726-0125-3.
- ASSMANN, Jan. *Kultura a paměť: písmo, vzpomínka a politická identita v rozvinutých kulturách starověku*. V českém jazyce vyd. 1. Praha: Prostor, 2001, 317 s. Obzor (Prostor), sv. 33. ISBN 80-726-0051-6.
- *Bible: Genesis*. Praha: Ekumenická rada církví ČSR, 1984.
- Claude Lévi-Strauss: Životopis. *Académie française* [online]. [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: <http://www.academie-francaise.fr/les-immortels/claude-levi-strauss>
- Country statistical profiles: China: Population 2011. In: *OECD.Stat Extracts* [online]. OECD, 2013 [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: http://stats.oecd.org/BrandedView.aspx?oeed_bv_id=factbook-data-en&doi=factbook-data-en
- DISMAN, Miroslav. *Jak se vyrábí sociologická znalost: Příručka pro uživatele*. 3.vyd. Praha: Karolinum, 2000, 374 s. ISBN 80-246-0139-7.
- Evropská Unie. EU. *Motto EU* [online]. [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: http://europa.eu/about-eu/basic-information/symbols/motto/index_cs.htm
- Industry and globalisation: What can the TiVA database tell us?. OECD. *OECD* [online]. 2013 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: <http://www.oecd.org/sti/ind/whatecantivadatabasetellus.htm>

- HALIN, D. C., MANCINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008 s. 37. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.
- Han Nationality: Han Ethnic Group. *China Culture* [online]. Peking: Ministry of Culture, P.R.China, 2003 [cit. 2013-03-21]. Dostupné z: http://www.chinaculture.org/gb/en_aboutchina/2003-09/24/content_23849.htm
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní metody a aplikace*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2005, 407 s. ISBN 80-736-7040-2.
- JUNG, C. G. *Duše moderního člověka*. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994.. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.
- KELLER, Jan. *Tři sociální světy*. 1. vydání. Praha: SLON, 2010. s. 66. ISBN 978-80-7419-031-5.
- KIPLING, Ruyard. *The Collected Poems of Ruyard Kipling: The Ballad of East and West*. Hertfordshire: Wordsworth Editions Limited. 1994. ISBN 1 85326 405 9.
- KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. ISBN 80-7803-671-8.
- Knihtisk. In: *Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích. Díl 2 g-l*. 1. vyd. Praha: Nakladatelský dům OP, 1997, s. 462. ISBN 80-85841-33-9.
- Konvence. In: *Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích. Díl 2 g-l*. 1. vyd. Praha: Nakladatelský dům OP, 1997, s. 462. ISBN 80-85841-33-9.
- KRAUS, Jiří. *Jazyk v proměnných komunikačních médiích*. Praha: Karolinum, 2008. s. 59. ISBN 978-80-246-1578-3. MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing. 1969.
- LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica****: Nahý člověk*. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. 748 s. ISBN 978-80-257-0059-4.

- LÉVI-STRAUSS, Claude. Social structure. In: *Anthropology today*. Chicago: University of Chicago Press, 1952, s. 277-279. Dostupné z: <http://varenne.tc.columbia.edu/texts/levstcl062socistru.pdf>
- LURKER, Manfred. *Slovník symbolů*. V Praze: Knižní klub, 2005, s. 142-143. Universum. ISBN 80-242-1588-8.
- O Konfuciově institutu. *Konfuciův institut online* [online]. Peking: Konfuciův institut online, 2011, 11.10.2011 [cit. 2013-03-7]. Dostupné z: http://czech.chinese.cn/article/2011-11/10/content_378305.htm
- *Požadavky předkládání diplomových prací SZZ 2012*. Praha: PEF, ČZU v Praze, 2010. Dostupné z: http://badis-new.czu.cz/badis/docs/pef_brozura_dp_2012.pdf
- PUHVEL, J. *Srovnávací mytologie*. Praha: Nakladatelství Lidové noviny, 1997. s. 12. ISBN 80-7106-177-8.
- Qing Dynasty. MINISTRY OF CULTURE, P.R.China. *Chinese culture* [online]. 2003 [cit. 2013-03-25]. Dostupné z: http://www1.chinaculture.org/library/2003-09/24/content_22834.htm
- *Travel&Tourism: Economic Impact 2013: China*. Londýn: World Travel & Tourism Council, 2013. Dostupné z: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/china2013.pdf
- SMITH, A. H. *Chinese Characteristics*. La Vergne: Lightnin Source Inc., ISBN: 1-931541-21-3
- 布拉格广场的歌词. *Baidu: 知道* [online]. 2007 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z: <http://zhidao.baidu.com/question/25904646.html>

7 Přílohy

7.1. Příloha číslo 1

Potvrzení o pobytu a výzkumu na Nanjing Agricultural University v Číně



南京農業大學
NANJING AGRICULTURAL UNIVERSITY

NO. 1 Weigang, Nanjing
210095, Jiangsu Province
P. R. China
Tel: +86-25-84395754
Fax: +86-25-84396326
E-mail: ietc@njau.edu.cn
Http://www.njau.edu.cn


June 8, 2012

To whom it may concern,

Hereby we confirm that Jan Dobrovský has been studying as an international student at College of Public Administration, Nanjing Agricultural University for his M.Sc research during his stay in Nanjing from 31st March to 13th June, 2012. He will go to Shanghai on 13th June and then have a flight from Shanghai on 15th June, 2012.

Yours sincerely,


Ma Xianlei
Associate Professor
College of Public Administration
Nanjing Agricultural University



7.2. Příloha číslo 2

Dotazník využitý pro sběr dat při výzkumu s názvem „Jan´s Questionnaire“

Dear colleague,

to prepare my Master Thesis called "How the East Views the West," I would like to ask for cooperation in the form of answers to several questions related to this topic.

The questionnaire as well as your reply is anonymous. Your responses will be used only for academic purposes and will be used as a basis for my Thesis.

Please, if you can share it with your friends and ask them for answer these questions as well, I would be very glad!

If you have any questions, please do not hesitate to contact me:

Email: jd.dobrovsky@gmail.com

Cell: 138 158 826 94

Sex: Male or Female (tick the appropriate response, please)

Age: 0-20 21-30 31-40 41-50 51-60 60 –more (tick the appropriate response, please)

Nationality: _____

Education: _____

Where are you from: Countryside / City (tick the appropriate response, please)

1. Have you been to Europe? yes or no
2. Do you feel there is a difference between European culture and North American culture (culture means all culture or you can choose every part of culture, it depends on you)? If yes, what are they?

3. What are the major characteristics of your culture? Please give examples if necessary?

4. What are the major characteristics of European culture in your opinion? Please give examples if necessary?

5. What is your opinion about European culture and society?

6. Would you like to live in Europe? Why?

7. What is the biggest difference between your culture and European culture?

8. Write your opinion of five positive and five negative points about European culture:
Positive:

Negative:

9. Does European culture have an impact on your culture?

a) If yes, in what way?

b) Do you consider the impact positive or negative?

10. What do you think about European food and meals?

a) Do you like it?

b) Do you buy it?

11. What do you think about products from Europe in your market?

a) Do you buy them?

b) If yes, why do you buy them?

c) Their quality, in your opinion, is higher or lower than your local products?

12. Have there been any connections between your culture and European culture?

a) If yes, in what way?

b) Is it positive or negative?

c) Do you think that these links are important now?

13. Do you have a common part of history with European society?

a) If yes, is it positive or negative?

b) Does the period of history still influence your culture?

14. Do you think there is a difference between life in Europe and your place?

a) If yes, in what way?

15. What is the relationship between your society and European society? How do you feel it?

16. How do you imagine your future relations with European society?

17. Do you know any habits (kinds of lifestyle) from European culture?

a) Which ones do you like?

7.3. Příloha číslo 3

Šíření Evropských hodnot v dějinách

Důležitým tématem je dějinný vývoj. Pokud bude označen středověk jako vrchol duchovních hodnot ve smyslu spirituality, tak další vývoj nejen materiální, ale i duchovní, směřoval k člověku a jeho potřebám. Zaměření pozornosti na člověka ve smyslu filosofie přinesly povstání proti stávajícímu systému a národní uvědomění. Začal se klást důraz na znalosti, které volně přecházeli do světské podoby, a monopol církve v Evropě na vzdělání se začal zmenšovat. Ve vztahu k šíření znalostí je nutné upozornit také na šíření náboženských znalostí, které využívaly objevy přírodních věd, například knihtisk.⁸⁷

Jedním z projevů prezentace Evropy ve smyslu kulturním a společenském byly náboženské cesty. Cesty s cílem rozšíření svých kulturních hodnot, převážně v podobě víry byl prvek, který Evropská civilizace šířila po světě. Misijní cesty byly v úzkém kontaktu se zájmy politickými a obchodními. Rozšiřování vlivu Evropy úzce souviselo s kolonizováním území. Evropská společnost sílila, a právě proto se i měnila, „...stav uvědomění národa se odcizil přirozeným zákonům lidské existence. V důsledky industrializace byly široké okruhy obyvatelstva vykořeněny a naměstnány do velkých center. Tato nová forma existence se svou masovou psychologií a sociální závislostí na výkyvech trhu a mezd zplodila individuum, které bylo vratké, nejisté a snadno ovlivnitelné.“⁸⁸ Transformace z období průmyslové revoluce přinesla kompletní změnu Evropské společnosti. Zaměření na jedince a anonymita potvrzují víru více v hmotu než ducha. Při ekonomické síle vybudované na tomto základě byl nezvratný posun tohoto modelu dále na jiné společnosti. Základem vývoje je vytvoření jedince a změnění starších duchovních principů často založených na víře na individualitu a masovou poptávku, protože ta stejně jako náboženství může posouvat společností a množinou lidí.

Posun ve dvacátém století na tak zvané země třetího světa, které nebyly připraveny na přijetí úrovně industrializace, silně změnilo místní společnosti a uvedly je do

⁸⁷ Knihťisk. In: *Všeobecná encyklopedie ve čtyřech svazcích. Díl 2 g-l*. 1. vyd. Praha: Nakladatelský dům OP, 1997, s. 462. ISBN 80-85841-33-9.

⁸⁸ JUNG, C. G. *Duše moderního člověka*. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 195. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

individualistického pohledu, které se dá z určité perspektivy považovat až za sobecký „*Toto individuum vědělo, že i kdyby pracovalo sebesvědomitěji, může padnout každou chvíli za oběť hospodářským změnám, nad kterými nemá sebemenší kontrolu. A nebylo tu nic, na co by se mohlo spolehnout.*“⁸⁹ Nejistota a nemožnost přímo ovlivnit svůj osud znovu otevírá duchovní otázky, které jsou posunuty ale dále, protože na prvním místě musí být hlavní síla ovlivňující svět a tou je ekonomika. Pro zjednodušení nebude zohledněn vztah hospodářství a víry, popřípadě církve, protože by se jednalo o velmi složitý rozbor, který bez uvedení hlubších souvislostí by byl nepatřičný.

⁸⁹ JUNG, C. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 195. 380 s. ISBN 80-7108-213-9.

7.4. Příloha číslo 4

Hospodaření obchodních značek

Při základním porozumění nabídce a poprávky (ekonomické terminologie) vychází, že produkty značky nebudou dostupné všem. Při nedostupnosti, ale touze po začlenění se do sociální vrstvy nebo skupiny, která má určitý status, lidé přichází s napodobováním značky. V současné době se jedná o trestněprávní problematiku. Lidé tedy chtějí vzory, protože jsou značky celosvětové a Evropský původ dodává značkám ve vzdálenějších koutech světa ještě větší zajímavost, začíná být zájem o jakékoliv formy sociálního začlenění v souvislosti se značkou. Aspekt vzdálenosti a kulturního pochopení hraje významnou roli právě při chápání značky a její interpretaci, protože je možné využívat značku již bez původních hodnot, ale hodnota zboží se značkou je interpretována jinak, například s geografickou podobou, či dezinterpretací skrze jazykovou bariéru a kulturní nepochopení. „*Tommy Hilfiger – značka s tradicí Ralph Lauren a Lacoste. Všiml si, že jeho oblečení je populární v chudinských čtvrtích městských center – děti nezaměstnaných dělníků, pro které oblečení symbolizuje nedosažitelný životní styl – lyžování, golf, jachting. Hilfiger začal těchto fantazií využívat (cílení reklamy do jachtařských klubů...).* Zároveň oděvy přepracoval, aby se přiblížily hiphopovému stylu (volný střih, větší velikosti, kapuce, šňůrky, začal oblékat Snoop Dogga). Jakožto dodavatel ghetta zvýšil své prodeje – bělošské a asijské mládeži středních vrstev.“⁹⁰ Směr obchodních značek se vyvíjí, není pouze vertikální ale i horizontální. Dokládá to rozdílnost nejen mezi sociálními vrstvami, ale národností.

Obdivování některých atributů z jiných kultur, společností, národností přináší nové zboží založené právě na původu pocitu exotiky. Pohled na jednu obchodní značku je mnohospektrální, jedna skupina může na značku považovat za něco naprosto jiného, tudíž dvě různorodé skupiny mohou značku považovat za vlastní, respektive za jeden z atributů své identity, tento střet je trhem vykompenzován a kulturně vysvětlen. „*Obrat z 53 mil. v roce 1991 (značka mladých republikánů) → 847 mil. v roce 1998 – bělošská mládež tuží být cool, „na druhé straně“, černošská zase fetišisticky napodobuje bohatství bílých“.*⁹¹

⁹⁰ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s.76-77. ISBN 80-7803-671-8.

⁹¹ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s. 77. ISBN 80-7803-671-8.

Opět celý příklad dokládá lidskou touhu po vzorech a napodobování. Vnímání značky je tedy rozdílné, ale její původ a zakotvení není, vždy jasně vyjadřuje svůj odkaz a odlišnost vůči ostatním značkám, nikoliv spotřebitelům. Otázkou zůstává rozdílnost zboží v různých částech světa, protože značky se nemění, ale jejich zboží ano. V určitých aspektech například Theodore Levitt namítá „...každá korporace ochotná podřídít se místním zvykům nebo vkusu je odsouzená k záhubě.“⁹² Takové tvrzení ale ruší identity společností a vytváří jeden stejný svět, v čemž Levitt souhlasí a dokládá to následující větou: „Přání a potřeby světa již byly neodvolatelně homogenizovány.“⁹³ Provedení zboží je otázkou poptávky na trzích, což je v rozporu s tezemi Levitta, minimálně v otázkách stravování a estetiky.

⁹² KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s. 118. ISBN 80-7803-671-8.

⁹³ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s. 118. ISBN 80-7803-671-8.

7.5. Příloha číslo 5

Vstup nových značek, podnikatelských subjektů, na nové trhy.

Vstup subjektu z jiné kultury do jiné kultury, včetně kultury spotřební, je založen nejdříve většinou na ekonomických faktorech. Z důvodu nemožnosti plného pochopení společnosti firmou z kulturně odlišného prostředí a zázemí, je nutné využít jiné přednosti, jeden z příkladů je tento: *Přichází do Číny: Wal-Mart styl. „Nejprve vybudujete obchody dvakrát až třikrát větší, než má nejbližší konkurence. Pak zaplníte regály prodejen zbožím, jež nakoupíte v tak velkém množství, aby byli dodavatelé nuceni poskytnout výrazně větší slevy, než k jakým by byli ochotni za normálních okolností. Nakonec snížíte prodejní ceny na takovou úroveň, aby žádná menší maloobchodní firma nebyla schopna konkurovat vašim „trvale nízkým cenám“.*⁹⁴ Agresivní styl společností přicházející se svou obchodní značkou, ale i se značkou svého domovského státu, u tohoto případu Wal-Martu se jedná o Spojené státy Americké. Způsob prezentace je brán jako způsob jednání nejen expanze na cizí trhy, ale i přístup k jednání a chování, což vytváří obraz o společnosti, ze které firma přichází. Reakcí na tento druh podnikání mohou být například názory, že „...zbavují městská centra komunitního života, přičemž zároveň likvidují drobné prodejny.“⁹⁵ Samozřejmě, podnikatelské prostředí reaguje na vstup nového subjektu a snaží se vymezit oproti nové konkurenci jinými směry a jedním z nich může být i cílení na národní uvědomění „... konkurenti tvrdí, že platí při nákupu zboží ve velkoobchodech vyšší ceny, než za jaké Wal-Mart totéž zboží nabízí v konečném prodeji.“⁹⁶ V případě pohledu na konkurenční boj, jako normální jev, je zde otázka původu a projevu firem, které jsou konfrontovány na základě kulturních odlišností.

⁹⁴ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s. 118. ISBN 80-7803-671-8.

⁹⁵ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. s. 136. ISBN 80-7803-671-8.

⁹⁶ KLEIN, N. *Bez loga*. Praha: Argo, 2005. ISBN 80-7803-671-8.

7.6. Příloha číslo 6

Konfucius

Konfucius, neboli Kong Qiu, či Zhong Ni, je považován za velkého učence a myslitele Číny, jehož filosofický směr stále silně ovlivňuje myšlení současných obyvatel Číny. Konfuciovo učení je i nyní šířeno a dostává se mu velké váhy, což dokládá i pojmenování Čínské instituce pro šíření Čínského jazyka a kultury po světě „Konfuciův Institut.“ „*Konfuciův Institut online je komplexní webová stránka věnovaná vzdělání čínštiny, sponzorované Hanban/Ústředí Konfuciových institutů. Jeho posláním je vycházet vstříc lidem všech zemí (regionů) na světě při studiu čínštiny, prohlubovat jejich poznání čínského jazyka a čínské kultury, posilovat komunikaci a spolupráci v oblastech vzdělávání a kultury Číny s jinými zeměmi, rozvíjet přátelské vztahy mezi Čínou a zahraničím, podporovat multi-kulturní rozvoj a budovat harmonický svět.*“⁹⁷

Samotné Konfuciovo učení je prezentováno i na stránkách Institutu jako filosofie zdůrazňující osobní a vládní etiku, korektnost společenských vztahů, spravedlnost a upřímnost. Konfucionismus, jako filosofický směr se udrželo i přes jiné směry jako taoismus nebo legalismus. Samotné jméno Konfucius je latinského původu a poprvé ho použil křesťan, italský jezuita Matteo Ricci, jako spojení jeho čínského jména a příjmení.⁹⁸ Učení, i věroučné, dává standardy a hodnoty, které jsou v celé společnosti více méně znatelné. Chování utváří společnost a je právě tou jednotkou, podle které předává zprávy jiným společnostem s jiným chováním. Pochopení či nepochopení vychází z otevřenosti, ale také ze sdílení nebo respektování hodnot druhých.

⁹⁷ O Konfuciově institutu. *Konfuciův institut online* [online]. Peking: Konfuciův institut online, 2011, 11.10.2011 [cit. 2013-03-7]. Dostupné z: http://czech.chinese.cn/article/2011-11/10/content_378305.htm

7.7. Příloha číslo 7

Společný původ mýtů

Pohled se stále vyvíjí a reaguje na podněty, které zvenku předává Západ Východu a i vnitřně je pohled Východu ovlivňován vlastním vývojem, ne vždy nezávislým na jiných, například Západu. Vytváří se kruh, do kterého nezávisle přichází vstupy, proto je zachycení pohledu v jednom okamžiku velmi náročné až nemožné. Jedním z prioritních prvků pochopení směru pohledu je jeho vývoj, tedy dějiny pohledu, respektive vztahu mezi Východem a Západem. *„Naše metoda se nemusí vždy dovolávat historie, ale ani se k ní neobrací zády. Když totiž mezi mýty odhaluje netušená spojení a řadí varianty způsobem, který přinejmenším napovídá, jaký byl nevyhnutelný směr některých cest, klade historii otázky, které ji nutí zabývat se hypotézami, na něž by sama možná nepřípadla, a přináší jí tedy pomoc plodnější, než kdybychom se jen omezili na pouhé zaznamenávání jejich výsledků.“*⁹⁹ Mýty slouží a sloužily k různým účelům, jak je popsáno výše a v případě lineárního vývoje společnosti, by buď zmizely, nebo se z nich staly artefakty minulosti, nic z toho ale není pravda. Lidé jsou stejní a i přes tisíce let vytváří mýty.

Globalizace, tedy ve volném překladu spojování planety ve skutečnosti není úplně nový objev. Již na začátku dějin člověka se lidé začali šířit, tedy se stejnou kulturou a zvyky a přinesli do světa své původní „globální“ smýšlení. Proto i pojem Východu a Západu můžeme v prapůvodu sjednotit a sledovat jeho postupné oddalování a ztrátu pochopení. *„Amerika byla osidlována postupnými vlnami přistěhovalců z Asie, kteří si přinášeli své mýty, z nichž některé lze rozpoznat v několika exemplářích na různých místech? To se ví už dávno a existuje spousta mýtů, jejichž paralelní verze se vyskytují na obou polokoulích.“*¹⁰⁰ Ačkoliv zde není prostor pro rozbor tradičních mýtů Amerik a Asie, jistě by byly patrné spojitosti. Právě paralelní verze naznačují stejné mýty, a tudíž i stejnou potřebu vysvětlení na obou stranách. Vysvětlení v této perspektivě může být ve vztahu Jižní Ameriky se Severní Amerikou, Amerik a Asie, či Východem a Západem. Pokud

⁹⁹ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 35. ISBN 978-80-257-0059-4.

¹⁰⁰ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 34. ISBN 978-80-257-0059-4.

přijmeme tuto teorii, pohled Východu na Západ by měl být stejný jako naopak, což nejspíše není. Právě dějinný vývoj tento pohled změnil a zpestřil.

Setkávání mýtů z různých kultur a společností vytváří platformu pro pochopení odlišností a tento „melting pot“ je základem k pochopení současného pohledu, a zároveň důkazem velmi blízké podobnosti. Následující příklad vychází z jiného rozdělení světa, na Nový a Starý, tento sociální konstrukt se již nevyužívá, ale aplikace těchto myšlenek na Východ a Západ je velmi případná. *„Dalo by se tak vysvětlit nečekané setkání mýtů ze Starého a Nového světa bez okliky, kterou jsme zamýšleli výše? Ač je takové vysvětlení uspokojivé z hlediska logického, přece jen by naráželo na obtíž řádu historického: Amerika byla osidlována od severu k jihu, a je tedy pravděpodobné, že spíše mýty z jižní polokoule jsou transformací mýtů severních než naopak. Nelze zajisté postulovat, ale ani vyloučit, že některé mýty o původu souhvězdí nebo takové, které byly souhvězdím přiřazeny později, vznikly v raném paleolitu nebo i dřív; první přistěhovalecké vlny přicházející z Asie do Ameriky je mohly vzít s sebou, zatímco jiné přesuny populací postupující by vysvětlovaly výskyt týchž mýtů jak na západě, tak kolem Středozemního moře. V obou směrech bychom našli stopy svědčící ve prospěch společného původu v pradávných dobách. Mohlo by však jít i o pouhou konvergenci, již bychom mohli přičíst tomu, co jsme jinde nazvali empirickou dedukcí: chraptivý hlas havrana by nejspíš stačil k tomu, aby mu různé lidské skupiny připisovaly vyprahlé hrdlo, i kdyby etologie tohoto živočicha nijak nepotvrzovala, jak tvrdí mýty z Nového i Starého světa, že v létě nepije nebo jen velmi málo.“¹⁰¹* Při pohled na tyto spojení vychází i prapůvod mýtů jako jedinečný v jednom výskytu, ne jedinečný v několika ohniscích. Původní společná jedinečnost může být měřítkem pohledu na sebe navzájem, protože se jedná o pohled na rozdíly vycházející z původní jednoty.

¹⁰¹ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****: Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 213. ISBN 978-80-257-0059-4.

7.8. Příloha číslo 8

Sexualita

Prezentace sexuality je velmi důležité téma a dle jejích projevů je možné sledovat, jaký důraz klade společnost na základní pudy. Projevy sexuality jsou i částečně odrazem estetického vnímání a společenských hodnot. Sexualita má rozličné podoby i uvnitř společnosti, takže při porovnání vnímání sexuality mezi společnostmi je patrné, že třecí plochy mohou být velmi široké. V určitých skupinách se jedná o tabuizované téma a v jiných, klidně i ve stejné společnosti, je téma volné a přirozené. Při setkání těchto protikladných pohledů je logické, že se vyskytne problém a nepochopení. Sigmund Freud je jedním z hlavních představitelů sexuologie a své vnímání světa založil právě na ni. „*Kultura by se jevila jako pouhá fraška, jako morbidní výsledek potlačené sexuality. „Ano,“ potvrdil, „tak to je. Je to osudová kletba, vůči níž jsme bezmocní.“ Nebyl jsem nikterak ochoten dát mu za pravdu nebo se s tím spokojit. Avšak cítil jsem, že jsem diskusi ještě nedorostl.*“¹⁰² Tento komentář G. C. Junga k Freudově náhledu na sexualitu vystihuje postoj jeho současníků, který zůstává i do dnešní doby, protože i přes velkou volnost, se určitá témata jen postupně uvolňují.

Západní uvědomění sexuality je velmi volné a právě toto citlivé téma může být chápáno druhou kulturou jako nevhodné. Západní poměr k sexualitě je přirozenost postavená na rozumovém vysvětlení. „*Sexualita je konečně – a to si zdravý lidský rozum nikdy nedá vzít – jen jedním z biologických instinktů, jen jednou z psychologických funkcí, i když funkcí velmi důležitou a s dalekosáhlými důsledky.*“¹⁰³ Sexualita není solitér, ale právě naopak. Úzce souvisí s postoji k životu a rodině, což je základní téma pro společnost, protože právě příchod nových generací a populační růst je kritickým faktorem přežití společnosti. Společnost velmi ovlivňuje vnímání těchto záležitostí a vytváří rámec myšlení nad touto otázkou.

Přemýšlení nad budoucností a pokračováním genetické linie je ve všech společnostech prvořadé téma. „Vývoj osobnosti však znamená ještě víc než pouhou obavu

¹⁰² JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 232.. ISBN 80-7108-213-9.

¹⁰³ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 32.. ISBN 80-7108-213-9.

z toho, co zrudného zplodí. Neznamená ani strach z osamocení, znamená také: věrnost vlastnímu zákonu.¹⁰⁴ Věrnost vlastnímu zákonu, který je ovlivněn právě zákonem společnosti, je nutnost pro přijetí hodnot partnera a další vývoj společnosti. Přijímání „hodnot je i mezikulturní, což nějaké kultury může silně poznamenat právě s ohledem na tradici rodiny a společenského života, například silně ovlivňující západní kultura, převážně ze Severní Ameriky, přináší mnoho náhledů a tím předává svůj pohled na celý svět, právě z důvodu, že většina studií pochází ze Severní Ameriky. Je to velká a úspěšná kultura. Proto bude tato společnost brána za reprezentanta moderní nahé opice.“¹⁰⁵

¹⁰⁴ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 59. ISBN 80-7108-213-9.

¹⁰⁵ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 44

7.9. Příloha číslo 9

Host a hostitel

Významnou událostí vytvářejícími nutnost speciálních rituálů je přijímání návštěv a jejich pohoštění. Role hosta a hostitele jsou velmi významnou rolí a je nutné se na ni připravit z obou stran. Nejedná se pouze o obsah potravin, které mohou mít další význam, například: „*Pojídání silně kořeněných jídel, například, produkuje vlastní speciální šablonu obličejového pocení. Emocionální stres rychle vede k pocení na dlaních rukou, chodidlech nohou, podpaží a někdy také čelo, ale ne na jiných částech těla. Je tu další rozdělení v oblastech emocionálního pocení, dlaně a chodidla se odlišují od podpaží a čela. První dvě oblasti reagují dobře pouze v emocionálních situacích, přičemž ty druhé dva reagují na jak emocionální, tak teplotní stimuly.*“¹⁰⁶ Ale i prezentaci osoby hosta a hostitele a vhodné chování, které obě strany očekávají, bez ohledu zda své role znají či nikoliv. Respektování vlastních způsobů a i způsobů partnera z jiné kultury je základem pro obohacení kulturních znalostí a vytvoření příjemného prostředí pro dialog.

¹⁰⁶ MORRIS, Desmond. *The naked ape*. 5. vydání. New York: Dell publishing, 1969. s. 176.

7.10. Příloha číslo 10

Hodnota informací médií

„Připusťme tedy, že každá literární tvorba, ústní i písemná, na počátku musí být individuální. Pokud bude vzápětí předána ústní tradici, jak k tomu dochází u populací neznalých písma, stabilní zůstanou pouze strukturované roviny opírající se o společné základy, zatímco u pravděpodobnostních rovin se bude projevovat krajní proměnlivost, která sama závisí na osobnosti střídajících se vypravěčů.“¹⁰⁷ Předávání informací bylo dříve výlučně osobní, proto docházelo i k postupnému měnění obsahu, ale dle zájmu společnosti a vývoje, tato dezinterpretace neměla širší dosah.

Dnešní média širší dosah mají a pracovníci médií mají velký vliv, protože předávají dále mýty a ideje své. Své mýty i samotní tvůrci obsahu médií přijali socializací formou vzorů nebo přímo z médií. Ke kontaktu vlastníka informace a posluchače dochází nepřímo, a tudíž je informace zaměřena šířeji pro snadnější pochopení a více zkratkovitě, což odstraňuje důležité vlastnosti informací a jejich okolnosti, které pro pochopení souvislostí posluchač potřebuje. *„Posluchač jakožto takový není tvůrcem hudby, ať vzhledem k vrozenému nedostatku, nebo k příležitostnému faktu, že poslouchá hudbu někoho jiného, avšak má v sobě pro hudbu místo: je tvůrcem „negativu.“¹⁰⁸* Vytvoření negativu činnosti někoho jiného je normální, ale bez bližšího zasazení je velké nebezpečí nepochopení a nedovysvětlení, což přináší pouze povrchní znalost informací jak vážných, tak zábavy.

Globální směřování společnosti je převážně postaveno na komerčních sděleních, pro která jsou média jedním z hlavních kanálů. Média získaly hlavní postavení v Severní Americe a tento model je dále šířen do zbytku světa. *„Nejenže se evropská média a komunikační procesy začaly podstatným způsobem podobat americkému modelu ale od konce 19. století existuje jasné svědectví o přímém americkém vlivu v intenzivním*

¹⁰⁷ LÉVI-STRAUSS, Carl. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 584 ISBN 978-80-257-0059-4.

¹⁰⁸ LÉVI-STRAUSS, Carl. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 610. ISBN 978-80-257-0059-4.

napodobování amerického stylu žurnalistiky. Tento model pokračoval v meziválečném období rostoucím vlivem Hollywoodu a amerických zpravodajských agentur a po druhé světové válce ještě zesílil, když se Spojené státy staly politickým, ekonomickým a kulturním hegemonem. V osmdesátých letech tento trend akceleroval v souvislosti s globálním posunem k neoliberalismu, ale jak upozornila řada akademiků, „americkým snem“ byla v Evropě silně ovlivněna také levicová kultura.“¹⁰⁹ Zprávy jsou důležitým faktorem pro přenos veřejného mínění, ale zábava a umění, ve smyslu hudby a filmu, vytváří zájmy lidí, které jsou volitelně vybírány a lidé je sami vyhledávají. Zábava a umění jsou prvky, kde se společnosti mohou volně obohatit, protože vychází z příjemného pocitu, ale současně je zde tlak i ze zábavního průmyslu, který je jedním z významných.

¹⁰⁹ HALIN, D. C., MANCINI, P. *Systémy médií v postmoderním světě*. Praha: Portál, 2008. s. 278. 368 s. ISBN 978-80-7367-377-2.

7.11. Příloha číslo 11

Zvyky

Zvyky jsou živoucím důkazem návaznosti společnosti na své dějiny. Některé zvyky, ačkoliv jejich faktický význam byl jakýkoliv, jsou dnes velmi důležité prvky spojující společnost a potvrzující kolektivní (ne)vědomí. „*Již v roce 1918 jsem v nevědomí svých německých pacientů konstatoval zvláštní poruchy, které nebylo možné připsat jejich osobní psychologii. Takové neosobní fenomény se projevují ve snech vždycky jako mytologické motivy, jak se vyskytují rovněž v legendách a pohádkách po celém světě. Tyto mytologické motivy jsem nazval archetypy, tj. typické způsoby nebo formy, ve kterých jsou tyto kolektivní jevy prožívány.*“¹¹⁰ Vzory chování založené na mýtech, tedy na tradičním chování a chápání jiných kultur, je zakořeněno z doby, kdy média a dostupnost informací nebyla dostatečná. Ačkoliv stále jsou oblasti s menší dostupností informací, je možné novými informacemi a postupnou transformací mýtů tyto pohledy k cizímu ovlivňovat k pozitivnějšímu. Pro aktivní práci s mýty vůči jiným společnostem je nutné využít znalosti jejich vzniku a šíření.

Společné mýty, ať dějinné či o cizích společnostech, jsou přejímány socializací a vytváří jistotu, protože jsou skrze generace osvědčené, při jejich rozbourání je nebezpeční zničení kolektivního vědomí jako takového. Nová forma kolektivního vědomí nevzniká rychle, ale její forma se vytváří několik generací pro uchopení a ukotvení. Neznalost jako taková vytváří vzory, které jsou právě pro ochranu nejen vlastních zvyků, tedy společnosti jako takové, ale i ochranu života jedince, tedy společnosti. „*Archetypy, které jsem mohl pozorovat, vyjadřovaly primitivnost, násilnost a krutost.*“¹¹¹ Základní instinkty přežití, které nejsou humánní, jsou prvkem žijícím v každé živé bytosti, ale právě kultura mění jejich projevy. Kultura projevů je rozdílná ve společnostech a závisí i na vnímání okolí. Základem vnímání je uvažování v binárních opozicích. „*Vzájemně související protiklady chromatický/achromatický, výrazný/nevýrazný. U Modoců je kategorie barev výjimečně*

¹¹⁰ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 192. ISBN 80-7108-213-9.

¹¹¹ JUNG, Carl. G. Duše moderního člověka. 2. vydání. Brno: Atlantis, 1994. s. 192. ISBN 80-7108-213-9.

důležitá.¹¹² Základ instinktů je stejný, ale jak je uvedeno na příkladu barev, další projevy se mění dle potřeby. Proto je nutné chápat potřeby a jiné priority, což při znalosti základního chování je možné.

V případech, kdy kulturní rozdílnost je výrazná, je nutné přijmout pohledy jiných pro porozumění, ale zachovat si svou vlastní entitu. Příkladem může být pohled na barvy, kdy tyto vysvětlení nemusí platit globálně. „*Červená barva konotuje moc a krutost, modrá fyzickou krásu a mládí, buď že se toto adjektivum vztahuje k vlasům, nebo možná, že odkazuje na tetování zdobící ženy na bradě.*“¹¹³ Vnímání estetiky se mění v každé společnosti, ale je založeno na vzorcích chování a zvycích, právě proto porozumění barev i z druhé strany dokládá obecné myšlení a ukázkou přístupu k životu na základě svých zvyků.

Zvyky odráží minulost a vytváří život mýtů. Není možné mýty, tradice vůči současnosti nerespektovat, ale není možné je brát jako neměnné a statické. „*Celkem vzato je opozice mezi obřadem a mýtem opozicí mezi žitím a myšlením a rituál představuje úpadek myšlení vynucený nevyhnutelnostmi života. Redukuje (nebo přesněji řečeno se marně snaží redukovat) nároky myšlení na nějakou mezní hodnotu, ale té nemůže nikdy dosáhnout: jinak by se zrušilo samo myšlení. Tento zoufalý a k nezdaru vždy odsouzený pokus obnovit kontinuitu prožívání rozkouskovaného působením schematismu, jímž prožívané nahradila mytická spekulace, tvoří podstatu rituálu a vypovídá o charakteristických rysech, které mu přiznaly předchozí analýzy.*“¹¹⁴

¹¹² LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 77. ISBN 978-80-257-0059-4.

¹¹³ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 629. ISBN 978-80-257-0059-4.

¹¹⁴ LÉVI-STRAUSS, Claude. *Mythologica*****:Nahý člověk. 1. vydání. Praha: Argo, 2008. s. 629. ISBN 978-80-257-0059-4.

7.12. Příloha číslo 12

Píseň „Pražské náměstí“ (布拉格广场) zpěvačky Jolin Tsai (蔡依林)

„布拉格广场
Prague square

透着光
琴键上透着光
彩绘的玻璃窗
装饰着歌特式教堂
谁谁谁弹一段
一段流浪忧伤
顺着琴声方向看见
蔷薇依附十八世纪的油画上
在旁
静静欣赏
在想
你的浪漫
在看
是否多久都一样
a a fu shou
a a fu shou
yap so so sorry
so so so
moderato
andantino
portmento
fortissimo
盗贼他偷走
修道士说no
梦醒来后我
一切都都没有

我一个人跳着舞旋转
不远地方你远远吟唱
没有我你真的不习惯
在布拉格黄昏的广场
在许愿池投下了希望
那群白鸽背对着夕阳
那画面太美我不敢看
布拉格的广场拥挤的剧场
安静小巷一家咖啡馆
我在结帐你在煮浓汤
这是故事最后的答案¹¹⁵

我就站在布拉格黄昏的广场
在许愿池投下了希望
那群白鸽背对着夕阳
那画面太美我不敢看
布拉格的广场无人的走廊

¹¹⁵ 布拉格广场的歌词. *Baidu: 知道* [online]. 2007 [cit. 2013-03-26]. Dostupné z:
<http://zhidao.baidu.com/question/25904646.html>