

Univerzita Karlova

Fakulta humanitních studií

Antropologická studia



Bc. Tomáš Nezveda

Sakura, manga, kimono:

Zobrazování Japonska na akcích s japonskou tematikou

Magisterská diplomová práce

Vedoucí práce: PhDr. Marek Halbich Ph.D.

Praha 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem práci vypracoval samostatně. Všechny použité prameny a literatura byly řádně citovány. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu.

Praha, 30. června 2023

Bc. Tomáš Nezveda

Podpis:

Poděkování

Chtěl bych především poděkovat vedoucímu této práce, PhDr. Marku Halbichovi Ph.D., za jeho cenné rady, lidský přístup a poskytnutou pomoc v průběhu výzkumu i psaní.

Dále jsem velmi vděčný všem informátorům, kteří poskytli svůj vhled ke vzniku této práce. Velice si cením toho, že si na mě našli čas i přes své velké časové vytížení, a to někdy i ve večerních hodinách nebo v průběhu dovolené, a že měli ochotu a trpělivost se mnou probrat mnoho různých aspektů svého zájmu, činnosti a životů.

V neposlední řadě bych rád poděkoval své nejbližší rodině za jejich neustálou podporu.

Abstrakt

Tato práce se zabývá problematikou toho, jakým způsobem je Japonsko zobrazováno na akcích s japonskou tematikou v České republice. Závěry vychází z empirického výzkumu ve třech zásadních terénech – Japonském informačním a kulturním centru japonského velvyslanectví v České republice, Česko-japonské společnosti, a české anime komunitě. U každé složky terénu jsou analyzovány jejich aktivity pro identifikaci obrazů Japonska, které produkují pro své návštěvníky. Na tomto kontextuálním základě je pak postavena analýza tří významných problematik, které z výzkumu vzešly – odlišnost a rozšířenost japonské kultury v České republice, její autenticita, a tendence českých nadšenců si Japonsko idealizovat.

Abstract

This thesis studies the issue of a representation of Japan at Japanese themed events in the Czech Republic. The conclusions of this thesis are based on empirical research in three essential terrains – the Japan Information and Culture Centre of the Japanese Embassy in the Czech Republic, the Czech-Japanese Association, and the Czech anime community. Each terrain's activities are analyzed to identify images of Japan they produce for their visitors. This contextual basis is built on for a further analysis of three significant issues that arise from the research – the difference and prevalence of Japanese culture in the Czech Republic, its authenticity, and the tendency of Czech fans to idealize Japan.

Klíčová slova

Japonsko, japonská kultura, zobrazení kultury, autenticita, idealizace, JICC, ČJS, anime komunita, otaku komunita

Keywords

Japan, Japanese culture, cultural representation, authenticity, idealization, JICC, Czech-Japanese Association, anime community, otaku community

Obsah

0. – Úvod.....	1
0.1. – Výzkumné téma.....	1
0.2. – Představení teoretického zakotvení.....	3
0.3. – Definice základních pojmů.....	4
0.4. – Metodologie.....	6
0.5. – Etické otázky a problémy při výzkumu.....	11
0.6. – Specifika textu.....	14
Část první.....	15
1.1. – Japonsko (re)prezentované – Japonské kulturní a informační centrum.....	16
1.1.1. – Malý kousek Japonska v centru Prahy – JICC.....	18
1.1.2. – Japonská kultura v Hellichově ulici – Prezenční akce.....	19
1.1.3. – Každodenní život kulturního centra – Další aktivity JICC.....	23
1.1.4. – Japonsko (re)prezentované – Obrazy Japonska v JICC.....	28
1.1.5. – Shrnutí.....	32
1.2. – Japonsko prožité – Česko-japonská společnost.....	33
1.2.1. – Specialisté na Japonsko – Organizační aspekty ČJS.....	34
1.2.2. – Festivaly, kurzy a koncerty – Aktivity Česko-japonské společnosti.....	42
1.2.3. – Japonsko životním stylem – Lidé na akcích.....	47
1.2.4. – Japonsko prožité – Obrazy Japonska v Česko-japonské.....	50
1.2.5. – Shrnutí.....	52
1.3. – Japonsko zastřené – Anime komunita.....	53
1.3.1. – Otaku nebo fanoušek anime? – Definice výzkumného vzorku a terénu.....	54
1.3.2. – Od brněnského výstaviště po Facebook – Aktivity anime komunity.....	55
1.3.3. – Anime komunita jako zájmová komunita.....	70
1.3.4. – Japonsko zastřené – Obraz Japonska v rámci české anime komunity.....	80
1.4. – Japonsko v obrazech – Závěr první části.....	84
1.4.1. – Japonsko pozitivní x Japonsko idealizované.....	84
1.4.2. – Japonsko tradiční x Japonsko moderní.....	85
1.4.3. – Japonsko reprezentované x Japonsko zastřené.....	86
1.4.4. – Japonsko prezentované x Japonsko prožité.....	87
1.4.5. – Výstava japonských obrazů – Shrnutí kontextualizace terénu.....	88
Část druhá.....	89
2.1. – Japonsko rozšířené – Japonská kultura v České republice.....	90

2.1.1. – Život ve společnosti – Japonský kulturní systém.....	91
2.1.2. – Export sakur – Šíření japonské kultury	104
2.1.3. – Staletí izolace – Kvalita a exotika japonské kultury	111
2.1.4. – <i>Pokémon</i> , Playstation a karate – Setkání s Japonskem	114
2.1.5. – Shrnutí	115
2.2. – Japonsko autentické – Vztah výzkumného terénu k Japonsku	116
2.2.1. – Je japonská kultura v rámci zkoumaného terénu autentická?	120
2.2.2. – Jsou autentické aktivity zkoumaného terénu?	132
2.2.3. – Co je vlastně autentické?	134
2.2.4. – Shrnutí	138
2.3. – Japonsko exotické – Idealizace Japonska v České republice.....	139
2.3.1. – Idealizace pod lupou – Projevy idealizačního procesu v rámci výzkumného terénu.....	142
2.3.2. – Cestopis, exotika a anime – Původ idealizace v České republice	146
2.3.3. – Sebenaplňující proroctví – Idealizace kruhem	156
2.3.4. – Srážka s realitou – Anti-idealizační procesy	157
2.3.5. – Pařížský syndrom – Idealizace naopak	159
2.3.6. – Shrnutí	161
3. – Závěr	163
4. - Seznam referencí	166
4.1. - Knihy a články	166
4.2. - Závěrečné práce	168
4.3. - Webové stránky	169
4.4. - Obrázky	170
4.5. - Rozhovory	171

0. – Úvod

Co si představíte, když se řekne Japonsko? Nebo když se zmíní japonská kultura? Vybaví se Vám rozkvetlé sakury? Lidé oblečení v exotickém oděvu? Samurajové se dvěma meči? Vzpomenete si na vzhled nebo chuť sushi? Uvidíte před očima japonské znakové písmo? Nebo si představíte historky o japonském kulturním a společenském systému? Že Japonci dlouho pracují? Že se uklání a jsou velice slušní? A že mají přísná pravidla chování? Či se Vám v mysli objeví japonské anime? Auta značky Toyota nebo technologie značky Sony? Vysokorychlostní vlaky a roboti všeho druhu?

Ať už se čtenáři při zmínce o Japonsku vybaví kterýkoliv z uvedených obrazů, anebo jakýkoliv jiný, podstatné je, že každý z nás, i když tuto zemi třeba nenavštívil, má poměrně jasnou představu o tom, co Japonsko může být. Napadlo Vás ale někdy, jak se tyto představy u nás mohou vůbec tvořit? Jak odpovídají realitě žité v Japonsku a zda nejsou trochu přibarvené? A vyskytuje se vůbec Japonsko v našem prostředí? Všechny tyto otázky se pokusíme v rámci práce zodpovědět.

0.1. – Výzkumné téma

Tato práce původně začala jako snaha o prozkoumání toho, jakým způsobem čeští fanoušci japonské kultury používají, a přisvojují si, její aspekty na akcích s japonským zaměřením v České republice. Kromě samotného přisvojování jsem chtěl prozkoumat, zda je tento proces ovlivněn sociokulturní pozicí jednotlivců, jako je věk nebo gender, a jaké významy dávají jedinci na tomto základě konkrétním kulturním atributům, které nejen na akcích využívají.

V rámci samotného výzkumu se ovšem poměrně rychle ukázalo, že takto koncipované téma bude přinejmenším problematické. Ačkoliv je kulturní přisvojení důležitým tématem, a je součástí výsledné práce, po prvních pár rozhovorech bylo jasné, že v rámci rozsahu diplomové práce by nebylo možné získat dostatečné množství dat k analyzování vztahu přisvojení a sociokulturní pozice jedinců. Samotné kulturní atributy pak byly sice významné, ale čím dál více se ukazovalo, že jsou více součástí širších problematik, spíše než primárním objektem zájmu jedinců. Nejzásadnější z takových problematik, které z výzkumu vystoupily, jsou odlišnost japonské kultury od té naší, její autenticita u nás ve vztahu k realitě v Japonsku, a tendence českých fanoušků si Japonsko idealizovat.

Stále více bylo také zřejmé, že jak pro popsání těchto nových problematik, tak pro případné závěry původního výzkumu, bude nesmírně důležité představení kontextu japonských akcí zvoleného terénu, které předtím nebyly popsány skoro vůbec, nebo byly zpracovány pro jiné účely, a jejich popis je pro naše potřeby tudíž nedostatečný. Bylo proto nezbytné najít nový všeobecný směr výzkumu a celé práce, který by umožnil jednak představení potřebného kontextu a jednak následné zpracování problematik odlišnosti japonské kultury, její autenticity a idealizace, a také problematiky přisvojování japonské kultury u nás.

Takovým celkovým základem této práce je proto zobrazování Japonska a japonské kultury na akcích s japonskou tematikou. V rámci tohoto tématu se podíváme na to, jakým způsobem je u nás Japonsko zobrazováno, jakým způsobem produkují konkrétní složky výzkumného terénu obrazy Japonska pro své návštěvníky na základě svých konkrétních cílů a ideového podkladu, a na to, jakým způsobem se takto zobrazovaná kultura vztahuje k realitě v Japonsku.

Samotná práce je v tomto ohledu rozdělena na dvě části. První část obsahuje tři kapitoly, které popisují a kontextualizují jednotlivé složky výzkumného terénu, a ukazuje, jaké konkrétní obrazy Japonska tyto terény produkují. Kapitola 1.1. se zaměřuje na Japonské informační a kulturní centrum japonského velvyslanectví v ČR, kapitola 1.2. představuje Česko-japonskou společnost, a kapitola 1.3. se zabývá českou anime komunitou. Závěr této části dále tvoří komparativní analýza jednotlivých terénů. Druhá část práce pak staví na tomto základu při analýze širších problematik, které se v rámci výzkumu objevily. Kapitola 2.1. zkoumá podobnosti a odlišnosti českého a japonského kulturního systému, a proces šíření japonské kultury v našem prostředí. Kapitola 2.2. se zabývá autenticitou japonské kultury zobrazované v jednotlivých terénech, a kapitola 2.3. analyzuje proces idealizace Japonska u nás.

Rozsah výsledného textu je pak poměrně velký. V tomto ohledu bych rád zmínil, že problematiky autenticity a idealizace japonské kultury jsou komplexnější, než by se na první pohled mohlo zdát. Kapitola o japonské kultuře v Česku, spolu s více empirickou první částí, dodávají kontextuální základ, na kterém jsou tyto problematiky ukázány a popsány, a také jim přidávají hloubku. Přínos první části pak vidím nejen v identifikaci produkce obrazu Japonska v jednotlivých terénech, ale také v samotném etnografickém popisu jednotlivých terénů, jelikož jsou to místa, do kterých mi umožnila se dostat unikátní pozice studenta antropologie a brigádníka na japonském velvyslanectví. Zejména terény kulturního centra ambasády a Česko-japonské společnosti, pak nebyly dříve etnograficky prozkoumány, a proto i relativně krátký a základní popis jednotlivých složek terénu, který práce nabízí,

považují za antropologicky relevantní. Celkově jsem přesvědčen, že je tato práce ve svém rozsahu nezbytným minimem pro náhled na zkoumané problematiky v jejich úplnosti.

Ještě, než se podíváme na jednotlivé závěry, zbývající část této úvodní kapitoly představí základní teoretické zakotvení, definici důležitých pojmů, výzkumnou metodologii a etické otázky, které práci provázely.

0.2. – Představení teoretického zakotvení

Téma zobrazování Japonska je poměrně široké, teoretické zakotvení se dá proto rozdělit na tři hlavní linie. Jsou to teorie o Japonsku, o kulturní autenticitě a přisvojení, a teorie o zobrazování cizí kultury. Zde si jednotlivé okruhy zběžně nastíníme, a na konkrétní podrobnosti jednotlivých přístupů se podíváme na relevantních místech práce.

Antropologické studium Japonska je pro potřeby této práce rozděleno na dva hlavní proudy. Jeden z nich se nazývá *Nihonjinron* (teorie o japonském lidu), ve kterém vznikaly studie, které se snažily identifikovat aspekty japonského sociálního systému a obecně vnímaných japonských hodnot, a propojit je s geopolitickými a historickými skutečnostmi Japonska. Druhý hlavní proud se vyznačuje kritikou a vymezením se vůči teoriím *Nihonjinronu*. V práci jsem pak vycházel primárně z následujících prací. První je slavná kniha o Japonsku Ruth Benedictové *Chryzantéma a meč* (1947). Dalšími významnými zdroji referencí jsou studie Joy Hendriové, která zasvětila velkou část své antropologické kariéry Japonsku. Zde budeme vycházet primárně z jejího obecného představení Japonska *Understanding Japanese Society* (1995) a její studie japonské výchovy dětí *Becoming Japanese* (1986). V neposlední řadě jsem vycházel ze sborníku *A Companion to the Anthropology of Japan* (2005).

Problematika autenticity lidské kultury se pak objevuje zejména ve studiích turismu. Na konkrétní specifika se podíváme později, ale zde je důležité zmínit, že existují dva hlavní proudy nahlížení autentičnosti. Jedním z nich je tzv. autenticita vztahová, která vyjadřuje vztah k pravdivému životu a interakci jedinců na základě jejich skutečných Já. Druhé pojetí je autenticita objektová, která se ptá na realističnost zobrazované kultury. Objektová autenticita klade důraz na kulturní objekty, které mohou zahrnovat životní procesy, aktivity, artefakty a podobně (Lau 2010). Pro naše potřeby se budeme zabývat primárně druhým pojetím. Nejdůležitějšími autory pro tuto práci jsou Erik Cohen a Raymond Lau.

Ruku v ruce s autenticitou kultury jde také kulturní přisvojení. Jason Baird Jackson ve svém souborném článku *On Cultural Appropriation* nabízí základní přehled teorií o

kulturní apropriaci (2021). Tento pohled, který klade velký důraz na mocenské nerovnosti, je doplněn autory, kteří se snaží o více inkluzivní pojetí (Nguyen, Strohl 2019).

V teoretickém zakotvení o zobrazování cizí kultury pak vycházím primárně ze studií orientalismu. Hlavním představitelem tohoto proudu je Edward Said. K jeho doplnění se pak odkazují na diskuzi, kterou svou knihou *Orientalismus* (1979) vyvolal a kterou v této práci představují zejména Maria Todorova (2009) a Zuzana Vránová (2008).

Kromě těchto tří hlavních okruhů využívám v práci také množství další literatury, která vysvětluje dílčí aspekty zkoumaných problematik. Nejzásadnější z nich jsou problematiky globalizace, studií volného času, a výzkum o české anime a „otaku“ komunitě.

Představení globalizace zajišťuje Ted C. Lewellen (2002), studia volného času shrnuje Shaun Best (2010) a Duane Crawford s kolegy (1991) a při průzkumu české otaku komunity vycházím z množství závěrečných prací na toto téma a z přehledu představitelů samotné komunity.

Kromě teoretického ukotvení práce je také důležité předem vyjasnit použití některých pojmů, se kterými se budeme v textu setkávat.

0.3. – Definice základních pojmů

Základní pojmy, které si na začátku vyjasníme jsou kultura, idealizace, autenticita a Západ.

Pojem kultura provází antropologii od jejího počátku, ale ve své podstatě je velmi komplexní, obsažný a ambivalentní. Neexistuje jednotná uznávaná definice, a pojem kultura zpravidla vyjadřuje odlišné věci podle konkrétního kontextu.

Pro naše potřeby budeme tedy definovat lidskou kulturu podle dvou základních rovin. Jednak jako kulturní společenský systém, který zahrnuje pravidla, způsoby chování, ideje nebo sociální nastavení určité společnosti nebo etnika, a jednak jako soubor fyzických i metafyzických vlivů, proudů, umění a atributů, které mají svůj původ v určitém prostředí. V práci jsou tyto dvě roviny zahrnuty v prostém pojmu kultura, pokud budeme mluvit specificky o jednom z nich, bude to zmíněno v textu nebo v kontextu toho, o čem je řeč, ale tyto dvě roviny jsou v problematice zobrazování často úzce spojené a nerozdělitelné, proto, když nebude zřejmé, zda se jedná o jednu z nich konkrétně, pojímá označení kultura zpravidla obě. Pojem kulturní atributy pak vyjadřuje konkrétní kulturní hmotné i nehmotné

produkty, nebo věci, které jsou s konkrétní kulturou asociovány. Předměty, architektonické objekty, umění či ideje, a podobně.

Definice idealizace je v této práci poměrně obsáhla a na její úplnost se podíváme v kapitole 2.3. Zde ji postačí popsat jako tendence vnímat zemi nebo kulturu na základě stereotypizovaných představ, které jsou oddělené od jejich konkrétního geopolitického, ekonomického, sociálního a kulturního kontextu. Proces idealizace klade důraz na pozitivní zobrazení a zastírá přítomnost zobrazení negativních nebo takových, které rozporují idealizovanou představu.

Autenticita bude v této práci definována primárně jako: (1) Něco, co je skutečné a pravdivé, například skutečná starožitnost; (2) Něco, co je originální, ne kopie, například ručně psaný manuskript; (3) Něco, co se vyjadřuje blízkou shodou s originálem díky přesné a uspokojivé reprodukci základních prvků, například portrét; (4) Něco, co se vyznačuje souladem s rozšířenou nebo dlouhotrvající tradicí, například zvyk; (5) Něco, co je autoritativní, oprávněné, nebo právně platné“ (Lau 2010, 484 přeloženo). Tento soubor definic nám dává dobrý podklad pro zahrnutí a analýzu jak hmotných, tak nehmotných kulturních atributů, o kterých bude v rámci zobrazování Japonska řeč.

Poslední pojem, který zde musíme definovat je Západ. Ten bude vyjadřovat prostředí Evropy a Severní Ameriky. Takto homogenní pojmenování této oblasti je v antropologii velmi problematické a zastírá mnoho důležitých kulturních specifik a potencionálních mocenských nerovností. Pro naše potřeby se ovšem jedná o jednoduché označení „našeho“ kulturního prostředí oproti Japonsku. Interakce s celou komplexitou tohoto prostředí je nad rámec této práce, a pro problematiku zobrazování Japonska je důležitá zejména dichotomie našeho a japonského kulturního prostředí. Považuji ovšem za nutné zde toto označení osvětlit, abychom se vyhnuli nepojmenované reprodukci představy homogenního „Západu.“

Dále se podíváme na metodologické náležitosti výzkumu a výsledné práce.

0.4. – Metodologie

0.4.1. – Strategie výzkumu

Pro výzkum problému zobrazování Japonska v ČR jsem zvolil kvalitativní strategii, která se zakládá na „snaze pochopit lidi pobytem ve stejném sociálním prostředí jako oni“ (Madden 2010, 1). Důležitou součástí této strategie je přímá účast v části života aktérů, který zkoumáme, postupné budování vztahů a důvěry, a tendence situaci pozorovat, spíše než snažit se o její kontrolu. Podstatou této praktiky je snaha o odhalení toho, co znamená být člověkem v určitém sociálním kontextu (ibid.). Tato strategie se zpravidla zaměřuje na co nejhlubší pochopení zkoumaného problému v rámci menšího počtu lidí, a Miroslav Disman ji považuje za neměřitelný průzkum ve srovnání s kvantitativním výzkumem, který se zaměřuje na hledání vztahů mezi dvěma nebo více měřitelnými proměnnými (2002).

Problematiky kultury, jako je idealizace nebo autenticita, nejsou, jak uvidíme, prosté měřitelné proměnné, které můžeme kvantifikovat na základě zvolených parametrů. Jsou to komplexní procesy, které se mohou lišit na základě odlišné perspektivy jednotlivců, a pro nalezení obecnějších vzorců, které tyto procesy definují, je zásadní hlubší interakce s terénem a aktéry v něm. V tomto ohledu je kvalitativní strategie nejvhodnější pro prozkoumání výzkumného problému.

0.4.2. – Techniky sběru dat

Pro pobyt ve stejném sociálním prostředí jako zkoumaní lidé, a pro sběr dat k prozkoumání stanoveného problému jsem zvolil dvě hlavní a jednu doplňující techniku.

První hlavní etnografickou metodou sběru dat je zúčastněné pozorování. Jedná se o vysoce instrumentální způsob pobývání s ostatními (Madden 2010), kdy etnograf pobývá s lidmi, které zkoumá k získání základních zkušeností a informací. Výzkumník se v rámci této metody stává součástí kultury, kterou zkoumá. Je nicméně nutné neustále reflektovat vlastní pozici výzkumníka, jelikož je to právě ponoření do kultury s vědeckým odstupem, které umožňuje prozkoumat konkrétní antropologický problém (ibid.).

V rámci zúčastněného pozorování jsem se účastnil akcí s japonskou tematikou, které se v Česku pořádají. Tento soubor zahrnoval primárně aktivity Japonského informačního a kulturního centra, Česko-japonské společnosti a české anime komunity. Tyto aktivity byly zpravidla krátkodobé, trvající od několika hodin po maximálně čtyři dny u velkých anime festivalů. Na jednotlivých akcích jsem si dělal poznámky a fotografie. Co nejdříve po akci

(nebo kdykoliv to bylo možné na vícedenních eventech) jsem vytvářel větší souvislejší terénní poznámky.

Druhou hlavní technikou sběru dat byly polostrukturované rozhovory se zástupci jednotlivých terénů, s příznivci japonské kultury a s japonským ředitelem kulturního centra velvyslanectví. Tyto rozhovory byly domlouvány individuálně, osobně v rámci terénu, anebo pomocí e-mailu. Pro podrobnější analýzu a přesnější reprodukci získaných informací jsem veškeré rozhovory nahrával se svolením jednotlivých informátorů. Rozhovory probíhaly buď osobně v Praze, nebo on-line skrze platformy Google Hangouts a Discord, na základě domluvy s informátory podle jejich možností a preferencí.

Pro tyto rozhovory jsem měl připravený seznam otázek jako osnovu, ale snažil jsem se nechávat prostor informátorům, aby mluvili co nejvíc podle svého uvážení, což umožnilo flexibilně dávat prostor novým tématům, která z rozhovorů mohla vzejít. Otázky samotné byly rozděleny do několika setů. Jeden, nejvíce obecný, byl společný všem informátorům. Druhý set otázek se zpravidla zabýval konkrétním terénem, a pokud to bylo relevantní, třetí set se zabýval dílčími aspekty těchto terénů, na které se konkrétní informátor specializoval. Otázky pro pana Itó, ředitele JICC, který poskytuje v práci aktivní japonský vhled, byly nejvíce odlišné, zaměřovaly se na poznatky získané od českých informátorů, ale některé z obecnějších byly položeny i jemu, aby bylo možné poměřit způsob odpovědí Čechů a Japonce. Obecnější otázky byly zpravidla široké a abstraktní (Co si představíte, když se řekne Japonsko? Jaké vnímáte rozdíly mezi Japonskem a Českou republikou?), aby každý informátor mohl pojmenovat vlastní aspekty zkoumaných problémů, a byl co nejméně „veden“ určitým směrem na základě dotazu. Tento styl otázek a dotazování je vhodný pro kvalitativní etnografický výzkum, jelikož dává prostor informátorům pro pojmenování nebo osvětlení aspektů, které oni sami považují za důležité (Madden 2010).

Doplňující technikou k oběma hlavním pak byla analýza tištěných materiálů z jednotlivých akcí nebo institucí, internetových stránek jednotlivých terénů, a průzkum facebookových skupin anime komunity. Takové vizuální materiály jsou zásadní zejména pro problematiku idealizace. Pozorování, rozhovory a materiály byly analyzovány co nejdříve po jejich vytvoření a získání, aby bylo možné výzkum usměrňovat podle získaných dat.

0.4.3. – Analýza dat

Data získaná v rámci výzkumu jsem analyzoval pomocí kvalitativního tematického kódování. Začal jsem procházením jednotlivých složek informací a otevřeným kódováním,

kdy jsem postupně identifikoval konkrétní opakující se kategorie dat. Na základě těchto kategorií jsem vytvořil devět základních kódů (např. Idealizace, Autenticita), kterým jsem přiřadil číslo a barvu. Veškerá data jsem následně znovu prošel a okódoval přiřazením těchto kódů k částem textu, které jsem označil barvou pro lepší rozlišování. Na základě těchto kódů jsem vytvořil tematické soubory dat, ve kterých vykryštovala struktura dílčích aspektů větších problematik. Tyto tematické soubory pak byly základem jednotlivých částí textu této práce. Poslední důležitou úrovní analýzy bylo samotné psaní, které je pro formulaci závěrů zásadní, a při kterém se většinou odhalí nejvíce vzorců (Madden 2010).

0.4.4. – Výzkumný terén

Samotný výzkum probíhal v rámci tří odlišných prostředí:

Prvním terénem je Japonské kulturní a informační centrum (obvykle nazýváno JICC ze zkratky anglického Japan Information and Culture Center), které je kulturní sekci japonského velvyslanectví v ČR a je přímo propojené s japonským Ministerstvem zahraničí. Náplní jejich práce je organizace a podpora kulturních akcí spojených s Japonskem, poskytování informací o Japonsku a jeho propagace v rámci ČR. Ze své podstaty státní instituce je JICC přísně nekomerční. Pravidelně pořádají kulturní akce jako promítání filmů, výstavy a přednášky. Dále vydávají informační bulletiny o Japonsku a každý měsíc zájemcům rozesílají novinky s nejen svým programem.

Druhým výzkumným prostředím je Česko-japonská společnost (ČJS). Ta je „nezisková organizace zaměřená na rozvoj spolupráce a vzájemného porozumění mezi Českou republikou a Japonskem“ (Japan.cz 2021). Instituce úzce spolupracuje s JICC, ovšem oproti kulturnímu centru financuje ČJS svoji činnost na bázi členských příspěvků, případně symbolických plateb za vstup a materiály na eventech. Podobně také pořádají množství akcí, například festivaly japonské kultury, workshopy japonských umění, výuku japonštiny nebo festival japonského filmu. Pro své členy taktéž rozesílají informační e-maily o různých akcích s japonskou tematikou.

Ke dvěma institucím doplňuje obraz výzkumného terénu česká anime komunita, která je skupinou lidí, pro které je japonská moderní kultura, zejména anime a manga výraznou součástí jejich života. Sdružují se zejména v on-line prostředí, například v různých facebookových skupinách (*Svět anime, mangy a Japonska* nebo *Sčítání českých a slovenských otaku*). V menší míře je také možné najít více lokalizované komunity na různých

webových fórech (např. Konoha.cz), mezi fanoušky různých tvůrců či na platformě Discord. Dále pořádají festivaly a srazy, z nichž nejznámější jsou brněnský Animefest a pražský Advík.

Tato tři prostředí se odlišují nejenom svým vztahem ke konkrétním aspektům japonské kultury, ale také odlišným pojetím organizace a setkávání lidí. Zároveň ovšem existují aktéři, kteří se pravidelně pohybují ve dvou nebo všech z nich naráz a jsou tedy do jisté míry spojená i mimo svůj společný vztah k Japonsku. Spojení těchto terénů, které jsou každé svým vlastním způsobem zásadní pro japonskou kulturu v České republice, umožňuje obsáhlejší a kompletnější prozkoumání konkrétních problematik, a to zejména díky možnosti jejich porovnání mezi sebou navzájem.

Já sám jsem pak měl k jednotlivým terénům různé vztahy. V prostředí JICC jsem byl do určité míry insider, jelikož jsem měl možnost zde brigádně pracovat jako ostraha, zatímco s ČJS jsem před začátkem výzkumu měl pouze povrchové zkušenosti. S anime komunitou jsem neměl mimo čtení mangy a sledování anime skoro žádné zkušenosti, ale měl jsem několik známých, kteří jsou aktivní v pražské a moravské síti této komunity. Tento trojúhelník prostředí, ke kterému mám i já, jakožto antropolog, odlišné vztahy, mi pak umožnil uchovat si větší reflexivní odstup v jednotlivých terénech, který by nebyl možný, pokud bych se pohyboval jen v jednom z nich.

Celkově mi spojení tří terénů umožnilo cenné srovnání dílčích problematik mezi různými prostředími, a pomohlo mi lépe poznat provázanosti v rámci japonské kultury v České republice, jelikož jsem měl možnost se setkat s informátory, kteří byli aktivní ve více terénech. A zatímco zejména anime komunita je kvůli zaměření na tři terény prozkoumána bezesporu méně do hloubky, než by bylo možné, kdyby se výzkum soustředil přímo na ni, zásadní aspekty nejen jejího vztahu k japonské kultuře, a problematiky idealizace a autenticity, by nebylo bez možnosti porovnání tří terénů vůbec možné pozorovat, popsat a analyzovat. Takto zaměřený terén v neposlední řadě umožnil hlubší ilustraci pohledů a názorů jednotlivých aktérů z jejich strany na možnosti srovnání JICC, ČJS a anime komunity.

0.4.5. – Výzkumný vzorek

Informátoři v rámci výzkumu byli vybíráni na základě tří navzájem se doplňujících metod. Výběr byl účelový, pomocí metody sněhové koule, a náhodný.

Způsob vybírání informátorů byl primárně účelový, takže byl založen na „mém úsudku o tom, co by mělo být pozorováno a co je možné pozorovat“ (Disman 2002, 112). Účelový výběr informátorů se může velice lišit podle různých cílů. Pro tento konkrétní výzkum jsem kladl důraz na lidi, kteří jsou buď zástupci institucí, veteráni v zájmu o Japonsko, nebo experti na konkrétní relevantní problematiku. Asi třetina informátorů je z návštěvnického spektra terénu, ale i přesto se až na pár případů vyznačují větší mírou expertízy. Takto koncipovaný vzorek mi umožnil prozkoumat jednotlivé terény více do hloubky a na základě interakce s lidmi, kteří mají o problematice největší povědomí. Mohlo by se zdát, že z takového vzorku vypadají sami návštěvníci, ale je důležité zmínit, že zejména u anime komunity a Česko-japonské společnosti jsou jejich zástupci a experti zpravidla lidé, kteří akce sami navštívili nebo navštěvují. Přesto jsou ale méně zkušenými návštěvníci, nebo úplní nováčci, zastoupeni v rozhovorech v menší míře než organizátoři a veteráni. To umožňuje lepší průzkum terénu v rámci omezeného vzorku lidí, nicméně je nutné mít na paměti, že je výzkum tímto způsobem ohraničen.

V rámci účelové metody pak byli informátoři vybíráni primárně pro jejich funkci (zástupce JICC, manažerka/ředitelka či člen vedení ČJS, správkyňe sociálních sítí nebo programový ředitel anime festivalu) anebo expertízu. K limitování problému reflexivity, tedy přílišného ovlivňování výzkumu výzkumníkem samotným a jeho pozicí, jsem využil také další dvě metody výběru informátorů. V rámci anime komunity se jednalo primárně o metodu sněhové koule, kdy jsem znal jednu informátorku, se kterou jsem navštívil Animefest 2022 a skrze ni jsem poznal další lidi, kteří mě dále představovali dál. U jednotlivých informátorů návštěvnického spektra pak byl výběr relativně náhodný. Například jednu informátorku jsem viděl vícekrát na akcích JICC, s jedním informátorem jsem náhodou seděl na kurzu japonštiny a s dalším jsem zůstal na dece na anime festivalu Advík, když moji známí zmizeli.

Pro zajištění alespoň nějakého japonského vhledu na zkoumané problematiku jsem oslovil dvě japonské instituce v České republice se žádostí o rozhovor s někým, kdo navštěvuje akce zkoumaného terénu. Za japonské velvyslanectví k rozhovoru svolil ředitel JICC Naoyuki Itó. S japonskou asociací v ČR Nihonjinkai se bohužel rozhovor nepodařilo uskutečnit.

Celkový výzkumný vzorek zahrnuje 14 zásadních informátorů, se kterými jsem uskutečnil polo-strukturované rozhovory (jejich přehled najdete v Seznamu referencí), a nespočet menších aktérů, které jsem potkal v rámci výzkumu a měl možnost s nimi mluvit. Kromě těchto 14 lidí jsem kontaktoval také množství dalších se žádostí o rozhovor, kteří se výzkumu nemohli nebo nechtěli účastnit.

V několika případech jsem měl pak prosté štěstí, když došlo u informátorů, s nimiž jsem dělal rozhovory, ke kumulaci relevantních pozic, o kterých jsem někdy ani dopředu nevěděl. Takto například paní Darja Kawasumiová, kterou jsem oslovil, protože byla aktivní na akcích JICC, je také majitelkou restaurace Miyabi a bývalou předsedkyní ČJS; Eliška byla přednášející v JICC, brigádnice v ČJS a měla zájem o anime; anebo pan Ondřej Hýbl je zakladatelem Divadla kjógen, které dělá představení na akcích Česko-japonské a anime komunity, a k tomu je předsedou ČJS. Tato kumulace pozic mi umožnila nejen získat data v širším náhledu na terén, ale také přispěla k pojmenování a odhalení několika důležitých aspektů výzkumného zaměření.

0.5. – Etické otázky a problémy při výzkumu

V rámci samotného výzkumu jsem se snažil maximálně dodržovat základní antropologická etická pravidla. Všichni informátoři, se kterými jsem mluvil, a jejichž informace jsem v práci použil, byli předem seznámeni se skutečností, že provádím výzkum. Při domlouvání rozhovorů, a ještě jednou na jejich začátku, jsem všem popsal své výzkumné téma a na jaké problematiky se zaměřuji, a ujistil jsem se, že souhlasí s nahráváním rozhovoru. Po ukončení rozhovoru jsem všechny informoval, že mají kdykoliv, až do odevzdání práce, možnost použití svých dat ve výzkumu stáhnout, probral jsem s nimi, jakým způsobem si přejí být v práci citováni, zda si přejí být anonymizováni, a potvrdil s nimi v rámci informovaného souhlasu, zda souhlasí s použitím informací, které jsem od nich získal, pro účely této práce.

Někteří z nich si pak přáli tyto informace autorizovat. Podle jejich zájmu jsem jednotlivým informátorům poskytl buď přepsaný rozhovor, faktické části kapitol, které se jich týkají a kontext jejich použití v práci, anebo oboje. Na tomto základě jsem pak dbal na jejich faktické připomínky, a vyjednával s nimi vyznění konkrétních výzkumných závěrů.

V tomto ohledu je důležité zmínit, že velká část informátorů byla veřejně známými osobnostmi, nebo zástupci institucí. Bylo proto důležité dbát na to, aby jejich zobrazení v samotné práci bylo co nejvíce relevantní a reprezentativní, abych se vyhnul nechtěnému poškození jich samotných, jejich pozic, institucí, které zastupovali, nebo samotného terénu. V tomto ohledu jsem dbal především na co nejreprezentativnější přepis citací tak, aby stále zůstal zachován smysl sdělení. Zde je důležité zmínit, že ačkoliv některé formulace byly přepracovány na základě domluvy s informátory, žádné relevantní informace v rámci výzkumu nebyly zatajeny. V samotném textu jsem se také snažil o co nejvěcnější a nejneutrálnější popis jednotlivých problematik, abych se ve formulaci závěrů vyhnul citovému zabarvení informací, které by mohlo vést ke zkreslení obrazu jednotlivých částí

terénu. Zástupci jednotlivých institucí byli také informováni, pokud se objevily informace, které by mohli vnímat negativně, a dostali možnost se k nim sami vyjádřit. Tento případ nastal v rámci práce pouze jednou, a ukázalo se, že tuto informaci vnímala každá strana velmi odlišně. Jelikož se tento problém pak ve výzkumu již neobjevil a nebylo možné jej nahlédnout ze třetí strany, a pro závěry práce nebyl zásadní, rozhodl jsem se tyto informace do práce nepřidat.

Ohledně anonymizace, nikdo z informátorů si nepřál svou totožnost v práci skrýt. Veřejné osobnosti jsem informoval, že jejich anonymizace by mohla být z jejich pozice problematická, a zeptal se, zda je v pořádku uvádět je celým jménem. U informátorů, kteří nejsou veřejně známí, jsem se rozhodl anonymizovat jejich celou identitu, ale křestní jména jsem ponechal podle skutečnosti.

Co se týče problémů, se kterými jsem se v rámci výzkumu a psaní práce setkal, jedná se zejména o časové vytížení některých informátorů, a problematiku mé vlastní pozice, která výzkum ovlivňuje.

Většina z informátorů, které jsem kontaktoval se žádostí o rozhovor, byla velice časově vytížených. Někteří se vůbec neozvali zpět, někteří byli nuceni z časových důvodů rozhovor odmítnout, a jiní, i když se vyjádřili pozitivně, měli problém najít ve svém kalendáři prostor. Podstatnou částí výzkumu bylo tedy neustálé vyměňování e-mailů s jednotlivými informátory, aby bylo možné nalézt vhodný čas k uskutečnění rozhovoru. V tomto ohledu mohu s vděkem konstatovat, že většina kontaktovaných, a často velmi významných lidí, si našla čas a ochotu se mnou rozhovor udělat a věnovat mi svůj drahocenný čas, a to i na dovolené, nebo ve večerních hodinách. Někteří z nich mě také pozvali do svých soukromých prostor a chovali se ke mně s velkou pohostinností. Za to bych jim všem rád vyjádřil svůj vděk.

Kromě poděkování je na tomto místě ovšem důležité, že proces domlouvání rozhovorů někdy trval týdny i měsíce, a celkový plán rozhovorů se neustále proměňoval. To na jednu stranu umožnilo větší zaměření otázek na konkrétní zkoumané problematiky v rámci pozdějších rozhovorů, ale na stranu druhou také vedlo k tomu, že fáze psaní práce musela začít za ještě probíhajícího výzkumu. V rámci svého osobního hodnocení myslím, že se podařilo do práce získat vyjádření mnoha významných osobností, i přes to, že místy byl celý proces nejistý a časově náročný.

Dalším faktorem, který velmi ovlivnil samotný výzkum je pak má vlastní pozice. Na jednu stranu mi brigádní práce pro velvyslanectví bezpochyby pomohla se vstupem do samotného terénu, protože mnoho zásadních lidí pro zkoumanou problematiku už jsem znal, a především znali oni mě. Nepochybuji také o tom, že fakt, že se spoluprací na výzkumu souhlasila ambasáda, zásadně pomohl při vstupu do, a interakci s, dalšími dvěma terény.

Dalším důležitým faktorem mé pozice byl můj věk a status studenta vysoké školy. Tento fakt byl zásadní zejména v rámci anime komunity, jejíž součástí je také mnoho lidí v adolescentním věku, ke kterým jsem neměl příliš přístup na základě setkávání se převážně s lidmi blíže mému vlastnímu věku. Toto setkávání bylo zejména limitováno metodou sněhové koule pro výběr informátorů, jelikož jsem takto zpravidla poznával právě lidi, kteří byli stejně staří, nebo spíše starší než já sám. Pro potřeby výzkumu to nepovažuji za problém, jelikož tito jedinci byli často veteráni v rámci komunity, a mohli se mnou proto sdílet ucelenější pohled na výzkumné téma, a zejména také byli schopni vnímat proměny terénu v čase, což je zásadní v kontextu tří různých terénů. Je nicméně důležité zmínit, že je výzkumný vzorek tímto způsobem ohraničen, a snažil jsem se tento fakt na relevantních místech reflektovat.

Tato problematika se váže k faktu, že spojení tří terénů bylo rozsáhlé, a vyžadovalo tedy spíše zaměření na veterány, organizátory a zástupce institucí, kteří umožňují hlubší průzkum terénu v rozsahu výzkumu k diplomové práci. Jak jsem zmínil výše, tento fakt není tolik problematický, jelikož vzorek nezahrnuje *pouze* takové informátory a jelikož většina z nich je nebo byla řadovými fanoušky a návštěvníky akcí s japonskou tematikou. I zde je ovšem důležité mít na paměti tyto hranice výzkumného vzorku, které mohly ovlivnit výsledná data.

V neposlední řadě je pak v rámci práce zobrazen inherentně spíše pohled Čechů. Snažil jsem se limitovat tento jednostranný pohled zahrnutím japonských informátorů, kde to bylo možné, a referencí literatury o Japonsku. Jedná se o nevyhnutelný aspekt takto zaměřeného výzkumného tématu, ale přesto je důležité jej pojmenovat, aby nedocházelo k iluzi o „objektivní univerzalitě“ závěrů práce. Na základě reprezentace ze strany Japonska, která je v práci v menší míře přítomna, se zdá, že závěry výzkumu vnímají stejně, nebo přinejmenším podobně, i japonští aktéři, a že pojmenované procesy mohou fungovat podle stejných linií také v jejich zemi a prostředí. Pro úplné potvrzení takového závěru by ovšem bylo nutné provést zaměřený výzkum.

0.6. – Specifika textu

V rámci textu je použit český přepis japonštiny pro japonská slova, názvy a jména, kromě citací nebo názvů, které používají přepis anglický.

Přepis citací z vyjádření informátorů je v práci rozdělen na dvě úrovně. Přepis informátorů z anime komunity, nebo z řad neveřejných osobností, se vyznačuje menší mírou textových úprav. Je ponechán slang a specifické slovní obraty, aby byla zachována autenticita projevu a sdělení. Citáty zástupců institucí nebo veřejných osob, které si to přály, jsou pak více upraveny pro reprezentativnější zobrazení jejich sdělení. Nejsou ponechány slangové výrazy, a celkový projev je více zpracovaný v souladu se standardní spisovnou mluvou a textem. Jsou ovšem ponechány specifické individuální projevy, které považují za důležité pro celkové sdělení a autentické zobrazení relevantních osobnostních rysů jednotlivců a jejich pohledu na zkoumané problematiky.

Nyní, když jsme si vyjasnili základní rámec této práce, můžeme přejít k samotnému textu.

Část první
Obrazy Japonska v České republice

1.1. – Japonsko (re)prezentované – Japonské kulturní a informační centrum

Představte si na chvíli, že vystupujete z tramvaje na zastávce v historickém centru Prahy na Malé Straně. Přecházíte přechod a dáváte se ulicí kolem Českého muzea hudby. Na rohu míváte Ministerstvo kultury a hotel Mandarin Oriental, luxusní ubytování, kterého často využívají zahraniční celebrity jako Johnny Depp nebo Madonna. Procházíte starou uličkou lemovanou starobylými paláci. Na jejím konci se zastavíte před jedním takovým palácem, na kterém se vyjímá kromě vlajek Evropské unie, Finské republiky a Norského království také vlajka Japonska. Vstupujete do průjezdu, který vede do útrob této masivní budovy, a po levé straně můžete vidět poutač upozorňující na přítomnost Japonského informačního a kulturního centra. Pokud neodoláte své zvědavosti a zazvoníte na zvonek, otevře se vám vstup do světa, který by člověk na tomto místě nejspíše nečekal. Do „malého kousku Japonska v centru Prahy,“ jak jej nazývají některé propagační letáky.

A ačkoliv je tento prostor v porovnání s Japonskem opravdu jen malým kouskem, pro nás, návštěvníky kulturního centra, může být moment, kdy poprvé projdeme jeho dveřmi, vskutku nezapomenutelným zážitkem.

Po své pravici můžeme v televizi vidět střídající se zápasy sumo, japonské telenovely a zábavně informační pořady japonské veřejnoprávní televize NHK. Na naší levé straně čekají na prolistování japonské magazíny a informační bulletiny popisující různé aspekty přírody a kultury Japonska od vysokorychlostního železničního systému Šinkansen a života v Tokiu až po druhy japonského čaje a harmonogram svátků, které se v tomto ostrovním státě tradičně slaví.

Jakmile překonáme tyto první vjemy, a posuneme se pár kroků do místnosti, narazíme na dvě řady prosklených skříní, jejichž police jsou plné předmětů, které bychom čekali spíše při procházce po zapadlé uličce v Kjótu než v historické části Prahy. Od plastových maket japonských tradičních jídel, na které lze narazit ve výlohách japonských restaurací, přes opravdu nepřeborné množství distinktivně japonských panenek, figurek, postaviček a modelů, zobrazujících atributy tradiční i moderní kultury, až po obaly a produkty, které jinde, než v Japonsku nenajdete, jako je Kit-Kat s příchutí wasabi, moči¹ mnoha chutí nebo tradiční japonské sladké tyčinky Pocky. A pokud máme štěstí a přijdeme v průběhu květnového svátku panenek Hinamacuri, můžeme narazit i na jejich výstavku.

¹ Japonské koláčky z rýžové pasty s různými náplněmi.

Jestli uděláme ještě další kroky, ocitneme se opět v obležení prosklených skříní, tentokrát v nich ovšem nevidíme panenky nebo makety jídla, ale knihy. Velké množství knih v češtině, japonštině nebo angličtině, jejichž společným jmenovatelem je, jako ostatně u všeho v tomto prostoru, Japonsko. To se zrovna nacházíme v knihovně japonského velvyslanectví.

Po obvodu celé místnosti pak můžeme nalézt nástěnky s propagačními letáky na různé japonské aktivity, jako je například Divadlo kjógen, stipendia japonské vlády pro studenty, nebo plakáty s mapou japonských ostrovů a přehledem základních pozdravů v japonštině.

V případě, že jsme dorazili na jednu z prezenčních akcí, které kulturní centrum pořádá, můžeme využít dveře po pravé straně místnosti, které nás úzkou chodbou dovedou do prostor, kde se nachází dvě místnosti. První obsahuje tradiční japonský taiko buben a vitríny, ve kterých můžeme vidět další předměty z převážně tradiční japonské kultury, případně nějakou právě probíhající tematickou výstavu. Ve druhém sále se nachází stůl s projektorem, promítací plátno a několik řad židlí. Místa kolem nás se pomalu zaplňují ostatními návštěvníky, můžeme se pohodlně usadit, přednáška nebo promítání právě začínají.

Tento krátký hypotetický příběh, ve kterém se spojují útržky z terénních poznámek a mé prvotní dojmy, když jsem dlouho před začátkem výzkumu do tohoto prostoru sám poprvé vkročil, ilustruje prožitek, který by mohl mít kterýkoliv z návštěvníků Japonského kulturního a informačního centra, kterému se bude věnovat tato kapitola.

V průběhu následujících stránek se budeme zabývat formálními náležitostmi této instituce, jako jsou jejich aktivity, struktura nebo spolupráce s jinými subjekty, a politickým smyslem, který tyto jednotlivé aspekty provází. V druhé části kapitoly se pak pokusíme identifikovat a analyzovat, jaký obraz Japonska kulturní centrum produkuje a předává svým českým návštěvníkům: Japonsko pozitivní, Japonsko prezentované a Japonsko reprezentované. V průběhu kapitoly naznačíme konkrétní praktiky kulturního centra, které vedou k produkci těchto obrazů. Japonsko pozitivní vyjadřuje způsob, jakým tato instituce produkuje konkrétní pozitivní obraz Japonska v souladu se svými cíli propagace tohoto ostrovního státu v ČR. Japonsko prezentované se pak zabývá způsobem, jakým kulturní centrum předává svým návštěvníkům informace primárně skrze audiovizuální podněty. A konečně Japonsko reprezentované poukazuje na fakt, že za touto institucí stojí primárně japonské Ministerstvo zahraničí, a na význam, který tento fakt má pro šíření japonské kultury v České republice.

1.1.1. – Malý kousek Japonska v centru Prahy – JICC

Japonské informační a kulturní centrum je kulturní sekcí Velvyslanectví Japonska v České republice, jehož provoz spadá pod tamní Ministerstvo zahraničí. Základní náplní jejich práce je organizace a pomoc s kulturními akcemi s japonskou tematikou, poskytování informací o Japonsku nebo jeho propagace v ČR, a v mnoha ohledech zprostředkovává komunikaci velvyslanectví s širší veřejností.

JICC je oproti ostatním terénům velmi uniformní. Formální fakta o kulturním centru jsou v této kapitole popsány primárně na základě rozhovoru se zástupcem JICC, panem Kryštofem Kohoutem, a na základě zúčastněného pozorování na akcích, které proběhlo v letech 2021-2023. Ostatní informátoři se o činnosti JICC vyjadřují vesměs pozitivně, vnímají propagační cíle instituce a její provázanost s japonskou vládou. Celkově ovšem uniformita instituce vede k tomu, že tato kapitola obsahuje primárně výroky jejích zástupců. Přítomnost japonského velvyslanectví ovšem bude zřejmá i v dalších terénech. Z tohoto důvodu je také tato kapitola více čistě empirická než ostatní.

Činnost kulturního centra je motivována kulturní výměnou mezi Japonskem a Českou republikou. Role JICC je podle pana Kohouta „snaha prezentovat japonskou kulturu pro obyvatele Česka“ a „snaha o šíření zajímavostí z Japonska, aby lidé Japonsko poznali, oblíbili si jej, a měli případně zájem o jeho návštěvu nebo o nějakou další spolupráci, například učit se japonsky“ (osobní rozhovor, 10. května 2022). Tyto cíle sekunduje i japonský ředitel JICC, pan Itó:

Naším hlavním cílem je představení japonské kultury nebo společnosti, a někdy také historie, českému publiku. Naším cílem je ukázat jejich reálné aspekty a snaha, aby si co nejvíce Čechů oblíbilo japonskou kulturu.²
(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Kromě pojmenování cílů propagace ovšem citát naznačuje zásadní aspekt JICC, který jej odlišuje od ostatních dvou terénů, a to je snaha o *reálné* zobrazení Japonska. To neznamená, že o realistické zobrazení se zbylé dvě složky terénu nesnaží, ale jedná se spíše o celkový přístup k propagaci země. Aktivita JICC se vyznačuje, oproti Česko-japonské společnosti a anime komunitě, primárně neutrálním faktickým popisem a zobrazením kultury. Můžeme zde sice narazit i na prezentaci, která se vztahuje k subjektivním pozitivním pocitům o Japonsku, ale v rámci této kapitoly si ukážeme, že Japonsko je v JICC zobrazováno velmi strážlivě, jako kdybychom popisovali cizinci, jak vypadá město, ve kterém žijeme, což se

² Původní znění: Our main goal is to introduce the Japanese culture or society, and sometimes history, to Czech audience. To show the real aspects and to make as many Czech citizens as possible fond of Japanese culture is our main goal.

ukáže nejlépe v kontrastu s ostatními terény. JICC prezentuje Japonsko v souladu s politickou prezentací země, spíše než na základě nadšení pro dílčí aspekty kultury, jako je tomu u ČJS nebo anime komunity.

Konkrétní obraz Japonska, který kulturní centrum produkuje, se ukáže při pohledu na jejich základní činnost, která se dá rozdělit do dvou kategorií – prezenční akce, jako je promítání filmů nebo přednášky o japonské kultuře, a další aktivity, kam spadá například tvorba informačních bulletinů nebo výjezdy do škol.

1.1.2. – Japonská kultura v Hellichově ulici – Prezenční akce

JICC jednak pořádá vlastní eventy a jednak poskytuje čestnou záštitu a pomáhá s propagací externích aktivit. Program bývá zveřejněn na každý měsíc na webu a sociálních sítích centra, a zájemcům z široké veřejnosti rozesílán skrze e-mailový newsletter.

Akce, které JICC samo pořádá, jsou zpravidla tematicky pestré. Jedná se o promítání japonských filmů, přednášky a výstavy, anebo v menší míře workshopy kaligrafie a *origami*.³

Eventů v rámci JICC se účastní zpravidla mezi 15 a 35 návštěvníky. Konkrétní počty závisí na popularitě tématu nebo osobnosti, která na akci s kulturním centrem spolupracuje. Věkové a genderové složení se také silně odvíjí od tématu akce. Například na přednášku o japonském cukroví *wagaši* přišlo více žen, než je obvyklé, a naopak méně mužů, nebo při prezentaci fotek profesionálního fotografa a cestovatele Zdeňka Thomy jsem zaznamenal větší poměr starších návštěvníků oproti přednášce o japonské animaci.

Každá akce má zpravidla úvod od zaměstnance velvyslanectví. Většinu z nich zahajuje japonský ředitel kulturního centra nebo český zaměstnanec, který má konkrétní program na starosti. Při významnějších akcích nebo když program zahrnuje účast významných osob může akce zahrnovat úvod od velvyslance Japonska v ČR. Toto je první z mnoha případů reprezentace ze strany samotného Japonska v rámci zobrazení japonské kultury, se kterým se v práci setkáme.

Logika, která se skrývá za výběrem jednotlivých témat, se odvíjí od možností centra a od jejich zajímavosti pro české návštěvníky.

Možnosti souvisí jednak s pracovní vytížeností zaměstnanců, protože aktivit, které musí v rámci každodenní agendy obstarat, je hodně, a také na míře specializace a specifčnosti jednotlivých akcí. Na obecnější aktivity, jako jsou workshopy nebo promítání

³ Japonské umění skládání motivů z papíru.

filmů, není potřeba spolupráce s externími experty, ale na přednáškách na specializovaná témata spolupracuje kulturní centrum s lidmi, kteří v Japonsku byli nebo se o jednotlivé věci zajímají do hloubky.

Dalším faktorem jsou finanční možnosti. Rozpočet kulturního centra neumožňuje zaplatit nákladné aktivity jako například koncerty. To je umocněno tím, že JICC jako instituce japonského státu nevykazuje zisk. Akce jsou zpravidla pro návštěvníky přístupné zdarma a bez nutnosti rezervace, pokud není omezená kapacita. Pro tyto příležitosti má ovšem japonské Ministerstvo zahraničí připravený vlastní program pro propagaci své kultury:

Spolupracujeme s Ministerstvem zahraničí Japonska, které každý rok určuje několik kulturních vyslanců. To jsou osoby v Japonsku, které se věnují nějakému oboru. Například herci tradičních [japonských] divadel *kabuki*, *nó*, *kjógen*, nebo jsou to umělci jiných žánrů a podobně. [Takových vyslanců je] 100 každý rok. Vybírají lidi, kteří cestují do různých zemí, kde předvádí své umění, nebo obor, ve kterém vynikají, zahraničnímu publiku. A to je potom o dost vyšší úroveň, to už jsou mistři, kteří jsou i v Japonsku známí a uznáváni. Takže, když je taková možnost, tak spolupracujeme přímo s ministerstvem, které nám potom samozřejmě poskytne nějaké větší finance, než bychom měli normálně.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Prezenční akce kulturního centra tedy závisí ve velké míře na časových a finančních možnostech instituce, a také na možnostech sítě externích expertů. Samotné JICC se snaží témata v rámci těchto hranic diverzifikovat, ale nabídka akcí závisí také na jejich zajímavosti pro české nadšence:

Víme některá [oblíbená] témata, jako cestování v Japonsku nebo jídlo. Prostě už máme samozřejmě představu, co je populární. Když chodíte na japonské akce, tak se ty vzorce opakují. Vždycky je tam jídlo, čaj, kaligrafie nebo například *origami*.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Zde je vidět, že mimo specializovaná témata existují v ČR hlavní zájmové okruhy, které jsou pro české návštěvníky důležité, které jsou oblíbené a které nabízí základní osu témat, u kterých lze očekávat zájem českého publika nebo které naopak toto publikum očekává od organizátorů akcí s japonskou tematikou. Této problematice a tím, jakým způsobem ohraničuje český obraz Japonska, se budeme podrobněji věnovat v kapitole o idealizaci.

Na následujících stránkách se podíváme na organizační specifika jednotlivých prezenčních akcí JICC. Začneme u veřejných promítání filmů.

Promítání hraných snímků z japonské tvorby je standardní částí programu JICC a koná se zpravidla jednou za dva až tři měsíce v podvečer všedního dne. Všechny filmy zasílá kulturnímu centru japonské Ministerstvo zahraničí. Pan Kohout situaci osvětluje takto:

[U filmů] je to jednoduché. Je to schéma, kdy japonské Ministerstvo zahraničí poskytuje filmy, protože v Japonsku jsou přísná pravidla na promítání. Zajištění promítacích práv je složité, takže ministerstvo to zajišťuje centrálně a potom půjčuje jednotlivým velvyslanectvím. Takže my máme k dispozici vždycky na rok, nebo i na delší dobu, určitý počet filmů, a ty promítáme.

(osobní rozhovor, 10. května 2022)

Zajímavé zde je, že toto nastavení implikuje, že stejné snímky se promítají i v jiných kulturních centrech japonských velvyslanectví po celém světě. A ačkoliv by to mohlo naznačovat aktivnější politiku ve výběru filmů ke konkrétním cílům, pan Kohout sám žádné podobné vzorce ve snímcích nevnímá. Promítané filmy jsou většinou dokumenty o Japonsku, nebo lehké japonské filmy s příběhy z každodenního života. Mají zpravidla milý nádech a často také dobrý konec, což ale podle Ruth Benedictové není v japonské kultuře tak integrální prvek jako v kultuře západní (1947). Na druhou stranu, děj mnoha z promítaných filmů se točí okolo premisy cesty životem obyčejných lidí a jejich objevení ‚životní krásy‘ v aspektech každodenního života, což už základním prvkem japonského světónázoru je (Benedict 1947, Longhurst 2018).

V rámci této práce je složité říct, do jaké míry se japonské příběhy a kinematografie za roky od vydání *Chryzantémy* v roce 1974 proměnily a případně přiblížily západnímu schématu, a do jaké míry vybírá japonské Ministerstvo zahraničí filmy podobného rázu účelově. Celkově lze ovšem říct, že jsou promítané snímky buď dokumentárně popisné, anebo „mile“ neutrální, což odpovídá cílům kulturního centra propagovat realistické Japonsko a šířit o něm pozitivní povědomí. Dále se podíváme na výstavy, které se v kulturním centru pořádají.

Výstavy různých předmětů s japonskou tematikou jsou zpravidla organizovány na základě spolupráce s jinými subjekty, kterým kulturní centrum poskytuje své prostory.

V tomto ohledu lze výstavy rozdělit na ty, které pořádá samo JICC, jako například projekt *Japonské stopy v Česku*, kdy byly vystaveny fotky ze soutěže o hledání Japonska v České republice, pak na ty, které pomáhá kulturní centrum organizovat nebo zaštit'ují, jako byla výstava fotek z návštěvy japonského císařského páru v roce 2002 na Pražském hradě, a konečně na ty, u kterých poskytuje primárně své prostory pro výstavu jiných subjektů. Zde lze uvést například výstavu mečových záštit *cubi*, která proběhla ve spolupráci se společností

pro studium japonského meče pod Česko-japonskou společností Nihonto Kenkyukai, anebo výstavu *Literární most mezi Českem a Japonskem*, kterou připravili s JICC odborníci na českou a japonskou literaturu.

Poslední hlavní částí prezenčního programu jsou přednášky na různá témata. Konají se obvykle v zadních prostorech JICC, opět v podvečerních hodinách všedních dnů.

Samotná témata jsou různorodá a záleží primárně na konkrétním přednášejícím. V průběhu výzkumu se konaly pro představu přednášky o Reformách Meidži v Japonsku, o japonském tradičním cukroví *wagaši*, o japonské animované tvorbě, o studijních pobytech anebo o fotkách z Japonska fotografa Zdeňka Thomy.

Přednášející samotní jsou většinou externí experti na určitou výseč Japonska a jeho kultury. Ke spolupráci s JICC se dostanou zpravidla skrze osobní síť zaměstnanců a instituce, nebo skrze pobyty v Japonsku, jelikož tyto delší cesty jsou vždy zprostředkovány přes velvyslanectví, formou víza a případně stipendia:

Někdy jsou to studenti, kteří byli v Japonsku, nebo se na studium v Japonsku přihlásí, a někdy jsou to lidé, kteří tam odjedou, vrátí se, a my pak s nimi spolupracujeme. Bud' zůstaneme v kontaktu, nebo je i spolek absolventů studia japonštiny v Japonsku, který nepatří přímo pod nás, ale kde se sdružují lidé, kteří absolvovali různé formy studia v Japonsku. A z různých oborů, nejsou to jen japanologové, ale i třeba doktoři nebo programátoři. A s nimi taky máme kontakt, takže, kdybychom chtěli něco o zubařství v Japonsku, tak můžeme kontaktovat takhle toho zubaře, který tam zrovna byl.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Mimo tyto tři hlavní pilíře programu se kulturní centrum podílí na akcích mimo jejich prostory.

Hlavní formou této spolupráce je čestná záštita velvyslanectví, která umožňuje ambasádě tyto eventy propagovat a jak uvidíme dále, determinovat, která zobrazení japonské kultury jsou u nás autentická. Ve velké míře to jsou projekty Česko-japonské společnosti (viz kapitola 1.2.) nebo festivaly anime komunity (viz kapitola 1.3.). Dále tato kategorie zahrnuje různé aktivity organizací, spolků a univerzitních oborů v České republice, které jsou nějakým způsobem s Japonskem spojeny, nebo se k němu odkazují.

Celkově můžeme říct, že se prezenční akce centra snaží o co nejrealističtější pozitivní prezentaci Japonska a že jejich jednotlivé aktivity je možné konzumovat pasivně na základě audiovizuálních podnětů, spíše než aktivně vlastní činností. U filmů pak můžeme vidět na centrálním zajištění japonským Ministerstvem zahraničí reprezentaci ze strany japonského

státu. Abychom zjistili více o propagačních krocích kulturního centra, přesuneme se nyní za hranice domény prezenčních akcí.

1.1.3. – Každodenní život kulturního centra – Další aktivity JICC

Mimo prezenční akce se kulturní centrum věnuje v každodenním provozu množství dalších aktivit. Ty, které zde budeme analyzovat zahrnují informační bulletiny, komunikaci s veřejností a stipendia japonské vlády, informační výjezdy do škol a sociální sítě.

Po levé straně vchodu do kulturního centra může návštěvník narazit na skříň, v níž jsou vystaveny informační bulletiny JICC a jejich japonský ekvivalent *Niponica*. Zatímco magazín *Niponica* vydává Ministerstvo zahraničí a rozesílá velvyslanectvím po světě v anglické a japonské verzi, lokální informační bulletin vytváří kulturní centrum samo v české verzi.

Témata bulletinů jsou opět různorodá, ale za jejich výběrem existuje jasná logika:

Téma se vybírá na základě diskuse s vedením centra. Snažíme se, aby nebyla podobná témata, jako byla předcházející rok. Jsou tam většinou nějaké destinace, Tokio, Šikoku nebo Kjóto, takže o různých místech, co stojí za to navštívit a podobně. A pak jsou obecnější bulletiny, které se zabývají japonskou kulturou jako takovou. Takže to se snažíme střídat, aby to nebylo pořád jenom cestovatelské.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Některá témata jsou pak ke speciálním příležitostem, například v roce 2020 vyšel bulletin Sport k příležitosti konání Olympijských her v Japonsku.⁴ Po výběru tématu následuje fáze výzkumu, psaní a vybírání fotek. Produkty těchto fází prochází několika revizemi, než se zašlou na vytvoření designu a do tisku.

Zejména fáze výzkumu a výběru fotek mnoho vypovídají o interním fungování JICC a o tom, jakým způsobem se tvoří obraz Japonska, který tato instituce produkuje:

Když [se jedná o] cestovatelské věci, tak se snažíme používat informace, které zpracovává přímo Ministerstvo zahraničí na [oficiálním webu] *Visit Japan*. Tam mají poměrně podrobně zpracované oblíbenější destinace. [...] Pak [využíváme] oficiální weby. Když [píšeme] o městě Tokushima, tak půjdeme na jejich oficiální web, a snažíme se převzít oficiální informace. Dneska je to většinou přes internet, ale my tady máme i docela zásobenou knihovnu, takže když je to něco víc kulturního, například když jsem zpracovával něco o bojových umění do sportovního bulletinu, tak jsem si tu vzal knížku o bojových umění a načetl jsem to.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

⁴ Pro přehled jednotlivých vydání doporučuji stránky velvyslanectví: https://www.cz.emb-japan.go.jp/cz/jicc_bulletin.html.

V tomto citátu lze kromě procesu výzkumu vidět důraz kulturního centra na použití co nejvíce podložených informací. Tento důraz na potvrzené informace, a tendenci používat oficiální zdroje, lze vnímat kromě snahy o realistické zobrazení Japonska také jako odraz faktu, že JICC je státní institucí. To se dále promítá i do výběru fotek do bulletinů, protože v Japonsku se klade velký důraz na autorská práva, a proto jedním z kroků pro vytvoření finálního časopisu je získání všech potřebných povolení pro použití fotek.

Problematiku realistického zobrazení si můžeme ilustrovat analýzou úvodních stránek některých bulletinů na Obrázku č.1:



Obrázek 1: Ukázky informačních bulletinů a jejich japonské verze Niponica. Fotografie autora.

Kromě více stereotypního zobrazení hory Fudži, japonských tradičních oděvů nebo pokrmů můžeme na úvodních stránkách vidět také pohled na Tokio nebo hlodavce, který se v Japonsku vyskytuje. Rád bych zde argumentoval, že ze strany JICC jsou pro potřeby propagace vybírány nejzajímavější atributy samotného Japonska, které doprovází také jejich kulturní a historický kontext, ve kterém jsou zasazeny. Významnost takového zobrazení bude, věřím, lépe uchopitelná při srovnání s atributy popsány v kapitolách o anime komunitě a idealizaci. Zde postačí zatím zmínit, že kulturní centrum upřednostňuje pozitivní aspekty Japonska pro účely propagace, ale dělá to způsobem, který je popisný až dokumentární, oproti vytržení jednotlivých aspektů kultury z jejich kontextu pro subjektivní použití, jako je tomu v procesu idealizace. To pak vede k produkci obrazu Japonska pozitivního, ale ne idealizovaného, alespoň ne ze strany organizace. Samotní návštěvníci si pak mohou na pozitivním základu od JICC Japonsko sami idealizovat.

Vraťme se teď k problematice Japonska reprezentovaného. Přípomínkou toho, že kulturní centrum je enklávou japonského Ministerstva zahraničí je i další každodenní aktivita JICC – stipendia japonské vlády.

Každý rok vydává japonská vláda různé formy stipendia, které mohou zahraniční studenti využít pro studijní pobyt v Japonsku. Tyto stipendia zahrnují nabídky pro studenty středních a vysokých škol z oborů exaktních i humanitních věd. Celý výběrový proces má na starosti právě JICC, kam podávají zájemci přihlášky a kde skládají potřebné zkoušky.

V rámci dohlížení na stipendia odpovídá kulturní centrum také na množství dotazů, které nás přivádí k důležité složce jejich propagační činnosti. Mimo zájemce o studium v Japonsku se na ně mohou obrátit také lidé se zájmem o Japonsko jako takové.

V otevíracích hodinách centra mohou lidé přijít s dotazy ohledně Japonska a japonské kultury. Zatímco konzulární sekce ambasády řeší praktičtější typ otázek ohledně víz nebo cesty do Japonska, na JICC se lidé obrací s obecnějšími dotazy. Kromě informací o stipendiích a studiu v Japonsku to jsou obvykle otázky spojené s turistickým zájmem:

Předtím, když se cestovat dalo,⁵ tak se k nám chodili [lidé] ptát na nějaké tipy, co je třeba dobré vidět, nebo na tipy na [dopravu], výlet, jídlo a podobně.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

⁵ Rozhovor vznikl v době, kdy bylo Japonsko uzavřeno pro turisty kvůli pandemii koronaviru.

V tomto ohledu je nutné podotknout, že nekomerčnost centra jakožto státní instituce jim neumožňuje doporučovat například konkrétní podniky. I zde má proto Ministerstvo zahraničí projekty, které mohou zájemcům o Japonsko pomoci:

Ministerstvo zahraničí má spoustu projektů, které se týkají cestování. Je to například stránka *Travel Japan*, nebo [stránky na sociálních sítích] *Visit Japan International*. Pak třeba *Eat Meet Japan*, což je zase o zážitcích, které jsou spojené s jídlem v Japonsku. Takže mají spoustu takových projektů, na které můžeme odkázat.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Kromě oficiálních webů Ministerstva zahraničí mohou s cestovatelskými dotazy pomoci informační bulletiny, které si návštěvníci mohou odnést, a jejichž důležitou funkcí je inspirace lidí k cestování.

Většina dotazů veřejnosti sice spočívá v cestování, ale najdou se i dotazy konkrétnějšího charakteru:

Občas lidi přijdou a pošlou nám třeba fotku předmětu, co našli doma, a že tam je něco napsáno ve znacích, a co to může být. My taky nejsme odborníci, já můžu podle znaků přečíst, jestli tam něco je, ale... Vždycky na ty dotazy nějak reagujeme, ale protože nikdo z nás není super specializován na nějakou věc, tak ne vždycky umíme kvalifikovaně odpovědět. Ale snažíme se alespoň poradit, kam se mohou dál obrátit. Přece jen máme trochu přehled o dalších místech, jako je třeba Česko-japonská společnost, kde se zase sdružují japanologové.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Na tomto citátu lze vidět, že JICC, ačkoliv není tak úzce specializováno na některé aspekty kultury jako Česko-japonská společnost, může ze své oficiální pozice sloužit jako brána do širšího světa japonské kultury v ČR a jako spojnice mezi různými subjekty v síti zájmu o Japonsko.

Širším implikacím této role se budeme více věnovat níže. Zatím se nám může kulturní centrum jevit spíše jako ovocný strom uprostřed smrkového lesa, k němuž chodí zájemci z celého okolí pro plody japonské kultury, ale v následující pasáži uvidíme, že tento strom také aktivně posílá semínka kultury po větru za hranice svého háje. V tomto ohledu je si samo kulturní centrum vědomé toho, že velké množství jejich aktivit osloví lidi, kteří už zájem o Japonsko mají, třeba ty, kteří odebírají jejich newsletter. Proto se teď krátce podíváme na aktivity JICC, které směřují na propagaci Japonska i nad rámec těchto kruhů.

Kulturní centrum pravidelně vysílá své zaměstnance na výukové programy na základních a středních školách. Tyto výjezdy jsou snahou JICC oslovit i mladší generace, jelikož většina návštěvníků a zájemců o japonskou kulturu jsou již dospělí lidé. V tomto ohledu to může být způsob propagace Japonska dětem, které o něm ještě nemají takové

povědomí, a může ovlivnit jejich budoucí studijní nebo i pracovní kariéru, pokud je prezentace zaujme.

Výběr škol, na které se tyto výjezdy pořádají, je individuální. Některé školy osloví velvyslanectví sami, některé s nabídkou kontaktuje kulturní centrum, a u některých se vytvoří osobní kontakt, jako je příklad školy v Havlíčkově Brodě, jejíž studentka napsala japonskému velvyslanci Hideo Suzukimu dopis poté, co se naučila japonsky. Ambassador potom toto město, školu a studentku navštívil, a skrze takovou událost se škola dostala s kulturním centrem do kontaktu.

Výběr škol pro oslovení s podobnou nabídkou závisí primárně na japonské přítomnosti v regionu. Japonsko má na našem území značné množství firem a občanů. Podle statistik japonské neziskové vládní organizace pro podporu investic mezi Českou republikou a Japonskem JETRO je na našem území situováno 277 japonských firem, které zaměstnávají kolem 52 000 osob a patří spolu s firmami z Německa a USA k největším investorům v ČR (JETRO 2023), a podle statistik Českého statistického úřadu se v ČR nachází ke 31. 12. 2021 kolem dvou tisíc japonských občanů, kteří zde žijí delší dobu (CZSO 2023). Zejména v regionech, kde je tato aktivita větší, jako je Praha, Plzeň, Kolín nebo Brno, se pak snaží kulturní centrum dělat tyto propagační výjezdy, aby zvýšili porozumění a povědomí o Japonsku a japonské komunitě.

Tato aktivita na školách může probíhat formou prezentace nebo workshopů. Prezentace mohou být obecné o Japonsku, nebo přizpůsobené zaměření školy, například prezentace o japonských zahradách a japonském umění aranžování květin *ikebana* na škole zahradnické, nebo prezentace zaměřená více na turistické cíle a etiketu ve službách v Japonsku na škole o cestovním ruchu. Workshopy pak mohou být způsobem, jak si děti mohou vyzkoušet kaligrafii nebo *origami*.

Kulturní centrum se pak snaží oslovovat lidi nejen prezenčně, ale také skrze sociální síť. Nejvýznamnější z nich jsou facebookový a instagramový profil, kde zveřejňují zaměstnanci příspěvky s různými zajímavostmi z Japonska, upozorňují v průběhu roku na japonské svátky, a sdílejí aktivity japonského velvyslance v České republice. Mnoho z těchto informací je převzato právě z oficiálních webů japonského Ministerstva zahraničí nebo z jiných oficiálních japonských zdrojů.

Zde ukončíme přehled formálních náležitostí kulturního centra a na následujících stránkách se zaměříme podrobněji na obraz Japonska, který produkuje pro české návštěvníky.

1.1.4. – Japonsko (re)prezentované – Obrazy Japonska v JICC

V první části této kapitoly jsme mohli vidět, jaké jsou cíle a kroky k jejich dosažení v rámci Japonského kulturního a informačního centra. V druhé části se pokusíme na tomto faktografickém základu blíže analyzovat obraz Japonska, který JICC produkuje svou činností a politikou a který předává svým návštěvníkům. Japonsko v rámci kulturního centra je zobrazeno trojím způsobem. Je pozitivní, prezentované a reprezentované.

Japonsko pozitivní

Hned na začátku popisu JICC jsme při procházení cílů jejich činnosti viděli, že kulturnímu centru jde primárně o propagaci Japonska, pokud možno v pozitivním smyslu, aby české občany Japonsko zaujalo a aby si jej oblíbili. Zde je samozřejmě možné se zabývat politickými intencemi, které se za těmito cíli skrývají, ale pro naše potřeby je zásadní fakt, že se kulturní centrum snaží Japonsko prezentovat pozitivně. Japonsko je v rámci aktivit a materiálů, které JICC produkuje, zobrazeno v pozitivním duchu. Můžeme to vidět na promítání milých japonských filmů, v rámci informačních bulletinů, které zobrazují to nejzajímavější, co lze v Japonsku nalézt a lákají k turistickým výjezdům, nebo na sociálních sítích, kde se mohou lidé dozvědět mnoho faktů z japonské kultury na bázi každodenního života v podobě krátkých příspěvků.

V tomto ohledu není produkce takového obrazu ve své podstatě žádným způsobem zavádějící, jelikož je propagace Japonska hlavním cílem kulturního centra a zásadní součástí japonské zahraniční politiky. JICC tedy plní účel, kvůli kterému v České republice je a kvůli kterému jej japonské Ministerstvo zahraničí financuje. Je možné jejich činnost svým způsobem vidět jako stejnou součást japonské diplomacie, jako je například aktivita velvyslance, který pravidelně navštěvuje různá místa, kde se setkávají zájmy nebo kde dochází ke kulturní výměně mezi Japonskem a Českem.

Důležitým aspektem pozitivního obrazu Japonska v aktivitě JICC je právě to, že je pozitivní. Je pozitivní, ale není idealizovaný. Problematice idealizace Japonska se budeme věnovat hlouběji dále, na tomto místě je důležité zmínit to, že kulturní centrum produkuje pozitivní obraz Japonska upřednostňováním jeho pozitivních aspektů, které jsou ale ukotveny v konkrétním kontextu skutečné země, oproti idealizaci, při které dochází spíše k úzkému zaměření pohledu jen na konkrétní pozitivní aspekty japonské kultury, aniž by si návštěvník mohl plně uvědomit přítomnost „skutečné reality“ za nimi.

Proto se při akcích JICC může návštěvník setkat nejen s pozitivně naladěným filmem, který vykresluje až pohádkovou atmosféru každodenního života v Japonsku, ale také

s dokumentem, který zobrazuje určitý aspekt japonské reality velmi střízlivě. Ostatně i ve filmech oslavujících každodenní život Japonska může člověk narazit na negativní aspekty života v Japonsku, ale poselstvím filmu zpravidla bývá to, že takové aspekty jsou součástí života, se kterými je nutné se vypořádat.

Proto se může zájemce o japonskou kulturu na přednášce setkat nejen s úžasným uměním přípravy cukroví *wagaši*, ale může se také dozvědět více o Reformách Meidži, zásadním, ale náročném období japonské historie, v rámci přednesu, který není příliš emočně nabitý, ale snaží se o kontextualizaci této éry v rámci celosvětových geopolitických skutečností.

To samozřejmě neznamená, že jsou aktivity JICC zcela bez známek idealizace. Například na představení fotografií z Japonska fotografa Zdeňka Thomy, které sám uváděl, můžeme narazit na stopy nostalgie a idealizovaného Japonska. Stejně tak v rámci krátkých animovaných filmů při přednášce o japonském animačním umění můžeme vidět známky nevinnosti a idealizované reality typické pro japonské pohádky. Ale zde bych rád argumentoval, že tyto stopy idealizace nejsou ani tak aspektem a cílem instituce, jako spíše produktem konkrétních lidí nebo výsledkem konkrétních idealizačních procesů, které jsou v České republice přítomny.

Pozitivní Japonsko v rámci JICC je Japonsko produkováno skrze konkrétní propagační cíle instituce. Je to Japonsko produkováno pozitivně, ale střízlivě. Je si vědomo svých slabých stránek, ale dává na obdiv primárně své lepší stránky, aniž by se snažilo ty slabší explicitně skrýt. Je to Japonsko zajímavé, ale popsáno jako skutečná země, ne jako pohádkově exotické místo skoro až mimo tento svět.

Japonsko prezentované

Druhým obrazem Japonska skrze čočky kulturního centra je Japonsko prezentované. Pokud se podíváme na všechny činnosti JICC, které jsme si představili, můžeme si všimnout toho, že všechny působí primárně na zrak a sluch. Většina aktivit pro poznání japonské kultury, kterých se návštěvník kulturního centra zúčastní, zahrnuje pozorování a poslech nebo čtení. Když přijdeme na prezenční akce, sedíme a sledujeme přednášku nebo snímek. Když budeme interagovat s jinými činnostmi JICC, můžeme si přečíst bulletin, půjčit knihu, přečíst příspěvek na sociálních sítích nebo si nechat představit Japonsko při přednášce na škole. Jedinou výjimkou z tohoto pravidla jsou workshopy, při kterých si něco vyzkoušíme, ale ty jsou v rámci programu kulturního centra marginální. Pro představu, od doby koronavirové pandemie až do června roku 2023, kdy je tato práce odevzdávána, se nekonal žádný z těchto workshopů ani jednou. Příkladem zároveň čistě informovaného pozitivního

zobrazení dílčích atributů japonské kultury z předchozího obrazu, a také ukázkou jejich pasivní prezentace je Obrázek č. 2, který ukazuje prostory kulturního centra:



Obrázek 2: Úvodní místnost JICC. Fotografie z oficiálního webu.

Jednotlivé atributy japonské kultury jsou zde vystaveny jako v muzeu. To můžeme vidět zejména uprostřed obrázku, kde je výstava panenek ke svátku *Hinamacuri*, a kde se na její pravé straně nachází vitrina s dalšími kulturními objekty. Tyto předměty jsou zde vystaveny za účelem představení jejich existence, ale ne za účelem jejich použití. V souladu s obrazem Japonska prezentovaného je zde japonská kultura pouze prezentována a v souladu s obrazem Japonska pozitivního pouze za účelem propagace.

Tento prezentovaný aspekt obrazu Japonska se nemusí na první pohled zdát tak zásadní, ale při srovnání s dalšími dvěma terény uvidíme, proč je pojmenování tohoto aspektu zobrazení Japonska důležité. Pasivita konzumace produktů JICC umožňuje méně pohlcující zážitek zkušenosti japonské kultury než konzumace aktivní u Česko-japonské společnosti a anime komunity. Tato pasivita dále posiluje obraz Japonska pozitivního, jelikož v rámci pasivní konzumace je snazší udržet si odstup a vnímat prezentované informace v jejich úplnosti než při úplném ponoření se do příjemných atributů japonské kultury, jako je například jídlo a workshopy, které s sebou nese aktivní konzumace kultury na akcích s japonskou tematikou.

Japonsko na akcích JICC je zájemcům prezentované, prezentované skrze audiovizuální prostředky, ale důležité není jen to, že prezentované *je*, ale také to, *kým* je vlastně prezentované. A tím se dostáváme ke třetímu a poslednímu obrazu Japonska z produkce kulturního centra, kterým se budeme v rámci této práce zabývat.

Japonsko reprezentované

Japonsko na akcích JICC není prezentované jen zaměstnanci kulturního centra nebo externími experty na přednáškách, ale primárně japonským ministerstvem zahraničí, potažmo tedy japonskou vládou a oficiální japonskou politikou.

Jak jsme mohli vidět, zásadní součástí činnosti JICC je pomoc, vedení a kontrola japonského Ministerstva zahraničí. Dodává filmy pro promítání, provozuje weby pro turisty, ze kterých se čerpají informace pro bulletiny a příspěvky na sociální sítě, schvaluje rozpočet na konkrétní aktivity, jako je tvorba propagačních materiálů, a schvaluje samotná témata bulletinů. Ministerstvo zahraničí dále poskytuje většinu předmětů, které může návštěvník v kulturním centru vidět vystavené a které je možné si zapůjčit na jiné kulturní akce.

Japonsko je v tomto ohledu reprezentované oficiální japonskou propagační politikou a oficiálními japonskými subjekty. Z toho plynou větší možnosti, jako je získání informací a předmětů z oficiálních zdrojů, ale v některých ohledech také větší limity, než mají jiné subjekty, jako je nemožnost vykazovat zisk nebo nutnost souhlasu japonské vlády při prezentaci různých aspektů Japonska. Tuto pozici si ostatně uvědomuje i pan Kohout:

[Při oslovování externistů na přednášky] pomáhá samozřejmě i to, že jsme instituce jako velvyslanectví. Takže když někoho oslovíme, tak je to pro něj jakoby zajímavější, nebo to má lepší vyznění, než když je to „jenom“ nějaká neziskovka, která třeba ještě nemá žádné úspěchy.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Tato reprezentační pozice s sebou tedy nese konkrétní možnosti, limity a autoritu, kterou jiné subjekty, kterým se bude tato práce věnovat, nemají. Mimo jiné je to jedna z příčin toho, proč je obraz Japonska skrze čočky JICC propagačně pozitivní, spíše než nadšeně idealizovaný, jako může být na akcích anime komunity nebo Česko-japonské společnosti.

Oficiálnost kulturního centra a autorita reprezentace japonské vlády vedou také k vytvoření centrální styčné pozice, na kterou jsme narazili v pasáži o komunikaci s veřejností. JICC není tolik specializováno jako jiné subjekty, ale ze své podstaty ani být nemusí, jelikož jejich oficialita jim umožňuje každého zájemce odkázat na relevantní místo. Reprezentační pozice je důvod, proč kulturní centrum vůbec tyto specializované subjekty může znát a mít o nich lepší přehled, než mohou mít jiné instituce, spolky nebo jednotlivci mezi sebou navzájem, a je to také důvod, proč je najdou jako první lidé, kteří mají nějaký zájem o Japonsko, ale neví, kam se obrátit. To samozřejmě neznamená, že například společnost pro studium japonského meče Nihonto Kenkyukai nebude mít lepší přehled v subjektech specializovaných tímto směrem, ale JICC zaujímá obsažnější pozici v rámci celého zájmu o japonskou kulturu.

V neposlední řadě umožňuje tato pozice kulturnímu centru, nebo spíše velvyslanectví jako takovému, určovat do velké míry oficiální diskurz o Japonsku v České republice. Čestnou záštitou a propagací konkrétních akcí mohou vybírat směr, kterým se

zájem o Japonsko u nás vyvíjí z autority oficiální instituce. Tento aspekt reprezentace samozřejmě není absolutní a něco tak abstraktního, jako je zájem lidí o kulturu, se vždy vyvíjí vlastním nekontrolovatelným způsobem. Navíc je japonské velvyslanectví v tomto ohledu poměrně inkluzivní, jelikož čestnou záštitu poskytuje velkému množství akcí od naučných aktivit Centra japonských studií v Plzni, přes zájmové specializované akce Česko-japonské společnosti, až po festivaly anime a japonské kultury, jako je Advík nebo Animefest. Stopy tendence podporovat zájem o japonskou kulturu v ČR jako takovou, spíše než snahu o korigování zájmu v ČR konkrétním směrem, lze ostatně vidět nejen ve formální činnosti této instituce, ale také například v tomto komentáři pana Kohouta, jejího zaměstnance:

Samozřejmě je to dobré, a já jsem rád, že spoustu lidí dělá věci o Japonsku. Je to fajn, že ta kultura takhle žije, že nejsme jediný zdroj informací, ale že i ostatní [se tomu věnují].

(osobní rozhovor, 10. května 2022)

1.1.5. – Shrnutí

V této kapitole jsme si představili činnost, organizační strukturu a politické intence Japonského kulturního a informačního centra japonského velvyslanectví v České republice. Ve druhé části kapitoly jsme na tomto základě identifikovali tři obrazy Japonska, které vystupují z analýzy uvedených dat a které kulturní centrum svou činností produkuje: Japonsko pozitivní, prezentované a reprezentované.

Ačkoliv je možné se zaměřit na mnoho dalších aspektů této instituce, jako je oficiální propagační politika japonské vlády nebo cíle, kterých se její pomocí snaží dosáhnout, pro potřeby této práce o zobrazování japonské kultury je důležité zejména srovnání JICC s jinými institucemi a komunitami, které se u nás Japonskem zabývají. Proto se v následující kapitole podrobněji podíváme na Česko-japonskou společnost, se kterou kulturní centrum úzce spolupracuje, ale od které se zároveň v mnoha ohledech odlišuje.

1.2. – Japonsko prožité – Česko-japonská společnost

Je horký letní den. Nedávný déšť vyhnal vlhkost ve vzduchu strmě nahoru, což v kombinaci s vedrem vytváří tropické podnebí, které vůbec nepomáhá mému výstupu na kopec. Kráčím pomalu směrem od tramvajové zastávky k parku Hanspaulka na Praze 6. Je obyčejné červencové sobotní odpoledne a až na občasně přeháňky je relativně hezký den. Ale něčím je přece tento den výjimečný. Dnes se koná Tanabata.

Tanabata je japonský svátek, který se tradičně slaví v červenci na počest nebeských milenců princezny Orihime a pasáčka krav Hikobošiho. Tento pár kvůli své lásce zanedbával své povinnosti, a proto je nebeský král Tantei rozdělil a je jim umožněno se setkat jen jednou v roce. Aby se k sobě mohli dostat přes nebeskou řeku, musí přiletět straky, aby ze svých křídel utvořily most. Podle pověsti, když na tento den prší, znamená to, že straky nemohly přiletět a Orihime pláče.⁶

To už se ale ocitám na dohled parku, kde je vidět a slyšet ruch svátku, který u nás každoročně pořádá Česko-japonská společnost. Všude kolem se mísí lidé oblečení v evropském i japonském, obvykle v letním tradičním oděvu zvaném yukata. V prostoru malého parku je několik stovek lidí, od rodin s dětmi přes páry všeho věku až po skupinky starších dam a pánů.

Pod ochranou bílých venkovních stanů se zde za asistence ze strany Japonek a Japonců kreslí kaligrafie, skládá origami nebo hraje go.⁷ U dalších se stojí fronty na nejrůznější dobroty, od obědových krabiček bentó z restaurace Miyabi přes různorodé japonské laskominy z Japonské domácí cukrárny až po čaj nebo „čajové“ pivo Sakuráč pivovaru Netopyrka. Z pódia se zatím linou jemné tóny tradičního japonského nástroje šamisen japonského mistra, který v Česku žije. Kolem parku je možné vidět bambusy, na kterých jsou sem tam pověšeny barevné papírky, které obsahují přání těch, kteří je tam zavěsili. Těmto papírkům se říká tanzaku a jsou nedílnou součástí Tanabaty. S jejich výrobou ochotně asistují japonské lektorky kaligrafie.

U jednoho stánku s ručně vyráběnými produkty narazím na své japonské známé, které jej mají na starosti. S neohrabanou úklonou a lámavou kombinací japonštiny a angličtiny je pozdravím a mimo základních zdvořilostních frází prohodíme pár slov o festivalu.

Všude kolem je plno lidí, někdo se fotí v yukatě, kterou si zde může s pomocí obléct a zkusit, někdo na dece zakusuje rýžové trojúhelníčky obalené řasou nori zvané onigiri, a někdo sleduje tlučení rýžových knedlíčků moči, které předvádí dva Japonci. Parkem zní

⁶ Převyprávění příběhu z pozvánky Česko-japonské společnosti.

⁷ Strategická desková hra, původně pochází z Číny, ale je velmi populární zejména v Japonsku a Koreji.

šamisen a já pojídám krevetové krekry, zatímco se bezradně rozhlížím kolem při rozhodování, kam se z nabídky festivalu vydám nejdřív. Je krásný letní den a přišel čas vyzkoušet část Japonska v malém pražském parku.

Příběh, který jste právě přečetli, je výtahem z terénních poznámek na pozorování svátků Hanami a Tanabata, které pořádá Česko-japonská společnost, druhá část mého výzkumného terénu, na kterou se zaměříme v této kapitole. Česko-japonská společnost (zkráceně ČJS anebo, jak říkají informátoři, Česko-japonská) je nezisková organizace se sídlem v Praze, která se zaměřuje na studium Japonska a na zprostředkování kontaktu mezi Čechy a Japonci, českou a japonskou kulturou. V rámci této kapitoly si představíme a zanalyzujeme její strukturu a způsob organizace, historii a ideologii, a základní činnost. To nám dá základ pro popis obrazu Japonska, který ČJS produkuje – Japonsko, které je prožité, reprezentované, a do jisté míry idealizované.

1.2.1. – Specialisté na Japonsko – Organizační aspekty ČJS

Česko-japonská společnost vznikla podle slov její současné výkonné ředitelky/manažerky⁸ Sabině Lukášové ve 20. letech 20. století jako uskupení nadšenců do japonské kultury, kteří se scházeli nad materiály a zkušenostmi, které získali jednotliví členové v, nebo o, Japonsku. Na tomto základě vznikaly různé specializované studijní sekce, například o meči, čajovém obřadu nebo o bojovém umění, na které se podíváme více později.

Postupem času, s příchodem a rozšířením internetu, začalo být původní zaměření instituce nadbytečné s tím, jak si mohli lidé většinu informací najít rychle sami. Z toho důvodu se společnost postupně transformovala k jinému účelu. Dnes se snaží poskytnout lidem přidanou hodnotu k tomu, co si mohou kdykoliv sami najít, a zprostředkovat nabídku nových a zajímavých věcí spojených s Japonskem v našem prostředí. K tomu se více váže také současná idea, která činnost Česko-japonské provází.

Předseda ČJS Ondřej Hýbl popisuje smysl existence společnosti primárně ve zprostředkování kontaktu mezi Čechy a Japonci, kteří u nás žijí:

Nemáme nějakou zásadní vizi, nemáme zásadní plán, nemáme nějaký ambiciózní projekt, kterého bychom chtěli dosáhnout za pět, deset let. Snažíme se dělat ty eventy. Když děláte takové akce, tak krása je v tom, že z toho vznikne spousta věcí, které původně neplánujete. Prostě uděláte nějakou akci, kde se potkají lidi, a z toho vznikne něco dál.

(on-line rozhovor, 16. března 2023)

⁸ V rámci výzkumu různí informátoři pojmenovávají tuto pozici jako buď manažerka společnosti, nebo jako její výkonná ředitelka. Pro naše potřeby není nutné mezi termíny rozlišovat a v textu budu o paní Sabině Lukášové referovat primárně jako „paní Lukášová.“ Na některých místech v citacích se pak může objevit jedno nebo druhé označení její pozice.

Dalším zásadním aspektem ČJS je její sdružování různých osob se zaměřením nebo zájmem o Japonsko. Díky tomu, a v souladu se základní ideou, jak ji popsal pan Hýbl, dochází k vzájemnému propojování různých lidí, specializací a možností, které kulminují jak v činnosti samotné společnosti, se kterou se setkáme v průběhu kapitoly, ale také v jiných aktivitách, jako jsou akce pro japonské firmy nebo jiné klienty. Každou takovou akci je pak na základě propojených vztahů ČJS snazší udělat ve větším měřítku s větším počtem obsahu, než by bylo možné na základě možností a schopností jednotlivců.

Díky tomu je možné vytvořit jakýsi „obecný“ základ pro představení japonské kultury zájemcům:

Když máme akci, tak se tam snažíme dát základy. Tušová malba, japonština, kaligrafie, základy psaní štětcem, skládání *origami*. Na takové akci nemáte šanci s člověkem mluvit dvě hodiny a povídat mu o hloubce [kulturních rozdílů mezi ČR a Japonskem], ale máte možnost lidem, kteří přijdou, [tím pádem] o to asi mají zájem, dát něco malého, co je ještě více zaujme, a oni se třeba rozhodnou, že se o tom chtějí dozvědět víc.

(Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023)

Společnosti jako neziskové organizaci je pak jedno, jestli se budou lidé snažit více dozvědět u nich nebo někde jinde, důležité je pro ně podchytit a nasměrovat zájem o Japonsko.

Zde je důležité podotknout, že většina činnosti, jak je vidět na posledním citátu, je zaměřena na osobní setkání s japonskou kulturou, na její fyzické vyzkoušení. Mluvení japonsky, skládání *origami* nebo psaní štětcem jsou všechno aktivity, které jsou ze své podstaty aktivní. S tímto aspektem ČJS se budeme setkávat v průběhu celé kapitoly a je základním kamenem obrazu Japonska prožitého. Další problematiku, kterou můžeme zatím pozorovat, je to, že lidé nemají z podstaty takových akcí možnost se setkat s Japonskem příliš do hloubky. Společnost je podobně jako JICC zaměřena na propagaci japonské kultury a snaží se, aby její akce byly pro návštěvníky atraktivní. Většina aktivit je pak koncipována jako seznámení se se základy japonské kultury. Není prostor podrobně rozebírat hlubší aspekty například japonského kulturního systému nebo jeho případná negativa, která můžeme na základě své kulturní pozice někdy vnímat. Pro lidi, kteří pouze přijdou na akci a svůj zájem o Japonsko dále hlouběji nerozvíjejí, se může Japonsko v rámci aktivit ČJS snadno idealizovat.

Posledním aspektem ideologie Česko-japonské, který je ale jedním z nejdůležitějších, je autenticita kultury, kterou svým návštěvníkům představují a je nezbytné zmínit základní

postoje instituce k autentičnosti, jelikož jsou důležité pro zobrazení Japonska v tomto terénu.

V rámci organizace činnosti se klade velký důraz na to, zda je zobrazovaná kultura dostatečně odpovídající japonské realitě. Společnost spolupracuje úzce s japonským velvyslanectvím, které jejím akcím dává svou záštitu, a také s asociací Japonců v ČR Nihonjinkai. Je zde proto důraz na to, aby bylo Japonsko v rámci možností českého prostředí na akcích zobrazováno adekvátně japonskému „pohledu,“ což s sebou nese tlak na určitý standard autenticity. Na mnoha akcích se setkáme s neustálou přítomností Japonců, kteří jsou schopni nejlépe posoudit úroveň zobrazení Japonska při aktivitách společnosti. V tomto ohledu spolupracuje ČJS při své činnosti podle paní Lukášové nejen se samotnými Japonci, ale také s oborem japanologie na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy. Navíc velká část jednotlivých specializací, které se v rámci Česko-japonské sdružují, ať to jsou bojová umění, čajový obřad, nebo například japonské divadlo, má svůj původ ve spolupráci s japonskými experty a mistry.

Tomu, do jaké míry je Japonsko u nás autentické a různým aspektům této problematiky se budeme věnovat v druhé části práce, ale například paní Lukášová vnímá úroveň činnosti ČJS takto:

Co mohu hodnotit na našich akcích, tak nám chodí čím dál víc Japonců žijících v Čechách. To je pro nás nejlepší odměna a reflexe, že ty akce děláme dobře. Protože ti Japonci, to jsou většinou rodiny, které tady žijí kvůli práci, mají tady děti [...] a většinu roku tady žijí. Takže naše akce, hlavně Hanami, nebo i ta Tanabata, tak tam chodí opravdu hodně Japonců. V podstatě, aby dětem to Japonsko připomněli. Takže to je pro nás to největší ohodnocení, největší zpětná vazba, že to asi děláme dobře.

(on-line rozhovor, 6. března 2023)

Zároveň si ovšem uvědomuje rozdíly mezi japonským svátkem u nás a v Japonsku, primárně na základě možností našeho prostředí:

My můžeme dělat to, na co tady máme lidi, na co tady máme materiál, na co máme zázemí. A já vím, že nikdy neudělám *macuri*⁹ jako v Japonsku. Nemáme tady svatyně, je tady jedna šintoistická kněžka, která nám může na Bodaidžu Macuri¹⁰ zatančit, ale to je úplně něco jiného, než když v Kjótu uvidíte těch kněžek 20. [...] Já tady u nás nemám šanci udělat pravé Hanami, tak jako v Japonsku. Takže je to takový balanc mezi tím, proč akce děláme, a mezi tím, co nabízíme.

(Sabina Lukášová, on-line rozhovor, 6. března 2023)

Nyní se přesuneme od ideového podkladu společnosti k jejím formálním aspektům a organizaci.

⁹ Japonské označení pro svátek nebo slavnost.

¹⁰ Svátek líp, jedna z akcí s japonskou tematikou v ČR.

Co se týče struktury Česko-japonské, vedení se skládá z představenstva, které má podle slov místopředsedkyně společnosti Kláry Poskočilové minimálně pět členů, v současnosti pak celkem 14. Z toho je pět lidí součástí výkonného výboru. Samotný každodenní provoz a realizaci agendy má potom na starosti výkonná ředitelka/manažerka spolu s lektory nebo brigádníky.

Výkonný výbor zpravidla určuje směřování společnosti, zatímco představenstvo funguje jakožto kontrolní prvek, který dohlíží na činnost managementu a výkonného výboru, a dává poznatky k samotné činnosti. Všichni členové představenstva jsou svým způsobem s japonskou kulturou úzce provázáni a někteří byli dříve sami na pozicích, jako je předseda nebo místopředseda.

Představenstvo jako takové je, alespoň v současné chvíli, složeno ze zástupců různých složek japonské kultury. Většina má přesahy do více oborů, ale zpravidla mají jednu specializaci, kterou v rámci vedení reprezentují. Takto je členem například předseda studijní sekce japonského meče Tomáš Suk za tuto složku, Ondřej Hýbl za japonské divadlo nebo Klára Poskočilová za tradiční japonské cukroví. Další zastoupené složky jsou například *ikebana*, bonsaje nebo zahrady či *kimona*.¹¹ Z těchto specializací se pak skládá samotná organizace jednotlivých aktivit. Takto to popisuje pan Suk:

Všichni členové představenstva mají nějaký obor, ve kterém se pohybují víc, a na základě toho, když se řeší nějaká akce, tak se každému dá úkol pro ten jeho obor, a on to nějak zajistí. Samozřejmě v kooperaci se Sabinou [výkonnou ředitelkou/manažerkou]. [Dám] příklad, Sabina dělá nějakou velkou akci a napíše mi: Hele, Tome, toho a toho, tam a tam, potřebovali bychom tam stánek nebo třeba i přednášku, měl bys někoho, koho bys tam vyslal? Já pak převezmu ten úkol, předám to kolegům, dohodneme se na formě, a Sabina to potom řeší už s konkrétními lidmi. Takže ten úkol se rozpadl na dílčí části, které si rozdělíme, potom každý naplní tu dílčí část, na které se dohodneme, a celý to organizačně zajišťuje Sabina.

(on-line rozhovor, 18. ledna 2023)

Tímto způsobem funguje organizační struktura společnosti. Teď se podíváme na studijní sekce, které byly a jsou významnou součástí společnosti, primárně v jejím nastavení před nástupem internetu.

V původním uspořádání společnosti se v jejím rámci profilyvaly různé studijní skupiny, které sdružovaly lidi se stejnou specializací, jako například japonský meč nebo bonsaje. V tuto chvíli zbývají poslední dvě – o meči a o bojových uměních, zatímco zbytek v průběhu času buď zanikl, nebo se osamostatnil jako například společnost Urasenke,¹² která

¹¹ Japonský tradiční oděv. Specifický typ dlouhého roucha.

¹² Jelikož již nejsou součástí ČJS, nebudu se jim v rámci práce podrobně věnovat, ale pro více informací přikládám jejich webové stránky: <https://urasenkepraha.org/>.

se zaměřuje na čajový obřad. Pro představení takového uskupení se podíváme na příklad studijní sekce o japonském meči – Nihonto Kenkyukai, jejíž činnost popsal pro tuto práci její současný předseda Tomáš Suk.

Nihonto Kenkyukai (NK) založil přibližně před 30 lety Bohuslav Planka, a sdružovala v době největšího rozkvětu až stovky lidí, kteří se o tuto výšeč japonské kultury zajímali. Podle pana Suka je cílem spolku sdružování a podpora lidí, kteří se o japonský meč zajímají, a také studium meče samo o sobě. Japonský meč vnímá jako komplexní předmět, ve kterém se spojují aspekty japonské historie, kultury, mentality a technologie, což z něj činí skvělý objekt ke studiu. V současnosti, s rozšířením informací na internetu, je NK poměrně malá skupina lidí, kteří se o meč zajímají, ale která obsahuje milovníky, odborníky i sběratele.

Tato skupina se setkává přibližně jednou měsíčně za jedním ze tří možných účelů. První jsou Hovory o meči, což je přednáška spojená s diskuzí a vlastním studiem, vždy na nějaké téma spojené s mečem. Druhý typ setkání jsou workshopy nebo aktivnější akce, například společné komentované návštěvy výstav nebo letní semináře bojových umění s japonským mečem. Posledním pilířem činnosti NK je studijní seminář, do kterého soukromý sběratel zapůjčí předměty, které si členové mohou společně prohlédnout, prostudovat a prodiskutovat. Kromě těchto pravidelných akcí pořádá spolek jednou za tři roky velkou akci Katana Matsuri s návštěvností v řádech tisíců lidí, ale ta se v průběhu výzkumu bohužel neuskutečnila.

Pan Suk popisuje tuto akci, která je zároveň jednou z největších v rámci celé ČJS takto:

Akce bývá první nebo druhý víkend v září, v muzeu Policie ČR, a má více částí. Nejviditelnější je na pódiu ukázka bojových umění, která používají japonský meč. Druhá velká část je stánková. Obecně jde o japonské stánky od ČJS a dalších dodavatelů, plus dvoudenní výstava japonských mečů, záští a příslušenství. A třetí část jsou přednášky, kterých bývá tři až pět během dne, hodinu až hodinu a půl, kam pozvu lidi, u kterých si troufnu tvrdit, že o tom mají co říct. A oni si vyberou témata, která chtějí. Kromě toho [je tam] celodenní program, třeba spolupráce s evropskými šermíři, kteří nepoužívají katanu, ale evropské chladné zbraně.¹³

(on-line rozhovor, 18. ledna 2023)

Mezi NK a Česko-japonskou probíhá spolupráce, primárně na bázi rozdělování dílčích úkolů, jak jsme viděli výše. Spolek jako takový je ovšem do velké míry nezávislý, ale formálně navázaný na ČJS, což je vidět například na faktu, že člen Nihonto Kenkyukai musí být členem Česko-japonské, ale naopak to nutné není.

¹³ Pro více informací o této akci - <https://katanamatsuri.japan.cz/>.

Kromě svých studijních sekcí, Univerzity Karlovy a velvyslanectví Japonska má Česko-japonská společnost množství dalších dlouhodobých partnerů. Může to být společnost cesty čaje Urasenke, obchod s japonskými produkty Susi.cz a další. Na tři z nich se podíváme blíže – restaurace Miyabi, Divadlo kjógen, a společnost Japonců žijících v ČR Nihonjinkai. Tyto tři subjekty nejsou součástí Česko-japonské společnosti, ale jsou významným prvkem, se kterým se člověk setká při konzumaci jejích aktivit, a mají každá svým způsobem vliv na produkci obrazu Japonska tohoto terénu, a považují proto za důležité se jimi krátce zabývat.

Alternativa pro Japonce – Nihonjinkai

Nihonjinkai je asociace sdružující Japonce, kteří žijí v České republice. Zaměřuje se primárně na pomoc krajanům, kteří svůj pobyt zde začínají a usnadnění přechodu při přestěhování se. Společně s Česko-japonskou mají kancelář v Praze na Můstku. Každoročně pořádají podzimní slavnost Akimatsuri, kde se angažují ve velké míře i japonské firmy.

Zde můžeme zmínit také Japonskou školu, která spolupracuje s ČJS například na Novoročním koncertu, nebo s ambasádou na svém provozu. Ta umožňuje japonským dětem, které zde žijí, výuku v rámci japonských osnov a japonského školního roku, který je rozdělen na trimestry a je odlišný od našeho. To je vhodné zejména pro japonské rodiny, které se do Japonska pravidelně vrací nebo plánují opět odstěhovat. Podle pana Kohouta z ambasády je to nejvíce „japonské“ místo, které lze v ČR najít.

Tyto dvě instituce je zde důležité zmínit proto, že aktivně spolupracují s Česko-japonskou společností na jejích aktivitách, a zajišťují proto japonskou reprezentaci, kterou v případě JICC poskytuje japonské Ministerstvo zahraničí a oficiální politika. To, jak jsem zmínil výše, je zárukou, určité úrovně autenticity, ale také tlakem na společnost pro „kvalitní“ zobrazení Japonska.

Japonský dům – Miyabi

Miyabi je japonská tradiční restaurace poblíž Vodičkovy ulice v Praze, která v průběhu své historie až do současnosti sloužila jako restaurace i kulturní centrum. Pořádají se zde kaligrafické workshopy, čajové obřady, výstavy, anebo restaurace připravuje tradiční japonské pokrmy na ochutnávku na různých eventech. Pro problematiku autenticity je důležitý fakt, že Miyabi nabízí kromě sushi i jiné druhy japonské teplé kuchyně. Prostor

restaurace je dekorován v japonském stylu a člověk si zde může vyzkoušet i typicky japonské sezení na podložkách *tatami*.

Mimo zmíněné aktivity, Miyabi také pravidelně zajišťuje občerstvení pro akce Česko-japonské společnosti, a v průběhu své historie stála v centru japonské kultury u nás. Je tomu tak zejména kvůli osobnosti majitelky a šéfkuchařky restaurace, paní Darji Kawasumiové, která působila v minulosti jako předsedkyně Česko-japonské společnosti, v mládí se provdala do Japonska, dlouhou dobu tam žila, a velkou měrou se zasadila o zavedení aspektů japonské tradiční kultury, jako je čajový obřad nebo princip pohostinství, do českého prostředí:

[Lidé si zde] mohou prožít čajový obřad v těch podmínkách, které jsou zdejší, ale přesto v japonském duchu a s celou vážností a autentičností. [...] A to si myslím, že Miyabi zajišťuje. Působíme v naší republice už 28 let a nepřetržitě japonskou kulturu ukazujeme v tom nejlepším, co japonská kultura je.

(Darja Kawasumiová, osobní rozhovor, 13. února 2023)

Základní ideou za vznikem restaurace bylo spojování české kultury, do které se paní Kawasumiová narodila, a japonské kultury, kterou žila dlouhé roky v Japonsku. Miyabi pak mimo svou funkci kulturního centra a restaurace funguje jako určité zázemí pro pořádání čajového obřadu, zejména ze strany příprav nejen jídla, které jsou časově náročné.

Pro paní Kawasumiovou se spojování kultur v rámci restaurace projevilo zejména pro její děti, které ačkoliv žili v Česku a chodili sem do školy, byly také Japonci, a restaurace jim umožnila tuto svou dvojí kulturní identitu prožívat. Pro jiné lidi se pak restaurace stala místem setkání a setkávání se s japonskou kulturou, a paní Darja při rozhovoru vřele popisovala mnoho událostí s význačnými osobnostmi české japanologie, ale také s obyčejnými lidmi, pro které se Miyabi stalo branou do japonské kultury, a občas se jí ozvou, aby získali například radu pro plánovanou cestu do Japonska.

Restaurace Miyabi není primární součástí výzkumného terénu, a je proto popsána a prozkoumána, stejně jako Nihonjinkai a Divadlo kjógen, spíše okrajově.¹⁴ Přesto ji považuji za nutné zmínit za prvé z důvodů spojování kultur, což je zásadním faktor pro vývoj japanistické komunity u nás, ale pro potřeby této práce zejména proto, že je hlavním prostředkem jídla, které mohou návštěvníci na akcích ČJS ochutnat. Podílí se proto zásadně na produkci konkrétního obrazu prožitého Japonska, a kontext restaurace nám poslouží více v druhé části práce.

¹⁴ Pro více informací o jídle a aktivitách, nebo pro představu toho, jak prostor restaurace vypadá, doporučuji oficiální stránky podniku: <https://www.miyabi.cz/>.

Japonský humor před staletími – Divadlo kjógen

Výrazným aspektem nejen tohoto terénu je také brněnské „Malé divadlo kjógenu,“ které není součástí Česko-japonské společnosti, ale je možné na něj narazit na mnoha akcích, ve kterých je společnost angažovaná. Mimo aktivit ČJS se s Divadlem kjógen člověk setká na festivalech anime komunity Animefest a Advík, anebo při různých jiných příležitostech, jako jsou vernisáže, svatby nebo veřejná vystoupení. Soubor nemá vlastní kamenné divadlo, a hraje tedy především na bázi hostování.

Kjógen je lehkým vtipným žánrem japonského divadla, a u nás divadelní soubor vznikl na popud českého dramatika Huberta Krejčího, japanisty a překladatele Ondřeje Hýbla, který je v současnosti také předsedou Česko-japonské společnosti, a při studiích v Japonsku se *kjógenu* dlouhé roky věnoval, a předního představitele japonského tradičního divadla v Kjótu Šigejami Šimeho (Kjogen.cz 2023).

Kjógen je poměrně unikátní úkaz mimo japonské prostředí:

Česká republika je jediné místo, kde si můžete užít autentický *kjógen* mimo japonštinu. V roce 2016 „Kjógeni“ dostali cenu kritiky za kvalitní převod do jiného jazyka a jiného prostředí, což je něco, co se nikde jinde mimo Česko nestalo.

(Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023)

Zajímavým aspektem divadla je jeho přenositelnost z Japonska před šesti stoletími do dnešního českého prostředí, aniž by se ztratilo porozumění. Podle pana Hýbla jsou hry, které hrají, ve své podstatě „jen“ přeložené do češtiny. Překlad starých japonských her je samozřejmě oříšek, ale zápletky, struktura a ostatní aspekty zůstávají zachovány: „Je zajímavé to, že si divák může užít překlad atmosféry a situace, nikoliv nezbytně nutně původních textů“ (Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023).

Kjógen se hraje v japonských originálních *kimonech* pro tyto potřeby určené, a ačkoliv původní herci jsou osoby kolem Huberta Krejčího z brněnského divadla Dům, zaučít se a hrát *kjógeny* může v podstatě kdokoli mužského pohlaví, jelikož tradiční japonské divadlo hrají pouze muži, a to i v ženských rolích.

Ačkoliv se podle pana Hýbla nesnaží divadlo primárně zobrazovat Japonsko, ale jde spíše o geniálnost tohoto komediálního žánru, nelze opomenout, že specifický způsob projevu, pestrobarevné tradiční japonské oblečení a zápletky, které jsou sice pochopitelné, ale jasně převzaté z jiného kulturního prostředí, dělá z představení divadla něco, co nelze přehlédnout, a má vliv na to, jaký obraz Japonska se u nás produkuje. Mimo tento vliv a zajímavost přenosu do českého kulturního prostředí, nám podobně jako u Miyabi poslouží kontext divadla později při zkoumání autenticity Japonska v České republice. Teď už se ale

pojďme podívat na konkrétní akce, na kterých se může člověk s Česko-japonskou společností setkat.

1.2.2. – Festivaly, kurzy a koncerty – Aktivity Česko-japonské společnosti

Jednotlivé akce, se kterými jsem se v rámci tohoto terénu setkal lze rozdělit několika způsoby. Primární rozdělení, které zde použiji je na pravidelné akce jako jsou workshopy a kurzy japonštiny, a na jednorázové akce, které se konají jednou ročně. Nejdříve se podíváme na druhé jmenované.

Tyto mimořádné akce lze dále rozdělit na ty, které pořádá přímo ČJS – filmový festival Eiga-sai, svátky Hanami a Tanabata, nebo Novoroční koncert, a akce, na kterých se pouze podílí – Japonský den v Průhoncích, Akimatsuri od Nihonjinkai, a Výstava bonsají v Botanické zahradě v Troji. Pro potřeby této práce je ovšem efektivnější rozdělení na venkovní akce a vnitřní akce.

Mezi venkovní aktivity patří svátky ČJS dělané na Hanspaulce, Hanami na jaře a Tanabata v létě, letní průhonický Japonský den, Výstava bonsají taktéž v létě, a Akimatsuri na podzim. Tyto akce jsou kvůli jejich venkovní podstatě koncentrované v období, kdy takovým akcím počasí přeje. Primární důvod, proč jsem zvolil rozdělení na venkovní a vnitřní akce je ten, že ačkoliv má každá venkovní akce svá organizační specifika, pro naše potřeby jsou podobné a obsahují podobné programové složky.

Součástí venkovních akcí je zpravidla množství stánků s přímo japonskými, nebo Japonsku blízkými produkty. Jako příklad nám může posloužit popis stánků z mých terénních poznámek na Hanami v roce 2022:

Bylo zde celkem 12 stánků a jeden větší stan, kde se nacházely lavice pro workshop *origami* a kaligrafie. V těchto workshopech [byla] jedna Japonka, která na ně dohlíží a pak u každého [workshopy] stůl s lavicemi, u kterého byly japonské dívky, které zájemcům pomáhaly. Vstup na akci byl zdarma. Člověk dostane papír se svou kaligrafií s sebou.

[Seznam jednotlivých stánků:]

- Bazárek s *kimony*, prodavačka a její společník oblečení v *yukatách*, soutěžní kvíz o *kimonech*. Měli vystavená *kimona* a látky na ně.
- Stánek s *moči*.
- Stánek Netopýrka, s japonským pivem, čajem a kartami.
- Infostánek ČJS s prospekty a učebnicemi japonštiny.
- Stánek s japonským čajem a ingrediencemi.
- Stánek s japonským zbožím všeho druhu – dekorace, trička, peněženky, sladkosti.
- Stánek s polštáři, hrnečky, tričky, šperky a ozdobami. Ne všechno vyloženě japonský styl, ale více než druhý stánek se šperky.

- Japonská domácí cukrárna¹⁵ dohromady s My Amazing Japan¹⁶ a Divadlem kjógen.
- Stánek s čaji, keramickými hrnečky, konvicemi a taškami na čajové sety. Asociován s kavárnou na I. P. Pavlova.
- Stánek se šperky a korálky, ale českého původu, ne úplně na pohled v japonském stylu.

(Terénní poznámky, Hanami, 14. května 2022)

Ačkoliv se jednotlivé stánky v průběhu jednotlivých akcí mění – v Průhonicích jsem například narazil na stánek s japonskou whisky, nebo konkrétní čajovny se mohou střídát – myslím, že je tento úryvek dobrým příkladem toho, s čím se můžeme na akcích setkat. Zpravidla je součástí také občerstvení z restaurace Miyabi.

Přínosným momentem antropologické sebereflexe je popis stánků se šperky, kde lze pozorovat projev mé stereotypní představy toho, jak by měly „pravé japonské“ šperky vypadat, aniž by to nutně znamenalo, že šperky japonské estetiky neodpovídaly. Stereotypizaci obrazu Japonska se budeme věnovat více ve druhé části práce, ale je dobré zde zmínit, že takové představy mohou mít také návštěvníci, a mohou soupeřit se snahou o autentické zobrazení v rámci organizace, protože, podobně jako u JICC (a ostatně i u anime komunity), se snaží instituce (nebo organizátoři) vycházet vstříc tomu, co lidé požadují a očekávají, aby měly akce úspěch. Někdy pak může docházet k určitému stereotypizačnímu a idealizačnímu kruhu, při kterém návštěvníci na základě svých představ ovlivňují program, který je pak v jejich představách na tomto základě utvrzuje.

Vraťme se ale zpět k programu. Více než jednotlivé stánky a podniky je pro naše potřeby důležitý fakt, že se jedná o program, při kterém si mohou návštěvníci koupit a vyzkoušet japonský oděv a produkty, nebo ochutnat japonské jídlo, cukroví a nápoje. Tudiž ve zkratce, mohou „prožít“ Japonsko.

Další složkou programu venkovních akcí, která byla v terénních poznámkách vidět, jsou workshopy. Zpravidla se jedná o japonské umění skládání modelů z papíru *origami* a umění japonského psaní tuší – o kaligrafii. Dále se může člověk naučit, a zahrát si, japonské hry jako třeba *go*. Zde si opět návštěvník může vyzkoušet na vlastní kůži část japonské kultury, jak můžeme vidět na Obrázku č. 3:

¹⁵ Cukrárna pro výrobu japonského tradičního cukroví *wagaši* paní místopředsedkyně Poskočilové.

¹⁶ E-shop s japonskými nebo japonsky tematickými produkty.



Obrázek 3: Ukázka workshopu kaligrafie na Hanami 2022. Fotografka Gabriela Goffová. Fotografie z oficiální Facebookové stránky ČJS.

Konkrétně u workshopu kaligrafie dostane člověk zpravidla na výběr ze seznamu znaků *kanji*¹⁷ s významy, aby si mohl vybrat, co chce napsat. Následně si může vyzkoušet psaní na novinový papír, než se přejde k čistému bílému papíru určenému pro kaligrafii, kam se píše „na ostro.“ Všechny své výtvořky si může člověk odnést. Po celou dobu se mu dostává asistence a rad od Japonky a Japonců, kteří mají workshop na starosti.

Posledním významným pilířem venkovních programů jsou doprovodné aktivity. Ty se zpravidla skládají z ukázek různých japonských umění, jako jsou bojové sporty, kaligrafie, bubny *taiko*, divadlo *kjógen*, květiny aranžované pomocí *ikebany* nebo třeba hra na japonský strunný nástroj *šamisen*. Tyto aktivity se na rozdíl od stánků velmi liší na jednotlivých akcích, pravděpodobně podle konkrétních možností.

Určitou výjimkou v rámci těchto akcí je Akimatsuri, kterou pořádají přímo Japonci a podílí se na ní do velké míry japonské firmy, je proto asi nejlepším příkladem toho, jak by mohl japonský svátek vypadat. Program ovšem opět odráží možnosti, které jsou zde v Česku, proto kromě větší přítomnosti Japonky a Japonců, a trochu jiné atmosféry, je akce ve své podstatě velmi podobná ostatním jen se zastoupením japonských firem a lidí, a v trochu

¹⁷ Jeden ze tří japonských znakových setů. Kanji je převzato z čínského znakového písma.

větším měřítku variace různých aktivit a počtu návštěvníků. Návštěvnost je podle slov paní Poskočilové na Akimatsuri 3500-4500 lidí, zatímco účast na ostatních se pohybuje ve vyšších stovkách. Svátky Hanami a Tanabata vykazují návštěvnost přes 1000 lidí. To se samozřejmě může měnit podle počasí nebo doprovodného programu, a je nutné říct, že součástí výzkumu jsou akce jen v průběhu jednoho roku, odhad měřítek je proto spíše ilustrační.

Vnitřní akce Česko-japonské společnosti pak zahrnují za prvé novoroční koncert, který „patří již od roku 2008 k větším událostem, které ČJS organizuje. Samotná událost je v duchu česko-japonské kulturní výměny a [...] jedná se o kulturní akci, kterou přímo podporuje Velvyslanectví Japonska v České republice. Hudebníci bývají čeští a japonští studenti hudby různých věkových kategorií i úrovně“ (Japan.cz 2023).

Druhou vnitřní akcí je jedna z největších každoročních aktivit ČJS – filmový festival Eiga-sai, který se koná v kině Lucerna. Společnost jej organizuje ve spolupráci s nadací The Japan Foundation, která se zaměřuje na vytváření obsáhlých programů kulturní výměny Japonska s jinými zeměmi a kulturami po celém světě (The Japan Foundation 2023), a která poskytuje festivalu většinu filmů. Organizační proces takové akce je náročný a poměrně spletitý, budu se tedy věnovat primárně aspektům festivalu, které přímo ovlivňují zobrazení Japonska. V základu je možné poznamenat, že organizace se neustále vyvíjí, v současnosti trvá festival jeden týden s jedním filmem za večer, což je přístupnější pracujícím lidem.

Důležitý pro obraz Japonska je ovšem proces vybírání filmů. Hlavní organizátorka festivalu a místopředsedkyně ČJS, Klára Poskočilová, jej popisuje takto:

Ten proces se velice vyvíjel, dříve Japan Foundation poskytovala finance a ty filmy vybíral programový ředitel festivalu. V dnešní době nám už nabízí určité balíčky filmů, po třech nebo po čtyřech filmech, které jsou buď tematicky nebo náhodně uskupené, a ty filmy my musíme promítnout všechny, když si ten balíček vybereme. Případně si můžeme vybírat filmy jednotlivě, ale tam není taková nabídka, takže aktuálně jsme dospěli k tomu, že si vybereme jeden balíček, a k tomu seženeme buď od Japan Foundation nebo po své ose filmy tak, aby to téma [celého festivalu] bylo nějakým způsobem vytvořeno.

(on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

Japan Foundation také požaduje po organizátorech zajištění anket o zpětné vazbě pro návštěvníky, což umožňuje pozorovat preference na žánry filmů mezi tou částí českého publika, která si dá práci s jejich vyplněním:

[České publikum preferuje] určité filmy, které zobrazují Japonsko, takové

nějaké reálnější. Náš festival nemá poptávku po filmech s anime tematikou, kupodivu ani žánry sci-fi nebo fantasy, naopak ta poptávka je spíše po dokumentech.

(Klára Poskočilová, on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

Tyto žánrové preference pak Česko-japonské umožňují v rámci festivalu zobrazovat reálnější Japonsko než na jiných akcích, a věci, které nejsou tak běžné nebo atraktivní (Sabina Lukášová, on-line rozhovor, 6. března 2023). Na tomto faktu se shodují nezávisle na sobě všichni informátoři z vedení ČJS. Filmy z každodenního Japonska jsou samozřejmě provázené scénářem a příběhovými tropy. Je ovšem pravda, že do velké míry zobrazují skutečné Japonsko, i když zbarvené určitým způsobem podle tématu a žánru filmu. Velkou příležitostí ukázat Japonsko v co nejvíce reálném světle jsou pak dokumenty. Ty pak mají samozřejmě také svůj narativ, ale mají mnohem více popisný charakter než filmy s příběhem.

V rámci víkendové části festivalu pak zpravidla probíhá den dílen, jehož program zahrnuje podobné prvky jako program venkovních akcí. Stánky s jídlem a japonskými produkty, workshopy kaligrafie či *omamori*,¹⁸ anebo ukázky japonských tanců.

V neposlední řadě zbývá zmínit aspekty japonské reprezentace na festivalu Eiga-sai. Zde máme příležitost vidět v praxi, jakým způsobem se mohou japonští kolegové českých organizátorů podílet na přípravě akcí a „kontrolu“ autenticity, o které jsme mluvili výše. Paní Poskočilová popisuje skladbu organizace takto:

Máme užší tým, čtyři členové z vedení a manažerka ČJS je takový ten nejužší kruh, který se právě na festivalu podílí. Se všemi jste hovořil, se Sabinou Lukášovou, s Ondřejem Hýblem, a pak máme ještě [japonskou] kolegyni Ayu Havlíček, která nám vlastně zajišťuje ten japonský vhlad.

(on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

Tímto jsme si představili jednorázové každoroční akce společnosti, a můžeme se podívat blíže na akce, které se konají častěji.

Do kategorie pravidelných akcí spadají především kurzy japonštiny a různé workshopy, které se konají zpravidla v prostorách ČJS na Můstku.

V pasáži o ideji společnosti zaznělo, že se Česko-japonská snaží zprostředkovávat přidanou hodnotu k tomu, co si mohou lidé sami najít. Paní Lukášová vidí tuto hodnotu zejména v kurzech japonštiny:

Máme spoustu rodilých mluvčích a tím, že nejsme jazykovka, tak máme větší volnost [v organizaci kurzů]. Zaměřujeme se opravdu na to, že k nám nechodí vyloženě studenti s přípravou na Karlovku nebo na japanologii kdekoliv jinde, ale chodí k nám lidé, kteří se chtějí japonštinu učit v rámci [využití při práci či cestování] nebo je to pro ně koníček. Tím pádem ty

¹⁸ Šintoistické talismany pro štěstí.

kurzy můžeme uzpůsobit. I když tu máme tři stejně dlouho se učící skupiny, tak každá je úplně jinde, protože v jedné skupině se sejdou lidi, kteří chtějí studovat znaky, ve druhé ti, kteří chtějí cestovat, takže to máme více na míru. Samozřejmě tu máme naše vlastní osnovy, nějaké obecné uskupení toho, co chceme splnit a nabídnout, abychom vůbec mohli něco nabízet, ale v podstatě je každá ta skupina velmi individuální.

(on-line rozhovor, 6. března 2023)

Důležité je zmínit fakt, že Česko-japonská společnost, z pozice, kterou název evokuje, nabízí nejen kurzy japonštiny Čechům, ale také třeba kurzy češtiny Japoncům. Celkově se jazykové kurzy nemusí zdát tak zásadní pro obraz Japonska, ale v rámci vlastní zkušenosti jsem se setkal s tím, že tyto kurzy představují pro mnohé lidi první kontakt s více reálným japonským prostředím, což rozporuje spolu s Eiga-sai idealizovanou představu Japonska, která se může tvořit pro návštěvníky při zkoušení *yukaty*, pochutnávání si na *onigiri*, anebo při psaní kaligrafie. Hezký příklad, který to může ilustrovat je, když se jeden člen mé studijní skupiny představoval nejdříve příjmením, „protože to tak přece dělají Japonci.“ Na to mu lektorka odpověděla: „Ale my nejsme Japonci.“

Česko-japonská pravidelně pořádá také nejrůznější workshopy od kaligrafie až po výrobu tradičních japonských amuletů. Proces jejich organizace popisuje opět paní Lukášová:

Některé workshopy máme pravidelné, jako třeba *origami* nebo *mizuhiki*.¹⁹ Jiné workshopy vznikají na základě určitých požadavků. Nedávno jsme měli výrobu osobního razítka *hanko*,²⁰ aby si každý ze studentů kaligrafie a *sumie*,²¹ kteří měli výstavu, mohl podepsat [svou tvorbu]. Aby to opravdu vypadalo tak, jak to vypadat má. A zjistili jsme, že málokdo má svoje vlastní razítko. Takže jsme se rozhodli udělat pro zájemce možnost si razítko vytvořit. Něco vzniká na požadavky, něco vzniká pravidelně, a potom jsou tady workshopy, které vzniknou [náhodou].

(on-line rozhovor, 6. března 2023)

Pasáží s workshopy končí popis a analýza aktivit Česko-japonské, ale než se podíváme na konkrétní obrazy Japonska, které společnost produkuje, je na místě zběžný náhled na ty, kteří tento obraz konzumují – na samotné návštěvníky.

1.2.3. – Japonsko životním stylem – Lidé na akcích

V průběhu pozorování na akcích Česko-japonské jsem narazil na velké množství různorodých lidí. Jelikož jsou akce zpravidla zdarma a volně přístupné, nejsou k dispozici konkrétní data pro statistickou kategorizaci návštěvníků podle věku nebo genderu tak, jak je

¹⁹ Japonská tradiční technika vázání ozdobných uzlů ze speciálních papírových šlahounů.

²⁰ Razítko, na kterém je vyraženo jméno majitele. Používá se k podpisu například kaligrafické tvorby, ale v Japonsku i třeba dokumentů.

²¹ Japonská tušová malba.

tomu na základě vstupenek u anime komunity. Nicméně podle mých odhadů chodí na akce převážně mladí lidé nebo rodiny s dětmi. Starší lidé a lidé v důchodovém věku jsou pak zastoupeni v menší míře.

V této pasáži bych ale rád zmínil jiné aspekty publika. Kromě toho, že jsem často kolem sebe slyšel plynou japonsčinu z úst lidí českého vzezření, a toho, že se občas lidé uklánějí, nejen Japoncům, ale i mezi Čechy navzájem, tak je důležitým prvkem akcí oblečení. Ačkoliv bývá většina lidí v šatech evropského stylu, najdeme také značné množství lidí, kteří si oblékají japonské tradiční oděvy. To zahrnuje primárně *yukaty*, letní verze tradičního oděvu *kimono*, které je lehčí si obléct a hodí se na teplé měsíce, ale také *kimono* samotné a různé variace více sportovního oblečení, jako jsou třeba „samurajské“ kalhoty nebo vrchní kabátek *haori* přes evropské oblečení. Příklad takového oblečení můžeme vidět na obrázku č. 4. Zajímavé je, že Japonci nosí zpravidla evropský styl oblečení, pokud nejsou součástí nějakého vystoupení.



Obrázek 4: Fotografie z Hanami 2023. Fotografka: Gabriela Goffová. Z oficiální Facebookové stránky ČJS.²²

²² Obrázky pro tuto kapitolu jsem vybral pro co největší etickou anonymizaci lidí na fotkách. Pro lepší představu o skladbě oblečení a o tom, jak festivaly vypadají doporučuji alba fotek na Facebookovém profilu ČJS: https://www.facebook.com/CeskoJaponskaSpol/photos_albums.

Jasná odpověď na otázku, proč Češi nosí japonské tradiční oděvy z výzkumu nevyplývá, a jednoduchá univerzální odpověď s velkou pravděpodobností ani neexistuje. Z mých informátorů paní Kawasumiová vnímá *kimono* jako oblečení, které udělá člověka více elegantním, a umožní mu si vyhrát s úplně jinou estetikou (osobní rozhovor, 13. února 2023), a pan Suk považuje japonský tradiční oděv jako ekvivalent společenského oděvu, jako je oblek (on-line rozhovor, 18. ledna 2023). Informátoři, kterých jsem se na problematiku ptal se také shodují, že je jim japonské oblečení pohodlnější na nošení, jakmile si člověk zvykne na specifický pocit oděvu. Pan Itó pak vnímá české nošení kimon jako způsob projevu jejich náklonnosti k Japonsku (osobní rozhovor, 9. května 2023).

Zde se můžeme opřít o teorie kulturního přisvojení – *appropriace*. Obvykle je tento proces vnímán spíše negativně na základě mocenských nerovností mezi kulturami, mezi kterými probíhá. V tradičním pojetí se jedná o proces, kdy si mocensky silnější skupina přisvojuje atributy slabší skupiny, která se tomu nemůže účinně bránit, a používá je pro své účely (Jackson 2021). Toto pojetí ovšem není pro naše potřeby vhodné, jelikož ačkoliv jsou Japonci v ČR méně početní než Češi, o Japonsku jako takovém se nedá říci, že je „slabší nebo minoritní“ skupinou a kulturou, než je Česko, spíše naopak. Navíc, jak jsme viděli, klade ČJS velký důraz na autentické zobrazení, a vše probíhá s posvěcením a reprezentací samotných Japonek a Japonců. Problematice kulturní *appropriace* se budeme věnovat podrobněji v kapitole o autenticitě, zde postačí zmínit, že současná sociální věda se snaží o prozkoumání možností kulturní *appropriace* bez jejího pejorativního mocenského nádechu. V tomto ohledu Thi C. Nguyen a Matthew Strohl argumentují na základě mezi skupinové intimity pro bezproblémovost kulturního přisvojení, pokud s ním souhlasí obě strany (2019), což se zdá být případ akcí ČJS. V průběhu výzkumu jsem se neseťkal s žádným napětím, které by mohlo plynout z faktu, že čeští návštěvníci „prožívají“ svou představu Japonska, která se tvoří v rámci činnosti Česko-japonské, na úkor, nebo dokonce navzdory přítomným Japoncům. Ba naopak, přesně, jak vnímal účel instituce pan Hýbl, jednotlivé akce jsou spíše setkáním české a japonské komunity a platformou pro sdílení zájmu o Japonsko.

Čeští návštěvníci se dále občas snaží reprodukovat stereotypní aspekty japonské slušnosti a vzájemného respektu, ve formě například uklánění, jak dělám při interakci s Japonci ostatně i já sám. To může samozřejmě být problematické kulturním přisvojením vnějších aspektů japonské mezilidské interakce bez pochopení širších souvislostí, ale podle zkušeností mých i mých informátorů jsou k tomu samotní Japonci velmi tolerantní. Samozřejmě v rámci povrchnější interakce. Čím více se s japonským prostředím člověk setkává a ovládá jazyk, tím více se očekává schopnost pohybovat se v japonském kulturním

systemu. Na tuto problematiku se podíváme hlouběji v kapitole o japonské kultuře u nás.

Celkově lze říct, že výzkumné zkušenosti potvrzují slova zástupců instituce. Česko-japonská společnost je místo kde lze podchytit a rozvíjet zájem o Japonsko. A čím více se tento zájem rozvíjí, tím více se člověku odkrývá skutečnější a skutečnější země a kulturní systém, oproti idealizované představě, která se může tvořit na povrchních zájmových úrovních.

Nicméně samotný fakt, že čeští návštěvníci nosí japonský oděv anebo kopírují aspekty japonské etikety implikuje, že pro některé z nich je zájem o Japonsko do větší či menší míry stylem jejich vlastního života. Spolu s nimi můžeme narazit na návštěvníky, kteří do japonské kultury teprve pronikají, či se jen přišli podívat na základě zvědavosti, anebo na lidi, kteří těmto aspektům zájmu neholdují. Vnímání japonské kultury jako součástí životního stylu se konečně váže k obrazu Japonska, který Česko-japonská společnost produkuje.

1.2.4. – Japonsko prožité – Obrazy Japonska v Česko-japonské

Japonsko prožité

V rámci kapitoly jsme měli možnost vidět, že oproti spíše pasivní konzumaci Japonska v JICC je tato konzumace v rámci ČJS mnohem aktivnější. Zájemce o japonskou kulturu si může zkusit nošení japonského oděvu, ochutnat japonské nápoje a jídlo, naučit se hrát japonské hry anebo vyrobit různé produkty japonských umění. Přednášky nebo ukázky a vystoupení, na které se díváme pasivně, jsou také součástí aktivit společnosti, ale zpravidla se odehrávají v prostředí „japonského festivalu“ a ne v prostředí přednáškové místnosti, kde člověk sedí a pozoruje dění. Lidé, kteří na akce Česko-japonské dorazí, si opravdu vyzkouší část Japonska a japonské kultury na vlastní kůži, a mohou si v rámci možností tuto zkušenost doslova prožít. V tomto ohledu je Japonsko tohoto terénu Japonsko prožité.

Důležité je také zmínit, že v rámci ČJS se jedná primárně o Japonsko tradiční, upírající se k reálnému Japonsku a jeho reálné historické a tradiční kultuře. To bude zásadní zejména ve srovnání s anime komunitou, ale obraz Japonska v tomto terénu je vesměs Japonsko tradiční, zobrazující mnohem více umění a tradice „doby samurajské,“ než moderní kultury současného ostrovního státu. Samozřejmě je tento obraz do velké míry počestlý, na základě konkrétních možností, které v České republice máme, ale zároveň se vztahuje k opravdu reálné historii Japonska, a to velmi opatrně se snahou o co největší autenticitu. To nás pak přivádí k druhému obrazu Japonska v Česko-japonské společnosti.

Japonsko reprezentované

Jak ukázala analýza organizace činnosti, Česko-japonská se neskládá jen z Čechů, ale ve velké míře zde participují i samotní Japonci. A ačkoliv třeba u Eiga-sai máme i typ formálnější političtější reprezentace, podobný JICC, ve formě Japan Foundation, reprezentace v této kapitole je primárně ne na úrovni státu a politiky, ale na úrovni „obyčejných“ japonských jedinců.

Jednotlivá umění na akcích jako je kaligrafie nebo *origami* jsou tvořena pod bedlivým dozorem lidí japonského původu. Vyšší úrovně expertízy jsou předváděny zpravidla Japonci a Japonkami, anebo lidmi, kteří zasvětili život studiu těchto umění pod japonskými mistry. Část produktů je tvořena a prodávána přímo Japonci, a některé akce jako Akimatsuri jsou přímo v jejich režii. A zejména jsou jejich rady a pohledy vyhledávány v rámci organizace ze strany Čechů, jako tomu je například, ale nejenom, u festivalu Eiga-sai.

Japonsko v rámci Česko-japonské společnosti je Japonsko reprezentované, ne státem, ale Japonci. Obyčejnými Japonci, kteří z Japonska pocházejí, ale život je zavál sem, do České republiky, kde se více či méně aktivně podílí na prezentaci a reprezentaci své země a své kultury českým lidem a návštěvníkům akcí. Stále více z nich pak tyto akce navštěvuje, i když se na programu přímo nepodílí.

Japonsko idealizované

V neposlední řadě, jak jsme měli možnost vidět zejména na pohledu pana Hýbla na ideu společnosti, primárním cílem je představení základních aspektů japonské kultury Čechům, a určité podchycení a nasměrování zájmu o Japonsko dále. Na jednotlivých akcích není možné prezentovat Japonsko v jeho úplnosti, a bylo by to i kontraproduktivní, protože by to odradilo obyčejné zájemce, kteří nejsou do zájmu o japonskou kulturu zatím tolik investovaní.

Tento fakt, spolu s pro nás exotickými aspekty japonské kultury, jako je estetika, jídlo nebo umění, to vše zprostředkované primárně na půdě víkendových „festivalů,“ může nutně vést k tendenci vidět Japonsko takto. Jako pro nás exotickou zemi plnou skvělých a zajímavých věcí, příjemných svátků a setkání. Což Japonsko doopravdy je. Svátky jsou tam přítomné každý měsíc v roce, je to pro nás opravdu odlišné a exotické kulturní prostředí, které může být zajímavé i nádherné. Ale důležité je mít na paměti, že Japonsko není *pouze* takové. Japonsko je reálná země, mimo pozitivních věcí plná i reálných problémů. A zatímco v JICC jsou případně negativnější aspekty Japonska spíše upozaděny, v Česko-japonské

nejsou často do velké míry přítomny vůbec, zejména na venkovních festivalových akcích. To může vést k idealizaci Japonska, která je v České republice silně přítomná, a které se budeme věnovat více později.

Je zde ovšem potřeba poznamenat, že idealizace je spíše produktem konkrétních idejí a možností instituce. Jednotliví zástupci Česko-japonské společnosti jsou si tohoto procesu dobře vědomi, a kde je to možné, tak se snaží nabízet prohloubení zájmu, setkání se „skutečným“ Japonskem a prostředky, které tento proces rozporují. To můžeme vidět zejména na filmovém festivalu Eiga-sai nebo na příkladu mé zkušenosti z kurzů japonštiny.

I zde lze pak pozorovat primárně vliv tradiční japonské kultury. Japonsko na půdě Česko-japonské společnosti může být Japonsko idealizované, země plná tradičních pokrmů, země samurajů a *kimon*, země kaligrafie a *šamisenu*. Důležité je ovšem nezapomínat, že takové také být nemusí, a kde je to možné, tam se ČJS snaží ukázat celistvější obraz japonské kultury se svým konkrétním kulturním kontextem v rámci prostředků, které má k dispozici.

1.2.5. – Shrnutí

V kapitole o Česko-japonské společnosti jsem se pokusil krátce představit a analyzovat jednotlivé činnosti, procesy a organizační aspekty této instituce, které vedou k produkci tří konkrétních obrazů Japonska v tomto terénu. Japonska prožitého, ve kterém si lidé mohou Japonsko vyzkoušet na vlastní kůži. Japonska reprezentovaného, tentokrát obyčejnými japonskými lidmi, nebo ne-Japonci, kteří se vyučili pod japonskými mistry, a ne státem. A v neposlední řadě Japonska idealizovaného, zobrazeného někdy jako sváteční země samurajů a *kimon*.

V následující kapitole nás čeká poslední část výzkumného terénu. Tentokrát se podíváme za hranice tradičního Japonska do jeho moderní pop-kultury. Pozorný posluchač uslyší v dále úvodní znělku z japonské animované tvorby, jelikož nás čeká pohled na českou anime komunitu.

1.3. – Japonsko zastřené – Anime komunita

Sedím na lavičce uvnitř pražské zastávky metra Háje. Jsem lehce oblečen a užívám si vzácnou chvilku chladu v tunelu, protože venku čeká parní letní den. Piše se datum 4. srpna 2022 a já čekám na setkání se známými, se kterými se chystám vydat na festival anime a japonské kultury Advík.

Už při čekání v metru mám možnost pozorovat první náznaky konání letního pražského conu, jak těmto akcím anime komunita říká. V pravidelných intervalech přijíždí na zastávku roztodivné postavy, které člověk normálně nepotká. Tu Tanjiro z anime Demon Slayer, tady Hollow z Bleach, támhle vlk lidské velikosti, pokrytý umělou srstí, a to už mou pozornost přitahuje gejša se samurajem, kteří míří k východu kolem mě. To jsou všechno cosplayeri,²³ kteří přijíždí na festival, oblečení v převlecích různé kvality, na kterých mnoho z nich dlouhé hodiny pracovalo v soukromí domova, anebo jen s částmi oděvu, které nezkušenému oku mohou připadat divné, ale pozorovatel z komunity je snadno pozná. Čelenka nindžů z Naruta nebo náušnice a přívěšky s postavou malého zvířete jménem Pochita ze série Chainsaw Man, které má místo nosu motorovou pilu.

To už ale přijíždí moji dnešní průvodci Advíkem, Shiki a Noel, kteří mě posunky popohání, abych se k nim rychle přidal u východu, jelikož mají domluvené focení, které musíme stihnout. Oba na sobě mají propracované kostýmy z anime Demon Slayer a jsou oblečení stejně jako postavy, které ztvárňují. Noel nese vyrobené zbraně ze dřeva a modelové pěny, a Shiki si stěžuje, že má potíže s látkovými „chapadly,“ která její postava používá k boji, a která má moje cosplayerská kamarádka připevněná ke kostýmu na zádech, zatímco se je snaží udržet ve vzduchu pomocí drátů uvnitř, aby napodobila iluzi jejich ovládnutí dle své vůle.

Tuto nepříjemnost rozebíráme, zatímco vyjíždíme eskalátory do vedra venku. Od metra Háje až k Modré škole, kde se festival koná, vede několik stovek metrů dlouhá cesta malým parkem, který lemují obytné domy. Normálně je tento park pravděpodobně obsazen pejskaři a lidmi z okolí na procházce, ale dnes, a pro následující tři dny conu, působí tento prostor jako jiný svět. Je plný cosplayerů a jiných členů anime komunity v nejroztodivnějších kostýmech a módních výstřelcích, s nejrůznějším příslušenstvím a make-upem. Nejsou zde

²³ Označení pro lidi, kteří v reálném životě ztvárňují různé postavy z anime, komiksů, filmů nebo her. Tento koníček je mezi anime komunitou velmi populární, a jednotlivé akce této zájmové skupiny jsou příležitostí pro cosplayery obléct si své kostýmy mimo plánovaných focení a ukázat své výtvořky ostatním. Mnoho převleků a fotek je na velmi vysoké úrovni a mohou být velmi časově a finančně náročné na výrobu.

jen postavy z anime a japonské kultury, ale v menší míře je zde zastoupena také tvorba ze Západu. Není neobvyklé mezi samuraji a extravagantními démony potkat Spidermana, vojáka ze světa Warhammer 40 000, anebo postavy z videoher League of Legends či Borderlands.

Nestačím se ani pořádně rozhlížet, jak mě moji dva společníci táhnou směrem k velké frontě roztodivných forem a tvarů, ale i obyčejných smrtelníků, kteří čekají na vstup do budovy Modré školy, který je pro tuto příležitost ohraničen červenou torii bránou z japonské architektury, nad kterou se vyjímá banner s názvem conu. Tuto frontu my ovšem mjíme, zatímco moji průvodci odpovídají na pozdravy dalších členů komunity, které se z ní ozývají. Na program uvnitř v tuto chvíli nemáme čas. Čeká nás přece focení.

Takto probíhalo moje první setkání s pražským Advíkem. Ačkoliv jsem měl předtím možnost vidět atmosféru conů na brněnském Animefestu, byl to pro mě stále silný zážitek, kdy jsem měl pocit, že se ocitám v úplně jiném prostředí, než na jaké jsem byl dosud zvyklý. V této kapitole se blíže podíváme na třetí a poslední část mého výzkumného terénu – českou anime komunitu. Tento terén je velmi odlišný od předchozích dvou, jelikož na rozdíl od JICC a ČJS se jedná o zájmovou komunitu, a ne o instituci. V průběhu kapitoly se pokusím blíže představit a analyzovat základní aktivity fanoušků anime – festivaly a setkávání na sociálních sítích – a konkrétní teoretické a praktické aspekty, které plynou ze statutu komunity, a které ovlivňují zobrazování Japonska v tomto terénu. Jsou to například rozdíly na základě sociální pozice, nebo způsob, jakým se komunita buduje a udržuje. To vše nás na závěr dovede k tomu, proč tento terén zobrazuje Japonsko jako zastřené, prezentované, prožité a idealizované.

1.3.1. – Otaku nebo fanoušek anime? – Definice výzkumného vzorku a terénu

Než se přesuneme ke konkrétním aktivitám, je důležité definovat, co anime komunita vlastně je. V prvotních fázích výzkumu byl můj pracovní název tohoto terénu „otaku“ komunita, podle japonského výrazu pro lidi, kteří konzumují produkty japonské populární kultury, primárně anime²⁴ a mangu.²⁵ Tento název používají často i sociální sítě,

²⁴ Typ animované filmové a seriálové tvorby pocházející z Japonska. Definice se mohou lišit, ale anime je zpravidla bráno jako čistě japonské. Často na základě adaptace mangy nebo lehkých novel. Velmi významná část japonské moderní kultury a silné médium pro šíření japonské kultury po světě, jak uvidíme ve druhé části práce.

²⁵ Typ japonského komiksu. Zpravidla je černobílý a čte se zprava doleva, seshora dolů. Druhá významná část japonské moderní kultury, a je, podobně jako anime, velkým konzumním trhem v Japonsku i mimo něj.

například Facebookové skupiny *Sčítání českých a slovenských otaku* nebo *Otaku seznamka*, a další závěrečné práce věnující se této komunitě v ČR (mj. Bělecká 2014, Johanidesová 2015, Matas 2016). Toto označení ovšem někdy nese pejorativní nádech, v Japonsku zejména kvůli mediální panice a stereotypní asociaci se sociálním vyvržením.²⁶ Mimo Japonsko nejsou tyto negativní konotace tak rozšířené, ale i u nás se můžeme sekat s použitím označení otaku jako nadávky. Co se týče preferencí označení mezi samotnou komunitou, je to podle mých informátorů velmi individuální. Samotná definice otaku komunity na základě spojení s japonskou moderní kulturou je navíc v rámci současné situace komunity problematická, jak uvidíme v průběhu kapitoly. Z těchto důvodů používám pro potřeby této práce více inkluzivní označení „anime komunita“ nebo „fanoušci anime.“ V žádném případě to není označení, které by dokázalo postihnout celou komplexní skupinu, kterou budu popisovat, ale věřím, že je dostatečně vypovídající pro popis uskupení jedinců, se kterým jsem se měl možnost setkat.

Také je důležité zmínit, že anime komunita v této práci zahrnuje primárně lidi aktivní na conech a několika vybraných sociálních sítích. Tento vzorek jsem vybral z důvodu, že je komunita na sítích poměrně silně rozříštěná, a primárním zaměřením této práce je zobrazování Japonska na fyzických akcích. Kvůli tomu zahrnuji do kategorie anime komunity také cosplayery a do menší míry komunity hráčů videoher nebo deskových her, kteří jsou na conech aktivní. Je proto důležité mít na paměti, že obraz Japonska, který vystává z tohoto výzkumu, je ohraničen právě tímto vzorkem, a při zaměření na část komunity, která je méně aktivní na akcích a sítích, by se mohlo zobrazení japonské kultury proměnit.

Tedy, když je definice výzkumného vzorku a terénu za námi, podíváme se na popisnou část anime komunity. Zabývat se zde budeme primárně cony a sociálními sítěmi.

1.3.2. – Od brněnského výstaviště po Facebook – Aktivity anime komunity

Tuto část kapitoly začneme u festivalů, největších prezenčních akcí české anime komunity. Cony, jak těmto akcím říká komunita, jsou velké prezenční akce, zpravidla konané jednou za rok, kde se schází aktivní anime fanoušci. Takových akcí je několik, pro potřeby

²⁶ Negativní konotace označení otaku potvrzují nejen Japonci, se kterými jsem měl možnost se bavit, ale také čeští anime nadšenci. Pro lepší představu o mediálním vlivu na subkulturu otaku doporučuji bakalářskou práci Lucie Cejpové *Japonská subkultura otaku a její negativní konotace v éře Heisei (2019)*.

této práce budeme porovnávat dva největší české festivaly, které jsou zároveň aspoň do jisté míry spojené s japonskou kulturou – jarní brněnský Animefest a letní pražský Advík. Mimo tyto dva spadá do stejné kategorie také pražský podzimní Akicon, kterým se budu krátce zabývat, ale jelikož je komparativně menší a do velké míry podobný, výzkum se zaměřoval primárně na předchozí zmíněné festivaly.

Mezi další významné akce, které ovšem nebudou součástí této práce je Comic-con, konaný v pražském O2 Universu, který klade mnohem větší důraz na západní pop-kulturu, tudíž nespadá do zaměření této práce na Japonsko, Festival Fantazie, taktéž zaměřený spíše na západní tvorbu, a pak někteří informátoři navštěvují, nebo alespoň zmiňují, zahraniční cony, jako je třeba slovenský AnimeSHOW, nebo významné německé, rakouské a polské festivaly, které pro výzkum zobrazování japonské kultury v České republice vynecháme.

V neposlední řadě je mnoho historických akcí, které z různých důvodů zanikly. Sem patří třeba Natsucon nebo Advík Zima. Historií české otaku komunity se zabývaly jiné závěrečné práce (např. Matas 2016, Vávrová 2009) a samotní představitelé komunity (Hintzu Otaku 2009), a jelikož má tato studie za cíl prozkoumat reprezentaci Japonska v ČR primárně v současnosti, těsně po koronavirové pandemii, větší část kapitoly se bude zabývat stavem v letech 2022-2023, kdy probíhal samotný výzkum. Historii komunity a conů ovšem zmíním na místech, kde to bude pro výzkumné účely relevantní.

Největší český con z útrob brněnského kina Art – Animefest

Animefest je největší český festival zaměřený na japonskou kulturu, který pořádá spolek Brněnští otaku, a jehož návštěvnost pravidelně roste. Pro lepší představu, podle oficiálních stránek počet unikátních návštěvníků u prvního ročníku v roce 2004 byl 200 lidí, v roce 2019 před pandemií koronaviru to bylo 7 200 a u prvního ročníku po pandemii v roce 2022 to bylo 8 500 (Animefest 2023). S realizací samotného conu pomáhá řada sponzorů a finančně přispívá i město Brno, ale pro potřeby této práce je zejména důležité, že od roku 2009, což byl šestý ročník festivalu, je pořádán s čestnou záštitou Velvyslanectví Japonska v ČR a minimálně jeden ročník byl podpořen nadací Japan Foundation. V následujících pasážích se krátce podíváme na historický vývoj festivalu a na jeho programovou strukturu. V rámci této práce se budu mimo krátké představení zabývat pouze vybranými aspekty, které nejvíce ovlivňují zobrazení japonské kultury. Pro podrobný přehled o organizaci, struktuře nebo programu Animefestu doporučuji práci Hany Hemzové, která se problematice věnovala dopodrobna (2014).

Animefest vykryštoval ze studentského filmového klubu pod záštitou Vysokého učení technického v Brně. Kolem přelomu tisíciletí se začaly pořádat pravidelné srazy okolo japonské populární kultury zejména v Praze a v Brně. Někteří z původních organizátorů pracovali jako promítači v brněnském kině Art, kde se pravidelně promítaly japonské snímky pro edukační účely. Kolem roku 2003 došlo k rozkolu mezi organizátory významného brněnského festivalu Fénixcon, což vedlo k uspořádání tzv. Setkání příznivců moderní japonské kultury v Praze, kam vyrazili mimo jiné i budoucí zakladatelé Animefestu kolem filmového klubu v kině Art. Podle slov jednoho z nich, Jana „Hintzu“ Horgoše, začali tehdy vnímat přítomnost zájmu o japonskou kulturu u nás:

Tak jsme vyrazili do Prahy, a tam jsme si uvědomili, že jo, ono to ty školní třídy v pohodě naplní. Lidí tam jsou, tak si uděláme v květnu první ročník Animefestu, a za ním právě stáli kluci, kteří tehdy promítali v kině Art, plus člověk, který zajišťoval i organizaci srazů v Brně.

(on-line rozhovor, 16. února 2023)

Tímto podnětem vznikl festival, který se postupně rozšiřoval s rostoucími počty návštěvníků o další lokace, jako například kino Scala, až se v roce 2012 přestěhoval do prostor brněnského výstaviště, kde se koná do současnosti.²⁷ Na podrobné proměny návštěvnického spektra se podíváme blíže v druhé části kapitoly o specifikách anime komunity u nás. Teď obrátíme pozornost na program a politiku Animefestu.

S rozšířením internetu a možností, kde zhlédnout japonské snímky, se hlavní programové zaměření festivalu posunulo postupně od filmů k jiným aspektům subkultury. Co se týče samotného programu, skládá se primárně z přednášek, workshopů a soutěží. Dále nabízí prostor na hraní deskových a video her, a v neposlední řadě jsou zde různé stánky s jídlem, tematickými produkty nebo komunitními umělci. Ačkoliv jsou jednotlivé složky programu zajímavé, pro naše potřeby se podíváme pouze na přednášky a soutěže.

Přednášky jsou v rámci conů tvořeny do velké míry samotnou komunitou. Zpravidla se může přihlásit kdokoli s jakýmkoliv tématem, a jednotlivé návrhy jsou posuzovány programovým týmem v čele s Hintzu, kde se determinuje, zda jsou přednášky a přednášející dostatečně kvalitní:

Přednášky jsme se snažili nechávat hodně komunitně, ale vždycky prochází sítí výběru. [...] Lidé se přihlašují, nadhazují témata, o kterých by chtěli mluvit s nějakou osnovou, a píšou, jaký mají zkušenosti s odkazy na svoje předchozí vystupování, abychom to mohli rychle posoudit.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

²⁷ Pro podrobnější faktické proměny festivalu v průběhu let doporučuji přehled jednotlivých ročníků na oficiálních stránkách Animefestu - <https://www.animefest.cz/cs/Animefest/Index/24/historie>.

Zároveň tím, že podstatná část komunity byli nebo jsou studenti a studentky vysokých škol, a že samotný con vyrostl prakticky ze skupiny na VUT, je mnoho přednášek zaměřeno odborně nebo popularizačně. Jako příklad může sloužit přednáška o psychologických tricích v *gacha* hrách,²⁸ nebo přednášky o japonské mytologii. Často se přednášející takovým tématům věnují dlouhodobě, nebo na ně napsali bakalářskou či magisterskou práci.

Významnou součástí programu Animefestu po celou dobu jeho konání jsou pak různé soutěže. Jedná se o stříhání videí, které dříve nebylo tak rozšířené jako dnes, různé vědomostní kvízy o anime, anebo cosplay soutěže, které si svou popularitu udržely až do současnosti a jsou populární částí programu. Před pandemií koronaviru zde bývaly běžné kvalifikace na mezinárodní K-pop²⁹ soutěž, kterou zajišťuje Velvyslanectví Korejské republiky v ČR.

Mimo prezenční segmentovaný program je součástí festivalu také velké množství různých stánků. Člověk zde může zakoupit mimo jiné asijské jídlo, různé asijské produkty, anebo nepřeberné množství figurek, polštářů, triček a dalšího zboží, primárně asociovaného s anime subkulturou.

V rámci této práce bohužel není prostor se obsáhlým programem zabývat do hloubky, ale jeden z mých informátorů z anime komunity shrnul možnosti, které návštěvník na conu má, takto:

Je to v několika halách a v jedné rotundě, a člověk najde úplně všechno, co ho napadne. Jsou tam hry a konzole, venkovní stany, kde si člověk může vyzkoušet *aikidó*³⁰ nebo bojovat s dřevěným mečem, může si tam zahrát *šógi*,³¹ jsou tam deskové hry, je tam cosplay show, hromada cosplayerů, jsou tam i stánky. A velký přednáškový sály, haly, co jsem ještě vynechal? Merch³² si tam člověk může koupit, jsou tam obchůdky, kde si člověk koupí japonské figurky. Koupí si tam trička, mikiny s anime tematikou, zároveň si tam člověk může... No, prostě možností je tam nespočet, co tam člověk může zažít. A jak je to na velkém prostoru brněnského výstaviště, tak lidí tam je nával. A kostýmů, cosplayerů, lidí, se kterými se můžeš setkat a pokecat...těch je prostě požehnaně.

(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

²⁸ Hry, které využívají princip použití herní měny na získání náhodného předmětu. Měnu je možné získat zpravidla jak hraním hry samotné, tak jejím koupením za reálné peníze. Název vychází z japonských herních automatů, a v dnešní době je princip využíván zejména ve formě „loot boxů“ nejen v mobilních videohrách.

²⁹ Korejský pop – žánr taneční hudby, který vznikl v Jižní Koreji.

³⁰ Japonské bojové umění.

³¹ Japonská šachová hra.

³² Zkratka z anglického merchandise, vyjadřuje zpravidla zájmové zboží ke koupi jako trička, figurky apod.

Celkově je program odrazem základních idejí, které za ním stojí. Tyto ideje popisuje jeden ze zakladatelů festivalu Hintzu tímto způsobem:

My tam netaháme žádnou politiku a nic takovýho, protože, i když část návštěvníků přijede s autama polepenýma značkama SPD, proti tomu zase lidi, kteří jsou extrémně liberální nebo extrémně progresivní, tak ve chvíli, kdy stráví celý víkend v tom areálu, tak se všichni věnují spíš tomu, co je spojuje, než aby řešili nějaký žabomyší srandy, a potom to funguje celý líp. [...] Podstata Animefestu je prostě to, aby lidi na tři dny mohli zapomenout na problémy, který aktuálně řeší, a jen si odpočinuli a pobavili se.

(on-line rozhovor, 16. února 2023)

Animefest se snaží zaměřovat na to, co lidi baví, zajímá a spojuje, a spíše se vyvarovat konfliktním a polarizujícím tématům, ačkoliv občas se i taková objeví. To, jak uvidíme dále, má za následek postupné zastírání a idealizaci japonské kultury u návštěvníků. Nejdříve se ale krátce podíváme na další cony v České republice. Začneme s pražským Advíkem.

Festival anime v útrokách základní školy – Advík

Advík je pražský con, konaný obvykle v srpnu v Modré škole na Hájích. Místo konání se v průběhu historie měnilo, ale Modrá škola je s tímto festivalem spojená nejvíce a koná se zde nejdéle. Podobně jako u Animefestu, organizátoři Advíku, v této práci zastoupení programovým ředitelem Martinem Petákem, vnímají vzestupný trend v počtech návštěvníků, ale přesná data bohužel veřejně k dispozici nejsou. Podle rozhovoru s tehdejší hlavním organizátorem festivalu byly počty návštěvníků v prvních ročnících pro představu takové: „Prvního ročníku se zúčastnilo 72 návštěvníků, druhého 420, třetího 923, čtvrtého 1300. Letos očekáváme 2 000 účastníků“ (Topzine.cz 2010). Festivalu Advík se budu věnovat ve stejné rovině jako Animefestu, tedy z pohledu zobrazování Japonska, a popis festivalu tedy nebude v žádném případě zevrubný. Velká část těchto aspektů je navíc spojená napříč cony celkově, a proto u Advíku nebudu zabíhat do větších podrobností jako u Animefestu.

Festival vznikl na základě akce Anime Dance Víkend (zkráceně Advík), kde se spojovalo sledování anime a tancování na japonské taneční podložce DDR v průběhu jednoho víkendu (Topzine.cz 2010). Rok vzniku je v rámci výzkumu trochu nejasný, ale jednotlivé zdroje se shodují na období 2006-2007. Začal pronájmem pouze dvou tříd nebo kusem nějaké školy a z této pozice pak organicky rostl až dodnes. Pro obraz Japonska je zásadní zejména program festivalu.

Původně byl program založen primárně na DDR tancování a sledování anime, které bylo v době vzniku relevantní pro komunitu, jelikož festival zajišťoval platformu pro objevení a zhlédnutí nových seriálů. Tento aspekt se postupně s rozvojem sledovacích možností na internetu upozadil. To ilustruje i fakt, že dříve byly součástí programu žánrové linie jako *šónen-ai*³³ nebo *šódžo-ai*,³⁴ což byly celé segmenty o konkrétním žánru anime. Pozůstatkem této doby je stále populární tzv. fusion linie, která se zabývá zejména žánrem *ecchi*.³⁵ V současnosti lze program rozdělit spíše prostorově na vnější a vnitřní.

Vnější linie je tzv. macuri, kde se festival snaží představovat tradiční japonskou kulturu nebo alespoň její představu kolem primárně, ale nejenom, samurajské kultury:

Jedna odnož [programu] je macuri, což je označení pro venkovní program, který jede výhradně směrem tradičního Japonska, takže každoročně máme Jakuba Zemana, jeho *dódžó*³⁶ a program z jeho strany, sem tam se ukážou ještě jiný školy bojového umění. Kromě Jakuba Zemana, tak tam máme každoročně ještě Gorin, což je skupina, která se zaměřuje na replikaci samurajských soubojů, zbrojí a všeho tohohle, to je zase tradiční Japonsko. A každoročně se snažíme na macuri dostat Divadlo kjógen. A celé to macuri je fakt pojaté, jako že je to japonský festival, jsou tam food stánky, je tam tenhle japonský program a ukázky, včetně nějakých tanců.

(Martin Peták, on-line rozhovor, 17. dubna 2023)

Vnitřní část programu pak vypadá asi takto:

Advík má spoustu doprovodného programu, počítačové hry, virtuální realitu atd., ale zároveň má furt i hudební hry – DDR podložky, *Guitar Hero* a podobný věci, co k nám přišly z Japonska. A pak je ten přednáškový a workshopový program, který se skládá dvěma způsoby. První je ten, že my program vyhledáváme, máme nějaký lidi, o kterých víme, že mají zajímavý přednášky, že přednáší dobře, a ty nějakým způsobem oslovujeme, abychom je na Advík dostali. A v tu chvíli, kdy máme tenhle program vyplněný, tak otvíráme program pro návštěvníky. Tam se udělá formulář, přihlásí se každý, kdo chce přednášet, dá přednášce nějaký název, anotaci, případně kolik by jich chtěl, a my tímhle procházíme a doplňujeme tím zbytek přednáškového programu. Kromě toho jsou samozřejmě další eventy, jako třeba cosplay soutěž.

(Martin Peták, on-line rozhovor, 17. dubna 2023)

Celkově lze v rámci vnitřního programu vidět paralely k programu, který jsme viděli u Animefestu, přednáškový program má podobné schéma a podobnou kontrolu kvality. Nechybí ani prodejní stánky produktů spojených se subkulturou anime.

³³ Žánr mužské homosexuální lásky v anime a manze.

³⁴ Žánr naopak ženské homosexuální lásky v anime a manze.

³⁵ Mimo Japonsko je termín používán pro žánr anime s erotickým obsahem, který není explicitně pornografický.

³⁶ Japonský výraz pro místo, kde se vyučuje bojové umění.

Pro komunitu samotnou lze pojmenovat ještě určitý třetí segment programu, který ale není primárně organizován festivalem, a to je posezení a socializace v parku před Modrou školou, kde v průběhu konání Advíku narazíte na skupinky fanoušků a cosplayerů, kteří si navzájem povídají, baví se anebo si pouští hudbu. Těto sešlosti se říká mezi subkulturou „Předvík“ z vyjádření toho, že se uskutečňuje fyzicky před Advíkem. Tento aspekt festivalu nelze zanedbat, protože je to významná událost komunitního života.

Pro naše potřeby je důležité zejména to, že idea festivalu je podobná té Animefestu:

Co se Advíku týče, tak on vždycky byl, a je to i jedno z jeho mott, od fanoušků pro fanoušky. [...] A ten program jako takový vyložené nesměřujeme, a pokud ho nějak směřujeme, tak v těch přednášejících, které si vyhledáváme my. Vidíme, že ty máš tenhle background, ty máš tuhle zkušenost, nechtěl bys přednášet na Advíku? Ale není to nějakým způsobem, že bychom návštěvníkům říkali, sháníme přednášky v tomhle tématu. Ne. Většinou, s čím chtějí přijít, na to my se podíváme a většinou to projde.

(Martin Peták, on-line rozhovor, 17. dubna 2023)

I na Advíku je program vytvářen ze své podstaty velmi komunitně. Co to znamená pro obraz Japonska uvidíme za chvíli, ale nejdříve se pojdme krátce podívat na poslední velký con zaměřený na japonskou kulturu u nás – Akicon.

Akicon na Chodově – Akicon

Akicon je podzimní festival konaný v kulturním centru KC Zahrada u Chodova.

Programem je podobný ostatním conům:

Akicon je takovej mix právě Natsuconu, [který] byl [zaměřen] na ty přednášky, a Advíkem, kterej se konal spíš venku. Akicon je spíš menší, komornější, je to malá škola, je tam velkej přednáškověj sál, jeden menší sál, pak různý artist alleys, kde prostě umělci prodávají svoje obrázky, inspirovaný hrami nebo filmy.

(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

Jelikož je Akicon pro účely této práce velmi podobný Animefestu a Advíku, a podle mých informátorů je menší a více limitovaný prostorem, nebudeme se jím zde zabývat do větších podrobností a podíváme se spíše na celkové srovnání současných festivalů.

Výstaviště, základka nebo kulturní centrum? – Srovnání conů

Jednotlivé cony jsou si navzájem podobné, a fanoušek, který má zájem primárně o japonskou kulturu, anime nebo cosplay si na každém najde svoje. To ovšem neznamená, že jsou stejné. Každý z nich má svou vlastní atmosféru a do jisté míry zaměření. Takto to popisuje například pan Peták z Advíku:

To se mi na tom právě líbí, že on každé festival je vlastně jiné. Samozřejmě, když vezmu nějakýho univerzálního fanouška, který má rád Japonsko, anime a podobně, tak může jet úplně kamkoliv, Animefest, Advík, Akicon, tehdy Natsucon, když ještě byl. Ale každé festival je zaměřené trochu jinak. A na trochu jinou komunitu. Kdy Animefest je velké, je na výstavišti, a ten jeho prostor vypadá úplně jinak, tudíž i partneři, stánky a hosti jsou na jiný úrovni, stejně tak i ten vstup potom. Versus Advík, který je většinou od návštěvníků pro návštěvníky. Advík pořádá neziskovka, to vstupný pořad držíme poměrně nízký, protože to pro nás není zdroj peněz, ale zábava. Je to na škole, je to jiné prostor, a je to takový improvizovaný, když se tam člověk přijde podívat. Pracujeme s tím, s čím můžeme. A pak je tady Akicon, který je v KC Zahradě, což je zase nějaký reprezentativnější prostor, než je nějaká základní škola, ale zase je výrazně menší. Tudíž tam se hraje na to, že se tam dostane omezený množství lidí, a většinou tam chodí srdeční. Všechny ty tři akce jsou prostě trochu jiné, což třeba mně osobně se strašně líbí.

(on-line rozhovor, 17. dubna 2023)

K tomuto citátu je důležité zmínit, že Animefest ze své podstaty taky není výdělečný, ale jeho velikost a prostor brněnského výstaviště vyžadují větší rozměr financí (Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023).

Celkově jsou tedy jednotlivé ceny do velké míry podobné, ale zároveň každý se svou specifickou atmosférou. Je možné je srovnávat z mnoha dalších hledisek, ale pro nás jsou zde důležité zejména aspekty, které ovlivňují zobrazování japonské kultury na festivalech.

Míšení zájmů a idealizace Japonska – Japonská kultura na conech

Ačkoliv ceny obvykle začaly jako primárně festivaly japonské moderní kultury, na současné podobě programu můžeme vidět, že Japonsko už není jejich jediným zaměřením. Stále více sem pronikají vlivy dalších asijských kultur, zejména Číny a Jižní Koreje. Rozšířil se zájem o čínské novely a komiksy, které se těší velké podpoře zejména u *yaoi*³⁷ komunity, nebo o K-pop, což vede k většímu zaměření mimo Japonsko a postupně i mimo Asii s velkou popularitou západní populární kultury (Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023). Co se videoher týče, velmi populární je čínská hra *Genshin Impact*.

Japonsko a japonská kultura tedy postupně ztrácí své výsadní postavení, což umocňuje i to, že se velké oblibě těší právě cosplay, který ačkoliv je v Japonsku také rozšířený, není primárně součástí japonské moderní kultury jako třeba anime, ale spíše vedlejším produktem takového zájmu. A ačkoliv v cosplayi převažují postavy z různých japonských anime a z japonské historie, setkáváme se i s postavami ze západních videoher, seriálů nebo historie. Jak říká moje informátorka aktivní v cosplay komunitě:

³⁷ Žánr zaměřený na romanci dvou mužů.

Cosplay jako takovej se váže vlastně na všechno, na film, na hry. Hodně záleží. Máš cosplay na herní postavy, na filmový postavy, na anime postavy.
(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

Cosplayeři mají navíc tendence oddělovat cosplay komunitu od „otaku“ komunity, což implikuje, že ačkoliv je zájem o anime a cosplay úzce provázaný, nejde je zcela spojovat. U kostýmů záleží mnohem více na estetické přitažlivosti postavy pro konkrétního umělce, spíše než na její původ. Může proto být stejně důležité brnění samuraje jako brnění evropského rytíře, stejně důležitá postava z anime *Demon Slayer* jako ze hry *League of Legends*. Tyto tendence zejména u cosplaye vnímá i organizátor Advíku Martin Peták (online rozhovor, 17. dubna 2023).

Například na Obrázku č. 5 je společná fotka z Animefest cosplay soutěže z roku 2022. Na ní můžeme vidět kostýmy nejen z anime a s japonským původem (Kakashi z anime *Naruto* vpravo dole anebo Link a Zelda z *The Legend of Zelda* stojící uprostřed), ale také ze západní tvorby (v pravé části v pozadí brnění z *Warhammer 40 000*, vlevo vepředu Disney princezny). Tyto soutěžní cosplaye reflektují podobnou směsici postav a vlivů mezi návštěvníky.



Obrázek 5: Cosplay soutěž Animefest. Fotograf: Jiří Blažek. Oficiální fotografie Animefestu.

To ovšem neznamená, že Japonsko není stále relevantní a důležité. V roce 2022 se k němu a jeho kultuře vztahovalo přibližně 40 % celého programu Animefestu, dokonce více než ke cosplayi, a člověk najde více odborných přednášek o Japonsku než o jiných kulturách. Na Advíku je poměr programu asi 60 % japonské kultury a 40 % si mezi sebe rozdělí ostatní

vlivy (Martin Peták, on-line rozhovor, 17. dubna 2023). Nezapomeňme také na čestnou záštitu velvyslanectví Japonska, která evokuje, že Japonsko je na festivalech silně přítomno. S inkluzivní politikou festivalů ovšem pomalu a jistě dochází k posunu komunity od úplného zaměření na japonskou kulturu k určitému prolínání různých aktivit a subkultur na základě zájmu konkrétních fanoušků. Japonsko jako takové se tím pádem v rámci vývoje zájmu zastírá a stává se jednou z přísad v polévce zájmové kultury, spíše než hlavním hrdinou celého chodu.

Zde si můžeme položit otázku, proč se tomu tak děje? Jde pouze o inkluzivní politiku organizátorů, kteří aktivně vyhledávají zájmy komunity, aby vyhověli svým návštěvníkům? Ne tak docela. Za tento posun ve své podstatě může komunita sama. Podle Hintzu, s rostoucím počtem návštěvníků roste také počet lidí, kteří už nejsou tak čistě investováni do Japonska nebo anime a mangy. A ačkoliv se organizátoři snaží program situovat podle zájmu účastníků, v dnešní době je samotná komunita už tak velká, a hlavně mnohem více roztržštěná přes různé sociální sítě, platformy a zájmy, že už prakticky nelze jednoduchým způsobem vyhledávat jednotlivé členy komunity tak, jak to bylo možné dříve v jejich počátcích přes mailing listy nebo on-line fóra. Proto je program upravován podle zájmu lidí, kteří jsou aktivní, a dají si práci s tím napsat své přání a doporučení organizátorům. Tento proces je do velké míry rozdělen podle genderu nebo věku, jak uvidíme v druhé části kapitoly, ale zde je důležité zmínit to, že nejvíce aktivní je v tomto ohledu právě cosplayerská komunita:

Cosplayeri, pro ty se dělá velmi snadno, protože skončí Animefest, a lidi, který tohle zajímá, tak si píšou o hosty, píšou nápady na přednášky, co je zajímá, co bylo dobře, co bylo špatně. [...] Ve chvíli, kdy část [komunity] je pasivní, tak tolik programu nedostane. [...] Dneska, kdo se sám neozve, ani na základě několika výzev, pro toho se prostě dělá hůř.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

To se pak váže celkově zpět k politickým idejím organizace Animefestu:

Já se přiznám, že kolem let 2011-2012 jsem se snažil být hodně purista a držet to v intencích té čistě japonské kultury, ale ono nedává smysl jít přímo proti zájmu návštěvníků, protože naším cílem je hlavně to, aby tam lidi dojeli, a celý ten víkend strávili nějak v pohodě.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

V citátech můžeme vidět, že program Animefestu je do velké míry ovlivňován samotnou komunitou mezi komunitními přednáškami a aktivním zájmem jedné části zájemců, proti pasivnímu zájmu jiné části, jako jsou třeba hráči, ale docela dobře to mohou být i nadšenci pro Japonsko, kteří své preference projevují méně, jelikož stále mají v programu své

zastoupení. To pak postupně vede k většímu a většímu podílu konkrétních aktivních složek zájmu na úkor pasivních, protože pro festival je prioritou, aby jeho účastníci přišli a cítili se tam dobře. Důležité je zde zmínit, že tento aspekt organizace je aktivní a živoucí proces, a může se stát, že aktivní složky, které se ozývají ohledně svých preferencí organizátorům, se budou měnit, a jednotlivé složky programu se tak balancují podle zájmů komunity. Co se týče Advíku, ačkoliv pan Peták pasivitu některých složek komunity sám nevnímá, souhlasí s míšením různých vlivů, a con je programově zaměřen snad ještě více komunitně než Animefest, můžeme proto předpokládat minimálně fakt, že vlivy jiných zájmů subkultury se dostávají do komunitní části programu.

Inkluzivní politika festivalů má ještě jeden vedlejší účinek – idealizaci japonské kultury. K idealizaci na základě stejných faktorů pravděpodobně dochází i v jiných zájmových směrech komunity, ale pro potřeby této práce se budeme zaměřovat na idealizaci Japonska.

V rámci zájmu o anime a programu na conech, který je ze své podstaty vytvořen tak, aby lidi bavil a spojoval, v souvislosti s relativně mladým věkem účastníků, dochází často k produkci Japonska jakožto pohádkové země, podobně jako v rámci letních festivalů Česko-japonské společnosti. Jednotlivé složky programu se věnují tomu zajímavému, co může Japonsko a jeho kultura nabídnout, a jen do velmi povrchních úrovní, protože krátké segmenty přednášek nebo workshopů více neumožňují. Je také snadné zapomenout, že Japonsko jako každá jiná země má svá pozitiva i negativa, když je člověk obklopen zástupy produktů, jídla a kulturních atributů z Japonska nebo zboží s anime tematikou lákajících ke koupi. To je dobrý příklad kulturní objektivizace a komodifikace, kdy jsou prvky cizí kultury vytržené ze svého kontextu nebo je na ně kladen důraz v jiném světle než v původním prostředí, a to často primárně za účelem finančního zisku (Mare 1999). Zde je důležité říct, že zrovna v tomto kontextu je kulturní komodifikace spíše vedlejším produktem obyčejného byznysu s japonskými a anime produkty, a není součástí nějaké „zlé“ agendy. To ovšem nemění nic na faktu, že je součástí konkrétního procesu idealizace Japonska nejen na conech, a to zejména u lidí v mladém věku, kteří jsou takovým procesům přístupnější, a nemusí si ani představovat Japonsko jako skutečnou zemi plnou skutečných problémů, jak si ostatně uvědomuje i samotný organizační tým:

S [odborností přednášek] souvisí i to, že některý témata, o kterých na Animefestu mluvíme, jsou vážnější, abychom to neměli právě jen čistě idealizovaný. Protože samozřejmě většina děcek, když se začne anime a mangou zaobírat, začne to sledovat, tak pro ně je Japonsko v podstatě země zaslíbená, všechno to vidí přes růžový brýle.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

Moje zkušenost je taková, že ano Japonsko bývá idealizované, a když už někdo narazí na něco, co v Japonsku není ideální, tak je to nějaká věc, která je fakt dobře, když to tak řeknu, schovaná. Jakmile o ní víte, dokážete ji najít, ale není to něco, k čemu by se člověk dostal tím, že si někde prostě jenom pročítá Reddit,³⁸ Facebook a tak dále. Mám dojem, že u nás i bylo pár přednášek typu „Temná část Japonska.“ Souhlasil bych s tím, [že je Japonsko u nás idealizované.]

(Martin Peták, on-line rozhovor, 17. dubna 2023)

V citátech můžeme vidět prvky idealizačního procesu Japonska, ke kterému se na festivalech přidávají aspekty inkluzivní politiky, krátkých zájmových přednášek a objektivizace japonské kultury, a který se organizátoři snaží v rámci programu rozporovat, do míry, do které to nezkazí zážitek návštěvníků nebo nevytváří konflikty.

Samotné problematice idealizace Japonska v ČR se budeme ještě věnovat více dopodrobna v rámci kapitoly 2.3., ale nyní se podíváme na další platformy pro sdílení společného zájmu této komunity.

Další eventy komunity

Další menší akce, se kterými jsem se v průběhu výzkumu setkal, zahrnují například Velké otaku srazy (VOSka) a cosplayerský ples Cosples, na kterých je ale Japonsko zobrazováno v mnohem menší míře, a nebudeme se jimi proto zde podrobně věnovat.

Zatím jsme se zabývali primárně prezenčními eventy anime komunity, kam mohou lidé fyzicky jít, projevit svůj zájem a sdílet ho s podobně smýšlejícími členy komunity. V následující pasáži se podíváme na místa, která mohou navštěvovat i z pohodlí svého domova.

Japonsko v kapse – Sociální síť

Sociální síť v různých formách stály u zrodu otaku komunity v České republice a zasadily se o její rozšíření až do současné podoby. Počátky této éry mapuje například Erika Johanidesová v práci *Česká komunita otaku* (2015) nebo Jan Horgoš na svém blogu (*Hintzu Otaku* 2009). Právě zde lze v porovnání k malým fanouškovským uskupením před 20 lety vidět velké roztržštění komunity na různá místa. Od společných fór na zájmových webech se sociální síť komunity posunuly k větším platformám, proto dnes můžeme narazit ve velkém

³⁸ Internetová sociální síť.

množství na stránky na Facebooku nebo společné Discord servery, zatímco cosplay komunita je aktivní na Instagramu nebo Tik Toku, kde se fanoušci shromažďují kolem profilů konkrétních tvůrců. V rámci této pasáže se podíváme na několik stránek na Facebooku, jelikož je tam možné sdílet množství obrázků, příspěvků a sdělení, a tudíž se zde, ze všech platforem, se kterými jsem se v průběhu výzkumu setkal, nejvíce cíleně zobrazuje Japonsko, a projevuje se idealizace a případně boj proti ní.

Následující pasáž vznikla primárně na základě dlouhodobého pozorování Facebookových skupin *Svět anime, mangy a Japonska*; *Otaku CZ/SK – skupina pro komunitu skvělých lidí*; *Otaku seznamka* ^; a *Sčítání českých a slovenských otaku*, kam mě na začátku výzkumu přidala Natalie. V žádném případě tento výběr není zevrubným popisem on-line života komunity, ale považuji jej za důležitý kontextuální rámec zobrazování a idealizace Japonska, jelikož na rozdíl od prezenčních akcí je možné příspěvky na sociálních sítích konzumovat každou chvíli volného času, a jednotlivci si zde mohou kontinuálně budovat specifický pohled na Japonsko a jeho kulturu. To, jak důležité jsou sociální sítě pro anime komunitu potvrzují i moji informátoři:

[Sociální sítě] bych řekla, že jsou naprosto jedinečný a stěžejní, protože nic ti nedá dohromady líp lidi s takhle specifickým koníčkem než internet. Nebo sociální sítě.

(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

Na sociálních sítích anime komunity můžeme narazit na nepřeborné množství věcí od dotazů a diskuzí o anime a manze, přes fotky a zajímavé příspěvky nejen o Japonsku, až po méně či více insiderské vtipy, kterým rozumí často jen samotná komunita na základě společného zájmu.

Pro představu toho, jak podobná skupina na Facebooku může vzniknout, a jaká je logika za přidáváním jednotlivých příspěvků, se podíváme na případ skupiny *Svět anime, mangy a Japonska*, jejíž správkyň Klaudivie mi na toto téma poskytla rozhovor.

Skupina vznikla primárně jako odpověď Klaudivie a jejích přátel na někdy nepříjemnou atmosféru, která panovala v jiných skupinách. Zpravidla se jednalo o zesměšňování a šikanu méně znalých lidí, kdy například na dotaz na doporučení anime ke sledování dostal nováček odpověď zpravidla *Boku no Pico*, což je v rámci komunity slavná pornografická tvorba s aspekty homosexuality, pedofilie a převlékání se za jiný gender. To vedlo Klaudivii k založení skupiny *Svět anime*, kde se snažila vytvořit příjemnější prostředí, které bude vhodné i pro teenagery a děti, což jsou věkové skupiny, které do komunity pronikají čím dál víc:

Moje idea byla, aby se spojily ty zájmy, ale zároveň, aby se k sobě chovali ty lidi slušně. Chtěla jsem tam mít diskuze, a aby ty lidi mohli mít nějaký relativně bezpečný prostředí, kde se můžou na něco zeptat.

(Klaudie, osobní rozhovor, 7. února 2023)

Jaká je potom logika za tím, co se na stránku přidává? Klaudie to popisuje takto:

Obečně by ten obsah měl být zábavný, přece jen je to zábavná skupina, není mým cílem ty lidi zahltit nějakýma smutnýma nebo vědomostníma informacema. Ale podívám se na nějaký článek, řeknu si hele má to hlavu a patu, když se mi to nezdá, tak si dohledám víc informací. Protože dobrý, když chceš poslat nějaký vtipný video s nějakým anime, tak to je asi jedno, tím nikomu neuškodíš, ale když [...] je to něco důležitýho, tak si k tomu najdu další zdroj. Protože zase nevím, kolik lidí si to přečte, ale nerada bych sdílela nějakou pitomost.

(Klaudie, osobní rozhovor, 7. února 2023)

Na tomto citátu můžeme vidět stejný aspekt zájmu, jako jsme viděli u Česko-japonské společnosti nebo programu conů. Skupina je primárně pro volnočasovou zábavu zájmové komunity a obsah to reflektuje. A ačkoliv se ve *Světě mangy* setkáme s příspěvkem například o problémech nebo reáliích Japonska mnohem více než v jiných skupinách, stále má být obsah primárně zábavný pro skoro 2800 členů, které skupina v době psaní této práce má. Ve větší míře se proto setkáme s novinkami anime komunity nebo s krásnými obrázky japonské přírody, architektury a jídla, což jsou příspěvky, které podporují idealizovaný obraz Japonska.

Celkově se na sociálních sítích anime komunity můžeme setkat se stejnými vlivy jako u conů. Ve stále větší míře se zde objevují příspěvky, které nesouvisí s Japonskem, například ve *Světě anime* můžeme čas od času narazit na příspěvky o Severní Koreji, protože je to země, která Klaudii zajímá, a v jiných skupinách třeba na příspěvky o cosplayi postav nejaponského původu nebo pozvánky na cony, které nejsou primárně zaměřeny na japonskou kulturu. Je ovšem důležité zmínit, že skupiny na Facebooku jsou stále více „puritánské“ v zaměření na anime a japonskou kulturu než cony nebo cosplayerské eventy.

V druhé řadě zde pak můžeme najít větší tendence k idealizaci Japonska. Velká část komunity se upíná k anime, které ačkoliv často postavené na japonských reáliích, je stále vymyšlený svět a vymyšlený příběh (Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023). Jako příklad můžeme vzít školní prostředí, ve kterém je mnoho anime z každodenního života zasazeno.³⁹ Co zde český divák uvidí je Japonsko, exotickou zemi, kde jsou jiné zajímavé zvyky, a kde je obyčejný život obyčejných lidí odlišný od našeho kulturního prostředí. Častým podkladem

³⁹ Tzv. „slice of life“ žánr.

takových příběhů je nostalgie po školních letech, a ačkoliv jsou v anime zobrazeny náznaky toho, jak velký tlak může společnost na jednotlivce v Japonsku klást například při důrazu na dobré známky, mnohem větší část příběhu se obvykle točí kolem vztahů, volného času a přestávek mezi učením. Pro člověka, který se pak s japonským kulturním systémem blíže nesešel, je snadné si z takového příběhu vzít zkreslenou představu Japonska přes růžové brýle nostalgie a příběhových trop, které považuje za reálné, jelikož je příběh zasazen v „reálném“ prostředí japonské školy. Krásným příkladem toho, jak pak mohou sociální sítě tyto představy utvrzovat, je Obrázek č. 6 ze stránky *Svět anime*:

Japan in Anime:



Japan in Real Life:



Obrázek 6: Příspěvek na Facebookové stránce Svět anime, mangy a Japonska.

Z takového příspěvku si člověk, který se s Japonskem v realitě nikdy nesešel, odnese ujištění, že Japonsko je ideální pohádková země, kde je na každém kroku krásná příroda, architektura a jídlo, které jsou všechny pro naše geografické a kulturní prostředí exotické, a

kde je každodenní život zalitý sluncem. To všechno je samozřejmě do určité míry pravda. Japonsko je opravdu pro nás exotická a odlišná země, a základ japonské ideologie, který se vyvíjel odlišně od západních zejména křesťanských linií, klade mimo jiné velký důraz na schopnost relaxace, umění odpočinku a expertízy v koníčcích (Benedict 1947, Longhurst 2018). Ale nesmíme u toho zapomínat, že Japonsko není pohádková utopie, ale skutečná země, která se vyvíjela podle výrazně odlišných procesů než země Západu, které jsou nám známé, a kde existuje zásadně odlišný kulturní systém, kterému můžeme v mnoha ohledech rozumět, ale který nám také může v mnoha ohledech přijít nepochopitelný.

Zde pak zbývá dodat ještě jedno specifikum sociálních sítí anime komunity, a to je algoritmus samotných sítí. Dnešní on-line platformy, v našem případě zejména Facebook, mají velmi pokročilé schopnosti v prezentaci příspěvků na základě našeho zájmu:

Facebook má zvláštní algoritmus zobrazování příspěvků, a záleží na tom, jak tě vnímá jakožto uživatele, a jak vnímá, co je pro tebe populární. Když bude vnímat, že dávám lajky kočičím obrázkům tak mi ukáže víc kočiček.
(Klaudie, osobní rozhovor, 7. února 2023)

Pro Klaudii se to projevuje například zobrazováním technologických příspěvků o Japonsku, protože je to něco, co ji zajímá, a často to sleduje. Takový algoritmus může ale snadno vést ke kruhu idealizace, kdy nám Facebook ukazuje to, co nás zajímá. Pokud pravidelně oceňujeme příspěvky o krásných fotkách z Japonska, zobrazí se nám eventuelně více krásných fotek z Japonska. Více krásných fotek z Japonska nicméně znamená mnohem méně „ošklivých“ fotek z Japonska, které ukazují věci, které by naši představu o pohádkovém Japonsku mohli rozbít.

Předchozí popisná část kapitoly o aktivitách anime komunity je důležitá pro ilustraci toho, že oproti předchozím dvěma terénům není tento tak jasně vymezený kolem Japonska a japonské kultury, ale spíše kolem konkrétních volnočasových zájmů, mezi které Japonsko patří. Proto se v druhé části kapitoly podíváme na anime komunitu z pohledu teorií subkultur a studií volného času, a na aspekty komunity, které mohou zobrazování Japonska ovlivňovat.

1.3.3. – Anime komunita jako zájmová komunita

Společenské uskupení, které v této kapitole popisují, bývá zpravidla zkoumáno na základě teorií subkultur a subkultur mládeže jakožto „skupina, která se odlišuje normami, hodnotami, vzorci chování a životním stylem od dominantní kultury“ (Smolík 2010 v

Eliášková 2020, 24). Definice a přístupů ke studiu subkultur je velké množství a je nemožné je definovat jedním způsobem tak, aby se dal vztáhnout na všechny různé subkultury, které existují. Zásadní spojnicí takových teorií v rámci různých přístupů a definic je ovšem jejich vymezení se vůči nějakému Jinému, ať už je to majoritní společnost a kultura, jiná subkultura nebo další aktéři, a tvorba společné identity na tomto základě (Heřmanský – Novotná 2019). Nicméně tyto aspekty, ačkoliv přítomné, nebyly v rámci mého výzkumu pro zkoumanou komunitu tolik zásadní. Aktéři se sice často zmiňují o určité stigmatizaci ze strany majoritní společnosti, mnohem více však popisují vztahy a propojení, které vznikají na základě společného zájmu.

Problematika subkulturní identity, která bývá obvykle zkoumána, je také v rámci anime komunity nejasná, jelikož je tato komunita přístupná jiným vlivům a celkům. Proto je možné na akcích a sítích potkat otaku komunitu spolu s cosplay komunitou nebo LGBTQ+ komunitou, aniž by se navzájem vůči sobě vymezovaly. Spíše naopak, informátoři často popisují svou představovanou skupinu jako setkání introvertních lidí, pro které je zájem o anime spojujícím prvkem, na jehož základě si mohou najít přátele.

Tyto skutečnosti naznačují, že v rámci současné anime komunity jsou společné zájmy nadřazené společnému formativnímu vymezení se vůči Jiným, alespoň v rámci výzkumu, který se zaměřuje na zobrazování Japonska. Proto budu používat mimo teorie subkultur zejména teorie volného času pro vysvětlení toho, jakým způsobem je zobrazování Japonska ovlivněno nejen subkulturní identitou, ale také sociálními aspekty, které ovlivňují volnočasový zájem jako takový.

Problematiku studií volného času zevrubně popisuje Shaun Best ve své knize *Leisure Studies: Themes and Perspective*. Volný čas popisuje jako něco, co je přísně oddělené od času pracovního [nebo třeba školního], a vyznačuje se snahou naplnit lidské tužby a potěšení (2010). Duane Crawford s kolegy pak zkoumá hranice, které znemožňují zcela náhodné rozložení aktivit ve společnosti. Tyto hranice mohou být intrapersonální, tedy psychologické stavy nebo naše inklinace a vkus; interpersonální, kdy nás ovlivňují blízké vztahy; a strukturální, jako jsou věk, rasa, třída nebo gender (Crawford et al. 1991).

V této části kapitoly se proto podíváme, jak je obraz Japonska v rámci anime komunity ovlivněn genderem a věkem. Anime komunita se silně proměnila od svého vzniku do současnosti, a tyto dvě strukturální kategorie vyvstaly z výzkumu jako nejzásadnější aspekty této změny pro problematiku zobrazování Japonska. V další sekci následující pasáže pak prozkoumáme tři důležité vlastnosti anime komunity, které ukazují její zaměření na volnočasový zájem a které tvoří společný komunitní základ, ve kterém je konzumována

japonská kultura – materiální objekty, které jsou podkladem společného komunitního cítění, rozdílné úrovně expertízy v zájmu nejen o Japonsko, a stigmatizace ze strany majoritní společnosti.

Aktivita žen a pasivita mužů – Anime komunita a gender

Gender se ve studiích volného času zkoumá zpravidla jako způsob rozdělení konkrétních volnočasových aktivit ve společnosti podle hegemonních představ vlastností, které jednotlivé gendery obsahují. Toto rozdělení je obvykle nahlíženo skrze optiku patriarchy a feminismu. Důležitými zaměřeními jsou pak aspekty jako krása, sexualita nebo genderové nerovnosti (Best 2010).

V anime komunitě se pak gender projevuje na mnoha úrovních, které mohou odpovídat tradičně studovaným problémům. Můžeme pozorovat genderové rozdíly ve stylizaci postav, které jsou pak přeneseny i do stylizace kostýmů cosplayerů. Některé cosplayerky dokonce vnímají rozdíl mezi oceněním mužů pro jejich uměleckou práci, zatímco u žen je oceňováno spíše jejich tělo (Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022). Můžeme též pozorovat gender v souvislosti se sexualitou, kdy si mnoho dívek z komunity v průběhu svého života projde „yaoi fází“ až do míry, kdy se jim říká „yaoistky“, anebo v přítomnosti mnoha „crossdresserů“, tedy lidí, kteří se oblékají jako jiný gender. Poslední případ je testamentem přístupnosti komunity, jelikož například mužům oblečeným v ženském oblečení se často dostane pochvaly a jsou bez potíží přijati. Můžeme také vnímat rozdíly ve vkusu pro sledování anime na základě genderu. Jeden aspekt genderu je ovšem pro zobrazování Japonska v anime komunitě více zásadní než ostatní. Jsou to poměry genderů v komunitě a pasivita či aktivita lidí na genderovém základě.

Za více než 20 let od vzniku komunity se zásadně proměnilo genderové rozvržení účastníků akcí. Zatímco v roce 2004 na prvním Animefestu bylo z 200 lidí pouze 14 žen (z toho 5 součást organizace), tak v současnosti tvoří návštěvnice asi 55 % celé účasti (Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023). Komunita celkově se dnes skládá z mnohem více žen než na jejím začátku, kdy byl „otaking“ převážně mužská zábava.

Proč je ovšem genderová skladba důležitá pro obraz Japonska? Vzpomeňme si na fakt, že se programu conů mění na základě aktivity konkrétních složek komunity. Hintzu popisuje situaci takto:

Dneska, kromě toho, že mezi návštěvníky [holky] převažují, tak hlavně okupují soutěže. Mužská část návštěvnictva i komunity začíná být, jako všude jinde, pasivnější. [Muži] víc konzumují, hrajou hry a tyhle věci, [zatímco] u ostatních oborů, když jsme mívali soutěže v psaní, různý

cosplaye, přihlášky na přednášky a podobně, tak jsou aktivnější holky a lidi, kteří se identifikují jako ženy. Takže v tomhle se to celkem markantně posouvá.

(on-line rozhovor, 16. února 2023)

Při otázce, proč jsou anime aktivity pro ženy populárnější, odpovídá:

Ono to není populárnější u holek. Je to čistě o tom, co ten člověk vidí a vnímá. Holek chodí víc, protože nejsou líný a dojedou. Ohromná spousta fanoušků anime, nebo lidí, kteří to konzumují vedle třeba hraní her, tak je mnohem pasivnější. [Muži] ty holky stoprocentně převyšují, kdybych měl střílet od boku, tak si myslím, že tak 65 % fanoušků u nás se identifikuje jako muži, ale prostě děvčata jsou aktivnější. Spíš se domluví s kamarádkama nebo v partě a dorazí. Takže je to opravdu zkreslený čistě tím, že ty holky dojedou. To samý v těch soutěžích, spousta kluků se věnuje moddingu,⁴⁰ [...] ale ty holky v podstatě fungují víc off-line.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

Na těchto citátech můžeme vidět, že gender nejen, že ovlivňuje, jakým aktivitám v rámci zájmové komunity se lidé spíše věnují, ale proměňuje také návštěvnické spektrum na akcích, což poté odpovídajícím způsobem proměňuje program a to, jaký obraz Japonska se na conech tvoří. Proto, zatímco osoby mužského genderu mohou tradičně otaku komunitě jako celku dominovat, anime komunitě, která se v současnosti tvoří na tradičně otaku akcích, dominují spíše osoby ženského genderu. Pan Peták na Advíku žádné výrazné genderové rozdíly nebo proměny nevnímá, ale je dobré zmínit, že při otázce na tuto problematiku mluvil zejména o organizačním týmu, a o cosplay komunitě, kde jsou ženy velmi aktivní celkově.

Další sociální kategorií, která obraz Japonska v anime komunitě ovlivňuje, je věk.

Od alkoholu a vysokoškoláků k programu pro děti – Anime komunita a věk

Věk, podobně jako gender, je kategorie, která si v průběhu historie komunity prošla markantní proměnou:

První ročník [Animefestu] byl věkovej průměr něco kolem 19 let, a dneska se s bídou držíme někde nad 17, a největší skupina, co chodí, tak jsou děcka zhruba 16-22. Potom samozřejmě směrem nahoru počet jednotlivých věkových kategorií celkem klesá, ale zase už je to roztažený, že nejstarší návštěvníci, kteří tam jdou sami bez toho, aniž by je tam dotáhli děcka, tak ty mají něco kolem 67/68. A směrem dolů, tam to potom klesá rapidně, protože my se zase z druhý strany snažíme, aby pod 13 nám tam nechodili děcka moc sami, ale spíš s rodičema.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

⁴⁰ Upravování her nebo programů k vlastním účelům.

Zatímco fanouškovská skupina otaku začínala mezi vysokoškoláky, dnes jsou aktivní zejména mladí lidé na střední škole. S tím postupně z conů úplně vymizel alkohol, ačkoliv první ročníky festivalů jej nabízely. Co je ovšem zásadnější, je proměna programu. Na akci, kam chodí mladí dospělí vysokoškolští studenti, jsou programové možnosti otevřené mnohem více tématům, ať už vážným, nebo třeba erotickým než na akci, kam chodí děti kolem 15 let nebo mladší s rodiči. To má velký vliv na problematiku idealizace Japonska. S větší absencí vážných a kontroverzních témat, a s rostoucím počtem programu pro děti, se nutně posouvá celkový obraz Japonska směrem k idealizované pohádkové zemi. Toto je podtrženo tím více faktem, že původní organizátoři a fanoušci jsou součástí jiné věkové skupiny (na Animefestu zbývají už jen dva původní zakladatelé v současné organizaci, zatímco majitelé Advíku se v průběhu jeho historie měnili) a s postupem jiných aspektů života se jejich zájem proměnil a komunity opustili, anebo přenechávají aktivnější komunitní role mladším fanouškům.

Další zajímavé věkové vlivy jsou v tom, že přednášení nebo hostování na eventech je mnohem přístupnější mladým lidem, kteří nemají rodiny a mají více energie, a fakt, že se komunita dostává do fáze, kdy původní fanoušci předávají své zájmy svým dětem:

Líbí se mi, jak tam vyrůstají ti fanoušci. Že ty lidi mají děti. My jsme si dělali srandu na festivalu Fantasia, že by to chtělo už nějakou dětskou koutek. Protože spousta lidí říkala, že nemůžou jet, protože mají děti, tak říkám, udělejme dětskou koutek, vemte je s sebou a budeme mít víc fanoušků. Takže ty lidi v tom zůstanou nějakým způsobem, a pak dělají nějaký cosplaye i ty děti. Ale přijde mi hezký, že lidi u toho zůstali, že to nebyl koníček na rok, ale vyrostli a dělají to pořád.

(Klaudie, osobní rozhovor, 7. února 2023)

Na příkladech genderu a věku můžeme vidět, že program aktivit komunity, zájem o Japonsko a potažmo jeho obraz pro komunitu, je ovlivňován sociálními kategoriemi fanoušků. Tyto dvě kategorie samozřejmě nejsou jediné, které mají vliv. Například ekonomické možnosti na základě třídy jsou důležité zejména pro cosplay komunitu, což je koníček, který na vyšších úrovních stojí desítky tisíc korun. Kategorie genderu a věku ovšem v rámci výzkumu vystoupily na povrch nejvíce díky jejich proměně v rámci historie komunity, což umožňuje pozorovat jejich vliv na zobrazení Japonska jasněji. Tyto dvě kategorie, které v případě anime komunity ovlivňují zájem o Japonsko tudíž odpovídají obecnému prozkoumanému vlivu strukturálních sociálních pozic na volnočasové aktivity (Crawford et al. 1991). Takové aspekty našeho života ale nemají vliv jen na rozložení zájmu ve společnosti obecně, kdy se například bohatší lidé věnují koníčkům, které vyžadují více

peněz, nebo jsou s takovým statutem asociovány, ale ovlivňují a strukturují také samotné volnočasové aktivity (Best 2010).

V následujících pasážích se nyní podíváme na aspekty komunity jako takové.

Srazy introvertů se společným zájmem – Budování komunity

Jakým způsobem se anime komunita buduje? V odpovědi na tuto otázku se moji informátoři bez výjimky shodli. Anime komunita je pro ně uskupením primárně introvertních jedinců, pro které představuje možnost získat kamarády nebo sociální interakci na základě svého společného volnočasového zájmu. Hezky a stručně to vystihuje David:

Vidíš třeba, že někdo má tričko z tvýho oblíbenýho anime, tak si s ním jdeš pokecat, protože si říkáš: No, má to tričko, tak to třeba zná, třeba je to fanoušek, pokecáme si taky.

(on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

Materiální objekty, které vyjadřují zájem, jsou pro budování komunity velmi důležité, ať už se jedná o trička, kostýmy, přívěsky, nebo jiný merch. Daniel Miller ve své studii *The Comfort of Things* o materiálních objektech tvrdí, že pro lidi není důležitý ani tak jednotlivec samotný nebo celá společnost, ale spíše vztahy. Úspěch života se definuje podle počtu a kvality vztahů. V tomto ohledu jsou materiální objekty základní součástí vztahů, a ostatní lidé pro nás existují primárně skrze jejich materiální přítomnost. Socializace je vlastně uspořádání vztahů k věcem a mezi věcmi, a tento proces pak vytváří lidi, kteří nám mohou sloužit jako konkrétní příklady sociálních kategorií, ať už je to Japonec, Čech, žena, mladík, anebo, v našem případě, člen anime komunity (Miller 2008, 283). Komunita na akcích s anime tematikou se buduje zejména na základě materiálních objektů, které vyjadřují vztah nejen lidí k sobě navzájem, ale především vztah lidí k jejich zájmu. Ne každý člen komunity na sobě nutně nějaký takový objekt má, ale všichni jsou schopni identifikovat tento objekt jako základní součást komunity na základě jejich vzájemného zájmového vztahu. Objekty jako kočičí ouška, cosplay oblíbené postavy nebo odznak průzkumného sboru z anime *Attack on Titan* jsou spojnicemi zájmu, které zprostředkovávají setkávání lidí, kteří by se bez nich pravděpodobně nikdy nesetkali, a dávají jim příležitost dát se do řeči, protože na první pohled mají něco společného:

Dokážu si představit, že bych si řekla: Hele, půjdu na VOSko, ale jsem docela introvert a nevím, o čem bych se s těma lidma bavila. Ale mám tady prostě mikinu s *Pikachuem*,⁴¹ a na batoh si připnu tady placky ze tří anime, a třeba to pro někoho bude důvod, proč by se se mnou měl bavit, anebo tam prostě přijdu a rovnou uvidí, že tam k nim jako patřím, a přijmou mě

⁴¹ Známa postava z populárního anime *Pokémon*.

vřeleji, než když tam přijdu v obyčejném oblečení. Že tak nějak ten člověk dá na první dobrou vědět: Já mezi vás patřím!

(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

Na tomto materiálním základu se buduje komunitní citění a umožňují se projevy chování, na které se podíváme dále.

Začátečník x Otaku – Chování v rámci komunity a úrovně zájmu

Chování v anime komunitě je rozmanité a rozporuplné. V průběhu kapitoly jsme viděli, jak často není problém přijmout lidi s minoritní sexualitou nebo stylem oblékání s otevřenou náručí, ale zároveň se na sítích může člověk setkat až skoro se šikanou a zesměšněním pomocí pornografického anime. Moji informátoři toto vnímali jako prostou přítomnost dobrých i špatných lidí v komunitě, což může být s velikostí současné subkultury zcela relevantní odpověď. Tento rozpor může být také založen na anonymitě na sítích oproti setkání v reálném světě. Na rozpor v chování komunity jsem v průběhu výzkumu konkrétní odpověď nenašel, ale považuji za důležité jej zmínit z důvodu, že pohled fanouškovských nováčků na Japonsko se může zásadně lišit na základě chování, se kterým se setkají. To nás přivádí k problematice, která může být součástí tohoto rozporu – strukturovanost zájmu o anime.

Při setkávání s lidmi v anime komunitě se člověk setká s rozdíly v úrovni zájmu a znalostí, kterými jednotlivci disponují. Můžete narazit na začátečníka, který viděl pár dílů anime *Naruto*, můžete potkat ležérního fanouška, který na anime kouká pravidelně, ale znamená pro něj spíše odlehčenou zábavu po těžkém dni, a můžete narazit na člověka, pro kterého je anime životní styl a jeho znalosti tomu odpovídají. V tomto ohledu odkazuje Best na Roberta Stebbinse, který rozděluje volný čas na vážný a ležérní. První může do jisté míry suplovat budování kariéry pro lidi, kteří se necítí například ve svém zaměstnání naplňování a vyznačuje se velkou mírou zapálení a nasazení, zatímco druhá kategorie se projevuje spíše na úrovni osobního rozptýlení (Stebbins 1998 v Best 2010).

Prozkoumávat konkrétní aspekty úrovně zájmu o anime je nad rámec této práce, ale považuji za důležité tuto strukturovanost zmínit, abych se vyvaroval prezentaci anime komunity jako homogenního přístupného celku, který jako houba přijímá a nasává jiné vlivy. Je to také zásadní část kontextualizace výzkumného vzorku, jelikož všichni moji informátoři z anime komunity byli už na pokročilé úrovni a mluvili spíše o občasně frustraci ze setkání s „pozérskými“ nováčky:

Mně vadí lidi, kteří viděli 20 dílů *Naruta* a začnou pobíhat jako on, s těma rukama dozadu, nandaj si tu čelenku a říkaj: Já jsem strašnej otaku, že jo!

(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

Klaudie měla naopak pochyby o cosplayerské části komunity v jejich zájmu o Japonsko a spojovala tento úpadek fanoušků s poklesem kvality přednášek v současnosti:

Jasně, cosplayeri jsou taky součástí komunity, ale pak mi přijde, že jsou to lidi, kteří neznaj třeba tolik ten svět, neznaj Mijazakiho tak dobře,⁴² nebo nečetli tolik mang. Neříkám, že má každá přečíst tady ten seznam dvaceti mang, ale když už jsi v tom světě, tak bys měl trochu znát ty reálie, třeba si přečíst knížku o japonské historii. Je to takovej docela široko-spektrový koníček, a přijde mi, že na ty festivaly chodí hodně lidí, který tam přijdou, protože „udělám si cosplay,“ a to je všechno. Přijde mi, že ta kvalita těch fanoušků není tak dobrá. Zároveň ani kvalita přednášek nemusí být tak dobrá, protože ty lidi to vlastně ani neočekávají.

(osobní rozhovor, 7. února 2023)

V citátu Klaudie se nachází několik analytických úrovní, na které se podíváme blíže. Kromě potvrzení strukturovanosti zájmu komunity zde můžeme vidět různorodé nastavení a cíle i v rámci volnočasového zájmu anime komunity. Proto pro Klaudii, která se zajímá primárně o Japonsko a asijské kultury, může cosplay komunita, která se zabývá estetikou, která ani nemusí být asijská, představovat pokles komunity, která se v původní podobě více vztahovala k Japonsku jako takovému. V neposlední řadě tento citát potvrzuje vývoj dílčích aktivit komunity podle zájmu a aktivity konkrétních fanoušků, a také komunitní aspekt přednášek. Proto je současná úroveň přednášek pro Klaudii nižší než dříve, protože oproti jejímu zájmu o Japonsko se tyto přednášky dnes vztahují k jiným aspektům zájmu, a také v mnohem více „konzumní“ a přístupné podobě než dříve, když měla komunita méně členů, kteří byli ale obecně více specializovaní. Často tedy mohou být přednášky méně kvalitní proto, že si s nimi nedají lidé příliš práce, jak Klaudie sama říká, ale obecně může být její pohled odrazem posunu komunity od zájmových cílů, které zde byli přítomné dříve, k těm současným.

V rámci výzkumu anime komunity jsem spolupracoval spíše s ostřílenými matadory zájmu o japonskou kulturu, což samozřejmě ovlivňuje práci jako takovou. Výzkum tří terénů umožňuje cenné srovnání, ale to přichází občas na úkor podrobného prozkoumání jednotlivých složek terénu. Na to je důležité nezapomínat a zmínit, že by mohlo být etnograficky cenné se v anime komunitě zaměřit i na více „casual“ fanoušky, kteří často z výzkumů „otaku“ bohužel vypadnou.

⁴² Významný tvůrce anime animačního studia Ghibli.

„Divný pohádky pro děti“ – Obraz komunity ve společnosti

Na začátku této části jsme prostřednictvím teorie subkultur etablovali, že dílčí komunity se většinou nějakým způsobem vztahují k dominantní kultuře. Jak si v tomto ohledu stojí anime komunita? To je velmi komplexní otázka, kterou nelze snadno zodpovědět, ale pokusím se zde alespoň popsat to, jak vnímají sami členové komunity postoj majoritní společnosti vůči sobě. Jednoduše řečeno, spíše, než by se anime subkultura nějakým způsobem vymezovala vůči společnosti, vymezuje se často naopak společnost vůči této subkultuře pomocí stigmatizace jejich zájmu, stylu oblékání a estetickému cítění:

Já jsem vyrůstal v takovém prostředí svých spolužáků na základce a na střední, kde každej spíš [anime] nesnášel. Že to byla divná zábava, ty lidi byli divný, a všichni to nenáviděli, nesnášeli ty lidi, a já jsem v podstatě v tu dobu neměl nikoho, kdo by mi to ukázal, vysvětlil, o čem to je, ukázal třeba nějakou anime sérii, takže jsem se logicky chytnul ty největší vlny a řekl jsem si: Hele, anime je prostě kravina, je to pro děti, to nikdo normální sledovat nemůže. No a tady s tím jsem žil, plácnu třeba dva, tři roky, [...] než jsem do toho fakt takříkajíc spadl, že jsem si zjistil detaily, pustil jsem si třeba *Attack on Titan*, po pár dílech jsem zjistil, že to pro děti opravdu není, a dětem bych to jen tak nepouštěl, a v podstatě se můj názor rapidně změnil.

(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

Pomalu z [anime] spadává ten punc toho, že je to jen pro děti, nebo pro zdegenerovaný lidi, který mají nízký IQ nebo já nevím, mají rádi malý urvaný školačky. I když najdou se takový lidi, to budiž, ale není to jen o tom. To anime dokáže být dospělý, dokáže být docela brutální, dokáže být chytrý, nápaditý, ale zároveň kouzelný.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

Jak je vidět v citátech, zájem o anime se často nesetkává nebo nesetkával s pochopením mimo vřelé objetí komunity. Největší stigmatizací trpí pravděpodobně cosplayerská komunita, jelikož „vybočuje z řady“ už na první pohled. S podobnou situací jsem se sám setkal v květnu roku 2022 na Animefestu v Brně, kdy jsem jel v doprovodu cosplayerky trolejbusem na Výstaviště, a byli jsme slovně napadáni postarším pánem, který ji osočoval na základě jejího kostýmu z prostituce.

Tato stigmatizace ze strany majoritní společnosti může vést až k internalizaci negativního obrazu otaku, podobně jako popsal Philippe Bourgois internalizaci chudoby ve své studii portorikánských dealerů cracku v New Yorkském Harlemu (1995):

[Při otázce, aby popsala, koho si představí pod slovem *weeb*, které použila.]

Pro mě je to člověk, kterej není úplně sociální, člověk, kterej žije ve vlastním světě animovaných postavíček, vlastní velký množství figurek,

plakátů a oblečení. Když se řekne *weeb*, tak já to prostě vidím takovýho toho čtyřicetiletýho uslintanýho týpka, kterej slintá nad *lolitkama*⁴³ *smích*. Neříkám, že je takovej každej samozřejmě, ale [je to] takový to první, co tě napadne. Ale to je zas nějakej společenskéj diskurz toho slova, a pro mě osobně to je člověk, kterej tím hodně žije, a nemusí to být v negativním smyslu.

(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

Natalie, jakožto absolventka Fakulty humanitních studií Univerzity Karlovy, si uvědomuje, že se v této představě stává obětí mocenského normativního tlaku majoritní společnosti, ale v průběhu výzkumu jsem se často setkal s poznámkami členů komunity, že jsou „ti divní,“ anebo s humorem na podobné negativní stereotypy o otaku nebo cosplay subkultuře, což implikuje, že jsou si často nejen vědomi postoje společnosti vůči sobě, ale že se s ním do jisté míry i sami ztotožňují a budují na něm subkulturní identitu. Místo aktivního vymezování se vůči společnosti je tak tato komunita svým způsobem sociálně vyloučena a marginalizována, ne na základě ekonomickém jako dealeri ve studii Harlemu, ale na základě zájmovém a estetickém. Tato internalizace stigmatu se může odrážet v introverzi lidí se zájmem o anime, a v budování komunity na základě jasně viditelných materiálních objektů, což pomáhá vytvářet specifickou subkulturní identitu, se kterou se mohou ztotožnit lidé nejen se zájmem o anime, ale také například o cosplay.

Tento pohled společnosti se ovšem proměňuje, stejně jako jiné aspekty komunity, jak naznačuje začátek citátu Hintzu výše. Za posledních 10 let se anime velmi rozšířilo jako relevantní zájem a koníček v rámci dominantní společnosti. Vzestup streamovacích služeb jako *Netflix*, které více zařazují do své nabídky anime, spolu s uvědoměním si díry na trhu v ekonomické sféře, kdy do ČR spolu s anime přichází stále více oficiálních překladů mangy nebo japonských a anime produktů, vede k šíření a normalizaci zájmu o anime kulturu ve společnosti:

Anime už proniká do toho mainstreamu, a řekl bych, že za pár let to bude v klasický televizi, že u každýho providera bude anime běžet úplně standardně. Nebude to už nic výjimečného, nebudou to už *Pokémoni*, kteří tady byli jeden úkaz za x let, a pak to skončilo. Prostě bude tady toho víc, lidí to už budou znát a bude to automatika. Mainstream.

(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

A s normalizací zájmu o anime se proměňuje i obraz fanouška této subkultury a prezenční akce se stávají přístupnější pro širší společnost:

[Na cony v současnosti] fakt chodí lidi, kteří ne že tam nepatřej, ale oproti

⁴³ *Lolita* styl je módní subkultura původem z Japonska, ovlivněná viktoriánskou érou a rokokem. Charakteristickým aspektem je roztomilost, zastánkyně tohoto proudu se často stylizují do vzhledu mladých dívek.

těm původním fanouškům, což byli takový nechci říct vyvrhelové, tak už tam vidíš dneska běžný lidi, a co se mi líbí, že tam vidíš i rodiny s dětma.
(Klaudie, osobní rozhovor, 7. února 2023)

V průběhu této druhé části kapitoly jsem se pokusil představit komunitní, subkulturní a zájmové aspekty tohoto terénu, a jakým způsobem ovlivňují zobrazování Japonska. Na závěr se podíváme na to, jaké obrazy Japonska konkrétně anime komunita v České republice produkuje.

1.3.4. – Japonsko zastřené – Obraz Japonska v rámci české anime komunity

Japonsko zastřené

Rád bych zde argumentoval, že to, co bylo dříve nazýváno jako „otaku“ subkultura, která je z podstaty tohoto výrazu spojená s japonskou moderní kulturou, už nestačí pro označení zájmové komunity, která se tvoří na tradičně „otaku“ platformách jako jsou cony nebo sociální sítě. Jak jsme viděli v popisné části, s taneční a hudební produkcí se stále více a více spojuje korejský K-pop, literární zájem dává více a více prostoru novelám a komiksům z dalších nejen asijských zemí, a cosplay komunita je investovaná více v estetice konkrétních postav než v jejich původu, ať už jsou z Japonska nebo ze Západu.

Japonsko je stále přítomné a stále primárním nositelem majoritní části kultury této komunity, ale pro konkrétní jedince je důležitější jejich zájem než jeho kulturní kořeny. Komunita se rychle vyvíjí a nasává další kulturní vlivy, které se potom slévají do jedinečné směsi, která jednotlivé kulturní atributy objektivizuje nebo komodifikuje, stereotypizuje a často také idealizuje. Anime komunita tak, jak je popsána v této práci, je obrovská, mnohem větší, než byla v dobách, kdy se dalo mluvit o „otaku“ subkultuře okolo japonské kultury. Je také silně roztržštěná přes různé platformy, koníčky, zájmy a skupiny.

Obraz Japonska v anime komunitě je dále ovlivněn komunitními, subkulturními a pozičními aspekty terénu, ať už se jedná o chování v rámci komunity, o věkové a genderové kategorie, anebo o internalizovanou stigmatizaci ze strany majoritní společnosti. Kategorie sociálních pozic samozřejmě ovlivňují zájem o japonskou kulturu i v dalších dvou terénech, ale na mnohem více individuální úrovni. Oproti tomu v rámci anime komunity tyto aspekty obepínají celou kulturu a přímo ovlivňují směřování celého terénu, protože prezenční akce i sociální sítě jsou ze své podstaty tvořeny silně komunitně.

Japonsko zde není předmětem zájmu jako na akcích předchozích terénů, Japonsko je zde jedním z prostředků zájmu, ačkoliv jedním z hlavních. Japonsko v rámci anime komunity je Japonsko zastřené, zbavené do velké míry svého kulturního kontextu a využíváné jako prostředek a nositel zábavy a prožití volného času.

Japonsko idealizované

V průběhu kapitoly jsme narazili na mnoho případů a procesů idealizace Japonska v tomto terénu. Oproti idealizaci v Česko-japonské společnosti, která vychází z konkrétních možností a nastavení instituce, je idealizace v anime komunitě více aktivně tvořená. Ačkoliv třeba v rovině organizace festivalů narazíme na podobné aspekty idealizace jako u ČJS nebo v menší míře u JICC, kdy z podstaty své existence dávají fanouškům to, co fanoušci očekávají a vyžadují, v anime komunitě je důležitý pro problematiku idealizace komunitní faktor. Jednotliví členové komunity se silně podílí na jejich aktivitách. Kultura idealizace se zde představuje pro své vlastní nositele, což vede ke kruhu idealizace, kdy lidé, kterým je idealizované Japonsko prezentované, jsou zároveň lidé, kteří jej pak dále v rámci komunity prezentují. Tento kruh trvá, dokud nedojde ke konfrontaci s realitou Japonska jako skutečné země, která ačkoliv je krásná, a pro náš kulturní systém exotická, má také své stinné stránky jako každá země a společnost.

Idealizace v rámci anime komunity ovšem není nějaký zlý proces, který pouze zkresluje pohled na svět mladým a nevinným fanouškům a láká je do koloběhu zaslepenosti a zklamání z reality. Idealizace Japonska v této subkultuře často vede k objevení kultury, která je opravdu odlišná, zajímavá a krásná, a pro některé jedince může být jejich životní cestou. V průběhu výzkumu jsem se setkal nejen s příběhy o nepříjemné konfrontaci idealizovaných představ s „krutou“ realitou, ale často také s příběhy o tom, jak vedl idealizovaný zájem o anime k objevení jiných aspektů Japonska, které se pak pro konkrétní jedince staly hlubokým a intimním vztahem, který jim změnil a ovlivnil celý život. Z řad anime fanoušků se hlásí zástupy lidí na japanologické obory. Velká část lidí, kteří se dnes věnují uměním, jako je *ikebana*, kaligrafie, čajovému obřadu, přípravě tradičních japonských pokrmů nebo studiu japonského meče, začala svou cestu s japonskou kulturou na základě zájmu o anime ve školním věku. A pro někoho se pak zájem o anime stal životní cestou sám o sobě. Japonsko v anime komunitě je Japonsko ve velké míře idealizované. Ale idealizace nemusí být nutně špatná.

Japonsko prožité i prezentované

V neposlední řadě je anime komunita určitým propojením mezi způsoby prezentace Japonska, které nalezneme v JICC a v ČJS.

Japonsko na prezenčních akcích je prožité. Na conech je možné ochutnat japonské jídlo, zakoupit japonské produkty, vidět atmosféru anime festivalu, zkusit si japonské bojové umění. Je možné prožít japonskou kulturu z první osoby v rámci cosplaye a oblečení si kostýmu. A na rozdíl od ČJS, zde není člověk limitován skutečnou historicitou Japonska, ale může se stát kýmkoliv i z exotického pohádkového Japonska, které existuje v představách komunity. Člověk může festival prožít jako samuraj, jako gejša, ale i jako neexistující postava z anime, japonské strašidlo anebo i jako on sám, ale v obklopení takových bytostí. Japonsko, které je na akcích anime komunity prožité, je stejné jako Japonsko, které je v tomto terénu přítomné. Je zastřené, odpoutané od svého kontextu, sloužící k potěšení vlastního zájmu, a je idealizované, čímž ho může komunita využít a prožít, jak se jí zachce.

Na druhou stranu je Japonsko, podobně jako na akcích JICC, v anime subkultuře prezentované. Velkou součástí eventů jsou přednášky nebo soutěže, které fanoušci konzumují pasivně (i když třeba oblečení jako Sasuke z anime *Naruto*). Stejně pasivně skrze audiovizuální vjemy je pak Japonsko zobrazené a konzumované na sociálních sítích. A oproti JICC, zde není člověk limitován možnostmi instituce, nemusí tedy čekat na akci nebo nový bulletin, ale může Japonsko objevovat každý den z pohodlí svého mobilu nebo počítače. Ale i to má své nevýhody, jelikož Japonsko prezentované na sociálních sítích nepodléhá takovému doзору o pravdivosti informací jako Japonsko, které ukazuje JICC.

Japonsko v anime komunitě určitým způsobem kombinuje tyto aspekty předchozích dvou terénů. Je prožité i prezentované, konzumované a produkováno jak pasivně, tak aktivně, ale oproti Japonskému informačnímu a kulturnímu centru a Česko-japonské společnosti je takto konzumované ve větším měřítku a s menším ukotvením v realitě „skutečného“ Japonska.

1.3.5. – Shrnutí

V této kapitole jsem se snažil ukázat, popsat a analyzovat komplexní uskupení jedinců, které se shromažďuje na platformách, které patřily tradičně subkultuře otaku. Kromě faktografického popisu konkrétních aktivit a aspektů komunity jsme se věnovali i analýze procesů, které mají za následek produkci obrazu Japonska jako zastřeného, idealizovaného, prožitého a prezentovaného.

Touto kapitolou také končí popis terénů první části této práce, která měla za cíl přípravu kontextu pro obecnější problematiku, a objevení způsobů, kterými je Japonsko a jeho kultura v České republice zobrazováno. V následujícím oddíle se na závěr první části podíváme na komparativní analýzu výzkumného terénu, která nám bude sloužit jako základ druhé části práce.

1.4. – Japonsko v obrazech – Závěr první části

V rámci prvních tří kapitol této práce jsme si představili jednotlivé složky výzkumného terénu, analyzovali jsme jejich aspekty, které mají vliv na zobrazování japonské kultury u nás, a identifikovali jsme konkrétní obrazy Japonska, které JICC, ČJS a anime komunita produkuje. To nám umožňuje nyní tyto terény a obrazy navzájem porovnat k hlubší kontextualizaci terénu, která připraví základ pro druhou část práce, která se bude hlouběji zabývat některými problematikami japonské kultury na akcích s japonskou tematikou. Tuto analýzu zde rozdělíme na čtyři srovnávací linie, které porovnají specifika jednotlivých terénů, a také jednotlivé obrazy Japonska, které produkují.

1.4.1. – Japonsko pozitivní x Japonsko idealizované

V první kapitole jsme viděli, že JICC produkuje obraz Japonska pozitivního, kde je kladen důraz na pozitivní geografické, architektonické, kulturní nebo sociální aspekty tohoto ostrovního státu, zatímco ty méně zajímavé nebo negativní jsou sice do určité míry přítomny, ale upozaděny. Velvyslanectví si je problémů své země vědomo a nepopírá je, nicméně je ani aktivně neprezentuje. To vše v souladu s propagační funkcí instituce a zahraniční politikou japonského státu. Tento přístup k nepozitivním aspektům země je ovšem důležitý, jelikož odděluje JICC od dalších dvou složek výzkumného terénu, kde tyto aspekty nejsou do velké míry přítomny vůbec. Mohou se maximálně objevit na specializovaných platformách, které to umožňují, jako je filmový festival Eiga-sai u Česko-japonské společnosti, nebo u přednášek a internetových příspěvků v anime komunitě, které jsou na negativnější problematiky zaměřeny a rozporují ideální představu Japonska.

Absence zobrazení těchto reálnějších reprezentací vede v rámci ČJS a anime komunity k produkci obrazu Japonska idealizovaného. V každé části terénu má tento obraz ovšem svá specifika, kterými se odlišují. U Česko-japonské je to zapříčiněno primárně snahou představit zajímavou japonskou kulturu na akcích. Zpravidla krátkodobá a festivalová podstata těchto eventů neumožňuje zabředávat do hlubších podrobností kulturního systému, které by mohly rozporovat idealizovanou představu festivalového krásného tradičního Japonska, která se zde pro lidi s povrchnějším zájmem může tvořit. U anime komunity pak idealizace plyne zejména z tendencí asociovat Japonsko s jeho obrazem v anime nebo manze, které zpravidla aktivně nebo podprahově vyzdvihují pozitiva Japonska a jeho kultury. Tento idealizovaný obraz je pak posilován příspěvky na sociálních sítích a zájmovým zaměřením celé komunity, které má tendenci objektivizovat jednotlivé kulturní

atributy pro jejich použití v rámci uspokojení volnočasových aktivit nebo pro prodej japonských produktů, což smazává u těchto atributů jejich sociální a kulturní kontext.

Jak pozitivní, tak idealizovaný obraz Japonska je podtržen snahou jednotlivých institucí a organizátorů zavděčit se svým návštěvníkům a nalákat je pro své aktivity. To může pak idealizovanou představu českých fanoušků japonské kultury ještě více posílit. Naopak setkávání se se skutečným Japonskem, jeho kulturním a sociálním systémem, které jsou od našeho prostředí odlišné a mohou způsobit kulturní šok, pak vede k oslabování a rozbíjení idealizačních procesů.

Tato linie zobrazení Japonska, obrazy pozitivní a idealizované, je ve své podstatě pro potřeby této práce nejdůležitější. Její součástí jsou všechny ostatní linie, na které se podíváme dále, a je také nejzásadnější odpovědí na otázku, jakým způsobem je u nás Japonsko zobrazováno. Zde je pak tato problematika pouze velmi zběžně nastíněna na srovnání jednotlivých terénů, které vytváří nezbytný podklad pro celkový výzkumný problém idealizace, kterému se bude věnovat kapitola 2.3.

Ještě, než se podíváme na témata druhé části této práce, zbývají další výzkumné linie, ve kterých lze srovnávat jednotlivé terény a obrazy Japonska, které produkují.

1.4.2. – Japonsko tradiční x Japonsko moderní

Tato linie nebyla v průběhu popisných kapitol první části explicitně zmíněna jako samostatné obrazy Japonska, ale přesto jsem se na její konto několikrát vyjádřil. Na srovnání toho, zda se terény vztahují spíše k moderní japonské kultuře, jako anime, manga, ale také například technologie, anebo více k tradiční části kultury, která obsahuje klasická japonská umění jako divadlo nebo kaligrafii, se osvětluje významný výzkumný rámec vybraného terénu.

JICC se věnuje japonské kultuře jako celku, a můžeme zde narazit jak na mangu a podrobnosti vlaků *šinkansen*, tak na aspekty tradiční kultury, jako je *ikebana* či bojová umění. Na druhou stranu anime komunita reprezentuje v zásadní míře více moderní kulturu, zatímco Česko-japonská společnost je pevně ukotvena v kultuře tradiční.

Takto koncipovaný terén umožňuje efektivně prozkoumat jednotlivé složky zobrazování japonské kultury u nás, jelikož v JICC se setkáváme s Japonskem jako skutečnou zemí s tradičními kořeny, ale moderní přítomností, v ČJS vidíme odlesky primárně tradičního Japonska, a v anime komunitě nás zachvátí divoký tanec japonské populární kultury. Dohromady tvoří tyto tři složky terénu v této linii vcelku kompletní obraz kultury, se kterou se můžeme při výzkumu Japonska setkat.

Obě části japonské kultury jsou pak důležité pro problematiku, kterým se bude věnovat druhá část práce, a každá z nich osvětluje jejich odlišné aspekty. Je proto důležité je v tomto kontextuálním rámci zmínit, i když, anebo právě proto, že nebyly explicitně představeny jako konkrétní obrazy Japonska, které terén produkuje.

U následujících dvou linií se budeme věnovat samostatným obrazům Japonska jednotlivých terénů, které mají ale také vliv na linii pozitivní x idealizované. Můžeme zde vidět postup od obrazu pozitivního k obrazu idealizovanému právě na konkrétních základech institucí a komunity.

1.4.3. – Japonsko reprezentované x Japonsko zastřené

V této linii lze postavit na jednu stranu instituce kulturního centra a Česko-japonské společnosti, které jsou nějakým způsobem reprezentovány přímo z Japonska, a na stranu druhou anime komunitu, která se až na nepatrné zbytky reprezentace vzdává pro uspokojení zájmových komunitních potřeb.

JICC je, jak jsme viděli, reprezentováno japonským státem v podobě japonských Ministerstev zahraničí a kultury. V tomto ohledu je pak kulturním centrem přímým prodloužením konkrétní zahraniční politiky Japonska. Zkoumání konkrétních cílů a aspektů této politiky je nad rámec práce, ale na základě vyjádření zaměstnanců velvyslanectví můžeme konstatovat, že jejím hlavním motivem, alespoň v rámci našeho terénu, je propagace Japonska a šíření jeho pozitivního obrazu po České republice. Rozklíčovat záměry, které za tímto cílem stojí, je spíše doménou politologické analýzy, ale jeden z možných důvodů, který se v průběhu výzkumu vynořil, je podpora turismu.

Reprezentace Česko-japonské je pak na úrovni konkrétních japonských jednotlivců, kteří pomáhají s organizací a poskytují svůj kulturní vhled. Zde se pak můžeme dotknout srovnání reprezentace státu a lidí. Státní reprezentace je na jednu stranu oproti té lidské centralizovaná, tudíž jednotná. Naopak u konkrétních jedinců se může jejich pohled na kulturu a její „správnou“ podobu lišit například podle tradic a zvyků místa narození. Na druhou stranu je pak ale státní reprezentace zatížena právě politickými intencemi, ve kterých se může (ale také nemusí) kulturní reprezentace stát nástrojem k dosažení konkrétních politických cílů.

Jak je na tom pak s reprezentací anime komunita? Například Animefest je sponzorován nadací Japan Foundation, velvyslanectví dává jednotlivým festivalům svou záštitu, a sem tam můžeme narazit i na japonské nebo japanistické účinkující. Lze tedy mluvit v malé míře o obou popsanych druhích reprezentace. V mnohem větší míře ovšem anime komunita žádnou „oficiální“ japonskou reprezentaci nemá. Posvěcené japonskou

reprezentací jsou spíše některé jednotlivé části programu nebo aktivit komunity, ale jako celek můžeme mluvit spíše o absenci reprezentace, což je v souladu s obrazem Japonska zastřené, které zbavuje atributy japonské kultury jejich kulturního kontextu a využívá je pro potřeby uspokojení zájmové komunity. Absence reprezentace umožňuje ve větší míře vlastní úpravy a libovolné zacházení s kulturními aspekty, aniž by se zájmová komunita musela starat o autenticitu nebo přesné zakotvení zobrazené kultury v její historicitě. Můžeme zde pak více než v ostatních terénech mluvit o kulturní apropriaci japonské kultury, která ale nemusí být nutně negativní nebo mocensky nabitá. V rámci terénu, který jsem měl možnost pozorovat, se jedná ze strany českých fanoušků spíše o „nevinné“ nadšení a uspokojování svého volnočasového zájmu na základě přisvojování japonských kulturních atributů.

Co se pak týče idealizace, akce JICC a ČJS jsou zakotveny v reprezentaci, která limituje a ohraničuje možnosti idealizačního procesu. To samozřejmě neznamená, že zde není tento proces přítomen, ale je zde méně rozsáhlý než u anime komunity. Japonská reprezentace nejen, že zajišťuje určitou úroveň autenticity, ale také umožňuje v malé míře setkání s faktory, které idealizační proces vyvrací, jako je například konfrontace s odlišnostmi japonského systému. Její absence v anime komunitě proto umožňuje mnohem větší prostor pro úpravy japonské kultury na základě vlastních potřeb a pro potvrzování představ o Japonsku, které nemusí být zakotvené v realitě. Malá přítomnost reprezentace u anime komunity může pak, kvůli nemožnosti se s ní hlouběji setkat, vést spíše k posilování idealizace než k jejímu rozporování.

1.4.4. – Japonsko prezentované x Japonsko prožité

V JICC je Japonsko prezentováno pasivně. Návštěvníci zpravidla sedí a dívají se na film, poslouchají přednášku nebo čtou informace o Japonsku prezentované v bulletinech či knihách. Informace, které konzumují, jsou velmi autoritativní a nelze mít větší pochyby o jejich „pravdivosti,“ na základě reprezentace japonského státu z předchozí linie. Není tolik prostoru pro idealizaci Japonska neukotvenou v realitě.

Ta ovšem přichází v mnohem větší míře při přechodu od pasivní konzumace Japonska k té aktivní, která se nachází na akcích Česko-japonské společnosti a anime komunity, kde se produkuje obraz Japonska prožitého. Je snazší popustit uzdu představivosti a nechat se ovlivnit idealizační tendencí při konzumaci japonského jídla v japonském oděvu na letním venkovním svátku nebo v rámci anime festivalu než při sezení v přednáškové místnosti kulturního centra. Japonsko prožité má větší vliv na zkušenost a prožitek českých

návštěvníků než Japonsko prezentované, a tudíž má větší prostor i proces idealizace Japonska.

Tento proces obsahuje ovšem odlišné úrovně i v rámci samotného Japonska prožitého. Jak jsme viděli v jednotlivých kapitolách a na předchozí srovnávací linii, Česko-japonská společnost je stále pevně zakotvená v reálné historicitě a tradici Japonska, zatímco anime komunita se těmito hranicím vymyká. Z toho důvodu i samotná idealizace je v rámci ČJS ohraničená těmito autentickými kořeny japonské tradice. Na druhou stranu, v anime komunitě, kde si může každý prožít a využít objektivizované japonské atributy podle vlastních představ a pro vlastní účely, má proces idealizace mnohem větší možnost působení.

1.4.5. – Výstava japonských obrazů – Shrnutí kontextualizace terénu

Na úplný konec první části je potřeba znovu zmínit, že obrazy Japonska, které jsme v rámci jednotlivých terénů identifikovali, a které byly využity pro srovnání obou institucí a komunity, jsou produkty konkrétních nastavení jednotlivých terénů na základě jejich cílů, směřování a možností. Nejedná se tedy o aktivně cílenou a účelovou produkci určeného obrazu Japonska, jako spíše o ne zcela zamýšlený a kontrolovaný produkt těchto atributů jednotlivých terénů. Nemůžeme proto ani subjektivně hodnotit některé aspekty terénů jako lepší či horší při srovnání s ostatními. Každá část mého výzkumného terénu má vlastní cíle a možnosti, podle kterých funguje a které ji ohraničují. Analytické srovnání v tomto závěru slouží primárně jako příprava půdy pro problematiku, kterým se bude věnovat druhá část této práce, a jako osvětlení zásadních otázek, které provází zobrazování, používání a přisvojování japonské kultury v našem prostředí.

V tomto závěru jsme se proto věnovali čtyřem srovnávacím liniím, které tyto otázky vynášejí na povrch, a nyní už můžeme konečně obrátit pozornost na nejzásadnější problematiku, které se v rámci výzkumu objevily. V druhé části práce se podíváme na celkovou pozici japonské kultury v České republice, její autenticitu, a na idealizační proces v našem prostředí.

Část druhá

Kultura z Japonska, exotická a autentická

2.1. – Japonsko rozšířené – Japonská kultura v České republice

Jak se říká. Když se člověk nenarodí v Japonsku, tak nebude Japonec.

(Tomáš Suk, on-line rozhovor, 18. ledna 2023)

Ta kultura je prostě něco. Za prvé je to teda druhý konec světa, ale je to taky druhý konec škály toho, jak žijeme my tady, a jak žijou oni tam.

(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

V Brně na divadle je nějaká socha samuraje. Takže i tam, kde by to člověk nečekal, tak to Japonsko najde.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Dosud jsme se zabývali primárně tím, jakým způsobem je japonská kultura u nás zobrazována, přisvojována a jak se s ní zachází. Mimo definici tohoto širokého pojmu pro potřeby práce v úvodní kapitole jsme ale blíže nemluvili o hlubších aspektech toho, co vlastně „japonská kultura“ je. Také jsme neřešili, jakým způsobem se k nám tato exotická entita vůbec dostala. Co jsme ovšem měli možnost pozorovat je to, že mnoho Čechů jí zasvětilo svůj život. Přemýšleli jste ale o tom, jak se k tomu dostali oni sami?

V této kapitole se pokusíme na tyto otázky nalézt odpověď. Nejlepším způsobem, jak prozkoumat pojem nebo fenomén je jeho porovnání s nějakým Jiným. S odlišným prvkem ze stejné kategorie či úrovně. Proto budeme analyzovat japonskou kulturu v jejím srovnání s kulturou českou. A na Japonsko nahlédneme v jeho srovnání s Českou republikou. Podíváme se na základní rozdíly mezi českým a japonským kulturním systémem, které vnímali moji čeští, a v menší míře také japonští, informátoři. Dále se podíváme na základě stejných zdrojů na možné způsoby toho, jak se k nám mohla japonská kultura dostat z 9000 kilometrů vzdálených ostrovů. A v neposlední řadě také na to, jakým způsobem uchvátila srdce, mysl a životy českých nadšenců.

Důležité je zde ovšem poznamenat, že se nebudeme pokoušet o ucelený popis toho, co vlastně japonská kultura je z „objektivního“ popisného hlediska. Různým kulturním atributům a obecným popisům Japonska se věnovalo mnoho jiných autorů (např. Benedict 1947, Hendry 1995, Robertson 2005), a není to ani předmětem zájmu této práce. Budeme se věnovat spíše analýze konkrétního prostředí, které jsem ohraničil jako výzkumný terén, a jedincům, kteří jsou jeho součástí. Závěry představené v této kapitole (a v celé práci) jsou

tímto terénem a vzorkem definovány. Jedná se především o prostředí velkých měst a lidí, kteří jsou v zájmu o japonskou kulturu silně investováni a jsou na ni více či méně specializováni. Nebudeme se tedy věnovat ani tak aspektům japonské kultury, jako spíše pohledu lidí v tomto prostředí na japonskou kulturu. To neznamená, že se tento pohled k nějaké „objektivní“ japonské realitě neupíná, a závěry budou kontextualizovány pomocí textů o Japonsku, o japonské kultuře a jeho sociokulturním systému. Je ovšem důležité mít hranice vzorku a terénu na paměti, jelikož je možné, že v jiném, i třeba českém, prostředí a na jiné úrovni zájmu se mohou tyto pohledy lišit.

Zároveň se nebude jednat o etnografický popis problematik, kterým se tato kapitola věnuje. Například v pasáži o setkání se informátorů s Japonskem se nebudeme věnovat jednotlivým příkladům, ale spíše se pokusíme na jejich základě nalézt obecné vzorce, podle kterých se tento proces odehrává. Jednotlivé příklady mohou být sice zajímavé, ale pro naše potřeby jsou mnohem zajímavější jejich spojnice, které odkrývají pohled na procesy šíření kultury, globalizace a technologického pokroku. Stejně tak v porovnávání Japonska a Česka se zde neobjeví všechny jednotlivé vhledy, se kterými jsem se v rámci výzkumu setkal, a kterých je nespočet, ale budeme se zabývat zejména faktory, které byly společné u více nebo u všech informátorů.

Teď, když máme připravený obecný rámec pro analýzu problematik této kapitoly, se můžeme podívat na první z nich – aspekty japonského kulturního systému na srovnání s jeho českým protějškem.

2.1.1. – Život ve společnosti – Japonský kulturní systém

Pojmem kulturní systém na tomto místě nemyslím kulturu z hlediska uměleckého, ale z hlediska antropologického. V tomto rámci můžeme vnímat kulturní systém jako určitý soubor tradic, způsobů myšlení, společenských nastavení a přístupů, které ohraničují konkrétní etnikum nebo společnost, v tomto případě Česko a Japonsko. Tato problematika se může v této práci zdát trochu nemístná, ale většina mých informátorů zmiňovala základní strukturální rozdílnosti fungování obou společností při otázce na odlišnosti Česka a Japonska. Takové rozdíly lze samozřejmě vnímat mezi všemi kulturami, ale v našem případě je lze dobře pozorovat, a to zejména kvůli geografické vzdálenosti mezi oběma zeměmi, kvůli „exotičnosti“ japonské kultury pro naše prostředí, a kvůli jinému nastavení obou společností. To má vliv nejen na problematiku idealizace, ale také tyto odlišnosti často vedou ke kulturnímu šoku nebo nedorozuměním při setkání obou kultur. Rozdílnosti ukazují na jiný kulturní základ, ze kterého vychází zobrazovaná kultura na jedné straně, a lidé, kterým je zobrazována na straně druhé. Rád bych zde argumentoval, že není možné nahlížet na

jednotlivé aspekty zobrazování japonské kultury a problematiky, které z nich vychází, aniž bychom aspoň do určité míry pochopili tyto zásadní strukturální rozdíly obou kulturních systémů.

Než se přesuneme ke vzorcům, které se objevily v rámci empirického výzkumu, podíváme se na obecný rámec antropologického studia Japonska. Teorie na toto téma se dá rozdělit na dvě odlišná období. Jedno z nich se označuje pojmem *Nihonjinron* (teorie o japonském lidu), a je doménou primárně 70. a 80. let minulého století. V tomto období vznikalo mnoho prací, které se vyznačovaly snahou o nalezení kontinuity mezi současnými japonskými sociálními hodnotami a tzv. tradičními praktikami, a o vysvětlení obou v rámci japonské geografie, topografie a agrikultury (Goodman 2005, 60). Tyto studie se snažily identifikovat aspekty japonského sociálního systému a obecně vnímaných japonských hodnot, a propojit je s geopolitickými a historickými skutečnostmi japonských ostrovů. *Nihonjinron* literatura se zaměřovala zpravidla na aspekty japonské hierarchie, kolektivismu, společenské odpovědnosti, a kulturní a společenské kontinuity (McConnell 2011, 266). Mnoho vědců se pak snažilo prozkoumat důvody rychlého ekonomického rozvoje Japonska (Goodman 2005, 64).

Vůči tomuto teoretickému přístupu se ovšem postupně vymezila kritika, kterou je definované druhé období studií o Japonsku, a která položila základy pro antropologii Japonska v současnosti. Podrobně tuto kategorizaci antropologie Japonska rozebírá Roger Goodman ve sborníku *A Companion to the Anthropology of Japan* (2005), ze kterého budu v této pasáži vycházet. Pro naše potřeby se podíváme na nejdůležitější aspekty kritiky proudu *Nihonjinron*. V základu stojí výtky, že místo kritického průzkumu teorií o japonské kultuře spíše přispěly studie tohoto období k její mystifikaci. Ačkoliv nabízí velmi užitečné náhledy do fungování současné japonské společnosti, obvykle vytváří modely japonské společnosti v opozici k monolitické, homogenní entitě, kterou je „Západ“ (Goodman 2005, 64). Podobné kritice byla podrobena samotná idea, že japonská společnost byla v pracích *Nihonjinronu* monolitická a homogenní, a že všichni Japonci sdílejí stejné hodnoty, a že na nich jsou založeny všechny instituce. Tento přístup nedával žádný prostor individuální agendě, a to jak na „Západě,“ tak v Japonsku (ibid., 65).

Druhou zásadní kritikou bylo, že jsou tyto studie esencialistické, tedy založené na představě, že existují inherentní vlastnosti lidské společnosti, které může vědec identifikovat a popsat (Goodman 2005, 65). Třetí důležitou výtkou bylo, že představa společnosti byla nahlížena z funkcionalistického pohledu, tedy jako harmonické a stabilní entity, která je složena z částí, které pracují inherentně pro dobro celku, a sociální konflikt je ve své podstatě abnormální (ibid. 65).

Nejzásadnějším aspektem kritiky tohoto proudu byly etnografické důkazy o silné diverzitě v Japonsku, založené na regionu, genderu, povolání, etnické identitě nebo sociální třídě. A to i přes základní představy homogenity a harmonie v japonské společnosti. Tato diverzita pak byla ve studiích *Nihonjinron* ignorována, nebo v horším případě, maskována. Nejtvrdší kritika proto vidí práce tohoto proudu jako formu ideologie, která namísto snahy o popis japonského chování, toto chování ve výsledku posilovala, legitimizovala, a v některých případech i vytvářela (Goodman 2005, 67).

Sám Goodman vnímá tento proud jako viditelný projev nacionalistického procesu, ve kterém je využita historie ke konstrukci a legitimizaci pocitu vzájemně sdílené kultury. Taková specificky vybraná historická „fakta,“ která jsou k tomuto účelu využita, má každá společnost. V tomto ohledu, i přes to, že je společná kultura sociálně vykonstruovaná, tak se pro většinu lidí jeví jako „přirozená“ (2005, 69-70).

Tento krátký úvod do historie antropologického studia Japonska je důležitý pro pochopení kontextu, ze kterého vychází většina vědecké práce o Japonsku, a literatura, kterou budu v práci citovat. Kritika literatury *Nihonjinron* je zásadní a oprávněná, ovšem pro naše potřeby je důležité zejména to, že ačkoliv s sebou nese své problémy, ve své podstatě identifikuje (a místy potvrzuje a posiluje) základní aspekty japonské společnosti tak, jak je často vnímá sama japonská společnost. V případě Japonska byly tyto kulturní hodnoty občas účelově produkovány, zejména v období Meidži pro vytvoření představy společné „japonskosti“ skrze centrálně řízený edukační systém (McConnell 2011, 266). To ovšem neznamená, že jsou pro japonské lidi méně reálné. A jak poukazovala kritika období *Nihonjinron*, jednotlivci mají i přes existenci specifické ideologie možnost vlastní agendy. V tomto ohledu proto můžeme základní hodnoty a aspekty japonské společnosti, které (nejen) tato literatura identifikuje, referovat při základním popisu japonského kulturního systému.

Je ovšem nutné poznamenat, že v této práci vycházím primárně z literatury mimo hlavní období *Nihonjinron*. Slavná *Chryzantéma a meč* Ruth Benedictové mu předchází, ale přesto by některá výše uvedená kritika šla aplikovat i na tuto slavnou knihu, jelikož se snaží o nalezení „vzorců“ japonské kultury. Na druhou stranu se Benedictová vymyká potencionálnímu vlivu centrální ideologie tím, že se snaží nahlédnout na aspekty japonského systému pod ní. Ačkoliv zde můžeme vidět paralely k esenciálnímu přístupu později, nemusí to nutně ubírat zjištění Benedictové na důležitosti. V tomto ohledu například Kizaemon Ariga, japonský profesor a současník Benedictové, v roce 1950 vydává článek, který opravuje některé faktické nepřesnosti *Chryzantémy*, ale tvrdí, že celkový pohled na mentalitu Japonců v ní je výstižný (2015). Studie Hendriové jsou pak z přelomu konce tohoto období

a začátku období následujícího. Teď, když máme základní teoretický přehled ujasněn, se můžeme podívat na problematiku japonské kultury v České republice.

Informátoři v rámci výzkumu vnímali množství rozdílů mezi Českem a Japonskem. Z těchto jednotlivých pohledů, které jsou velmi různorodé, vychází jeden konkrétní vzorec, ke kterému je možné je vztáhnout. Jedná se o orientaci na kolektiv, skupinu a společnost v Japonsku, oproti orientaci na jedince v našem kulturním prostředí.

Jedinec součástí komunity, komunita součástí jedince – Západní individualismus x japonský kolektivismus

Zatímco v západní a potažmo české kultuře je velký důraz na jedince, osobní úspěchy a povahu, v Japonsku je společnost orientována poměrně kolektivně. Jedním ze základních principů japonské kultury je být součástí skupiny, ať už se jedná o národ, město, pracovní prostředí nebo rodinu. Z toho plynou další dílčí aspekty, které se k tomuto způsobu uvažování pojí. Brát ohled na ostatní, uklízet po sobě na veřejnosti, dodržovat zavedený řád a společenská pravidla, nebo například kultivovat smysl pro odpovědnost vůči společnosti. To samozřejmě neznamená, že lidé v Japonsku se necítí také jako jednotlivci, ale jejich individualita je ohraničena kolektivním zaměřením celé společnosti.

Někteří z mých informátorů pojmenovávají tento rozdíl explicitně, jako například pan Hýbl nebo paní Poskočilová z ČJS:

[Japonci mají] vnímání komunitně smýšlející větší bytosti, zatímco v Čechách jsme individualisti. „Já mám nárok na dovolenou, tak pojedu na dovolenou, a je mi úplně jedno, co bude dělat firma. Mám nárok na stravenky, tak budu mít stravenky, snad to firma přežije.“ A vedle toho Japonci: „Taky bych si vzal dovolenou, snad to nebude nikomu vadit.“ Prostě jsou to dva diametrálně jiné přístupy.

(Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023)

[V Japonsku je] organizace. Nikdo Vás nepředběhne ve frontě, protože všichni jsou zvyklí být součástí komunity a neškodit si. Třeba v tom, že se na vlakových nádražích řadí do fronty naprosto automaticky, a nikoho nenapadne někoho předběhnout. Chovají se organizovaně a řídí se pravidly, která jsou všude napsaná. Kam si sedat, kam si nic neodkládat.

(Klára Poskočilová, on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

Zatímco u těchto citátů je vyjádření poměrně jasné a nevyžadují další komentář, někteří informátoři se vyjadřují o rozdílech, ve kterých je orientace na kolektiv vidět spíše implicitně:

Japonská kultura je o nějaké...slušnosti. Nebo já si vždycky představím nějakou slušnost, čistotu. To jsou asi věci, které tam cítím víc než u nás.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Ačkoliv slušnost nebo čistota nemusí být na první pohled rozdílnosti, které křičí kolektiv, obě jej mají ve svém základu. Jsou výsledkem japonských tendencí brát ohledy na ostatní, které plynou právě z jejich kolektivního smýšlení, kde se objevují tendence upřednostňovat potřeby společnosti před potřebami vlastními (Goodman 2005, Hendry 1995).

Literatura o Japonsku je pak protkána popisy japonského komunitního nastavení. Uvedeme si zde pár nejzajímavějších příkladů. Hendriová ve studii výchovy dětí v Japonsku popisuje ideály charakteru, které by se děti měly naučit. Velký důraz je na vlastnosti, které se váží k myšlení na druhé a vyhýbání se vytváření potíží nebo neshod ve vztazích s ostatními lidmi (1986, 88). „Správná“ výchova jedinců je pak doménou celé společnosti, a Japonci vnímají odpovědnost celé komunity za „opravu“ a „socializaci“ lidí, kteří se snaží být odlišní, nebo kteří jsou sobečtí vůči okolí (ibid., 87-90). Goodman popisuje *Nihonjinron* příručku o japonské společnosti vydanou firmou Nippon Steel v roce 1984, která identifikuje základy „japonského charakteru“ v následujících kategoriích: „vyhýbání se napětí mezi lidmi; propozice pro tvrdou práci; konformita a obava ohledně toho, co si budou myslet ostatní; uvědomění si hierarchie; a víra, že člověk by měl žít v harmonii s přírodou a nesnažit se ji ovládnout“ (2005, 60, přeloženo). Goodman pak zmiňuje silnou japonskou víru v to, že skupina je důležitější než jednotlivec, a vyspělost se zakládá na uvědomění si, že člověk nezvládne nic udělat sám o sobě (ibid., 60). Hendriová dále ve svém přehledu o Japonsku identifikuje základní nejcennější japonské hodnoty a principy – reciprocitu; hierarchii, kdy je člověk neustále podřízený i nadřazený někomu jinému, a může očekávat automatický společenský postup s věkem; rovnost, kdy existuje víra, že každý může dosáhnout čehokoliv na základě tvrdé práce, spíše než na základě talentu, zejména ve vzdělání a uměních; a kooperace, kdy jedinec klade potřeby skupiny nad ty vlastní (1995, 224-226). Autorka zmiňuje také společenské sankce jako posměch, pomluvy nebo ostrakizaci u lidí, kteří vykazují nepřijatelné chování, a naopak prestiž a společenský status u lidí, kteří žijí a chovají se podle sdíleného systému hodnot (ibid., 223).

V japonském nastavení můžeme dále vnímat ve velké míře smysl pro odpovědnost. Tato odpovědnost může být vůči rodině, kterou se lidé snaží reprezentovat co nejlépe (Benedict 1947, Goodman 2005). Hendriová pak při identifikaci zásadních hodnot pro výchovu dětí v Japonsku pojmenovává i „být nápomocný rodičům“ (1986, 88).

Odpovědnost může být také k větším skupinovým uskupením, ať už na lokální úrovni, nebo na úrovni celospolečenské. Po rodině jsou nejdůležitější vazby na školu, společnost, pro kterou člověk pracuje, a na čtvrt', ve které žije (Hendry 1995). Tato odpovědnost vůči společnosti se projevuje často v pracovním prostředí, které je ústředním aspektem života Japonsku, kterým může člověk aktivně předávat něco ze sebe své společnosti. Každý z nás si jistě vybaví stereotypní představy o dlouhé pracovní době a velkém nasazení Japonců. Nebo o tendencích japonských zaměstnanců dbát na co nejlepší výsledek své činnosti. Tento koncept co nejlepšího výsledku své činnosti provází japonskou kulturu v mnoha jejích aspektech, ať už je to princip pohostinnosti u čajového obřadu, nebo u divadelního představení, kdy se člověk snaží o co nejlepší zážitek pro své hosty a diváky, anebo třeba ve volnočasových aktivitách (Longhurst 2018). Pro nás je ale důležitý jeho komunitní aspekt. Člověk dělá to, co dělá, nejlépe, jak umí, jako projev respektu ke společnosti a s tím stejným může počítat i od ostatních (Hendry 1995, 222). Podkladem smyslu pro odpovědnost japonské kultury je opět její komunitní nastavení.

Benedictová v *Chryzantémě* mapuje různé principy odpovědnosti, které mohou Japonce v jeho životě provázet. V jejím výzkumu se jednalo především o vnímání dluhu světu, ve kterém žijeme, společnosti, které jsme součástí, rodině, která nás vychovala, a kterou reprezentujeme, nebo císařské rodině, která je základním kamenem japonské národnosti, ke které se Japonci vždy vztahují (1947).

Ačkoliv zde můžeme vnímat paralely k odpovědnosti společnosti, o kterých se bavíme, a důležitost císařské rodiny pro Japonsko potvrzují i sami Japonci (Naoyuki Itó, osobní rozhovor, 9. května 2023), je důležité zmínit, že závěry, které *Chryzantéma* ukazuje, vychází především z Japonska starého. Ze starých samurajských kodexů cti, z doby reforem Meidži a také z doby imperialistické a válečné. Japonsko se velmi proměnilo v rozmezí 80. a 90. let 20. století (Darja Kawasumiová, osobní rozhovor, 13. února 2023), a nelze tedy klást veškerou analytickou odpovědnost na tyto principy, ačkoliv v nich můžeme vidět paralelní vzorce k současnému nastavení japonské kultury. Pro naše potřeby nejsou ovšem tolik důležité kulturní a historické kořeny japonského smyslu pro odpovědnost, jako spíše jeho komunitní aspekt, který se vztahuje k problematice japonského společenského nastavení, které tvoří základ odlišného kulturního systému. Zde proto postačí tento aspekt identifikovat, abychom ho mohli nalézt v situacích, se kterými se setkáme nejen v průběhu této práce, ale také v každodenním životě. Ať už se jedná o interakci ve službách, o přístup Japonců k práci, nebo třeba o turistickou zkušenost v Japonsku.

Jak můžeme vidět, japonský kulturní systém se vyznačuje velkou kolektivní orientací

ve svém základu. To ovšem neznamená, že jedinci mizí do kolektivní identity. Hendriová naopak popisuje množství možností, zejména v rámci volnočasových aktivit, které japonští lidé mají, a kterými mohou posilovat svoji individuální identitu, například skrze své zájmy (1995, 226).

Tato pasáž nabídla velmi zjednodušený popis problematiky japonského kulturního systému, který může být komplexní, a projevovat se různě v různých situacích nebo například na různých úrovních společenské hierarchie. Je také důležité zmínit, že citované texty jsou starší, proto, ačkoliv se základní nastavení a hodnoty japonské společnosti pravděpodobně zcela nezměnily, jejich konkrétní projevy mohou být v současnosti odlišné. Pro naše potřeby je ovšem důležité identifikovat komunitní nastavení japonského systému, které vnímají ve velké míře i čeští nadšenci, a do jeho hlubší komplexity proto zabíhat v této práci nebudeme.

Původ komunitní orientace Japonska pak pravděpodobně plyne z komplexního souhrnu konkrétních historických predispozic. Literatura proudu *Nihonjinron* se například zpravidla odkazuje k nutnosti komunitní spolupráce při historickém pěstování rýže na japonských ostrovech (Goodman 2005, McConnell 2011). Pro naše potřeby je ovšem důležité, že se tento aspekt japonské mentality objevoval v rámci rozhovorů v různých podobách skoro u všech informátorů, a že je základním kamenem kulturního systému, který pro nás může být odlišný, nepochopitelný a neslučitelný, jak uvidíme v následující pasáži.

Nedorozumění od základu – Odlišnosti kulturního systému Japonska od našeho prostředí

Komunitní aspekt japonské společnosti, který se v citátech a literatuře objevuje, lze postavit do kontrastu s přístupem českým:

David – Přijde mi, že jsou [Japonci] vychovanější, pracovitější. Nemají všechno na párku jako Češi, nejsou hlasití jako Češi, nenosí ponožky v sandálech jako Češi *smích*.

Autor – Jasně, a vnímáš teda Japonsko pozitivněji než Česko?

David – No, nemůžu to posoudit z vlastní zkušenosti, ale třeba japonští turisté jsou hodný, nebo se snaží být milý. Nejsou tady jako doma, jako Češi třeba u moře.

(David K., osobní rozhovor, 8. března 2023)

Takový obraz českého chování je samozřejmě stereotypizovaný, ale je to aspekt naší společnosti, o kterém víme, a který sami často satirizujeme, například v oblíbeném filmu Zdeňka Trošky *Slunce, seno, erotika*. U Davidova citátu je důležitý také fakt, že sám v Japonsku nikdy nebyl, a jeho zkušenost je, jak říká, především s japonskými turisty u nás. I člověk, který se tedy do větší hloubky s japonským systémem nesešel, si může všimnout odlišného nastavení japonské společnosti. Několik informátorů dále zmínilo nošení roušek při covidu pro ilustraci kontrastu mezi japonskou společenskou ohleduplností či konformitou a českým individualismem. V Japonsku nosí lidé roušky při prvním náznaku jakékoliv nemoci, aby nenakazili své okolí (nebo aby nevybočili z kolektivu při plošném nošení roušek), zatímco každý z nás si jistě pamatuje někdy až agresivní přístup lidí v západním světě proti nařízení nošení roušek.

Rozhovor s paní Kawasumiovou, Češkou, která v průběhu 80. a 90. let v Japonsku žila, mě pak upozornil na další významný společenský rozdíl, který ukazuje na odlišné nastavení japonské společnosti. Paní Kawasumiová se pohybovala zejména v pozicích ženy, matky a manželky, což jsou společenské role, které jsou v Japonsku asociovány se soukromým prostředím, a mohou nám osvětlit aspekty japonského kulturního systému, které se objevují více mimo veřejný prostor.

Paní Darja v tomto ohledu vnímala rozdíl mezi důrazem na individuální povahu jednotlivce, na který dbáme u nás, a systémem společenských rolí, který se objevuje v Japonsku:

V Japonsku jsem toužila po větším uznání individua, mně jako jedince. [...] Chtělo se po mně, abych plnila svou roli, a plnila ji dobře. A je to zabudované i v jazyce, že člověk plní roli matky, plní roli manželky. Matkou nejste, matku děláte. Kdežto v naší kultuře se s tím, čím jsme, více ztotožňujeme. Tam je to dané hodně jako role. [...] Já jsem vždycky chtěla být pravdivá a upřímná a učili mě to tak rodiče od dětství. Abych byla přirozená a obhájila inteligentně svůj názor. Abych se dívala přímo do očí, chodila rovně, a tak. A najednou v Japonsku po mně chtěli, abych hrála nějakou roli a abych se i mírně upozadila a někdy dělala i lehce hloupou. [Ale] Japonci na mně nechtěli, abych byla upřímná, abych byla logická, abych byla pravdomluvná. Japonci na mně chtěli roli a dobře ji hrát. Měla jsem se naučit identifikovat každou danou situaci a pochopit, co se ode mě očekává. To v Čechách na mně nikdo nechtěl, a naopak, kdybych se chovala [jinak] podle situace, tak by to nepovažovali za ctnost.

(osobní rozhovor, 13. února 2023)

Asi žádný z citátů tak dobře neilustruje rozdíl mezi zaměřením na individualismus a komunitu. V našem prostředí se člověk zcela ztotožňuje s pozicí, kterou zastává. Nejlépe je

to vidět na pozici matky. Z citátu paní Kawasumiové je možné získat pocit, že v Japonsku je mateřství pro ženy pouze role, kterou jim společnost uděluje, aby hrály. To je ovšem etnocentrický náhled na situaci. Role matky u nás a role matky v Japonsku nevyjadřuje jiné úrovně intimních pocitů, které se s mateřstvím nebo rodinou pojí, ale ukazují na jejich jiný kulturní kontext. V Japonsku byl (a pravděpodobně do určité míry stále je) poměrně silně rozdělený prostor kompetencí na základě genderu. Zatímco muž reprezentoval rodinu navenek a měl na starosti vnější záležitosti, uvnitř rodiny měla hlavní pravomoce a odpovědnost žena (Hendry 1986, Lavíčková 2022). Žena má na starosti primárně fungování domácnosti a výchovu dětí. Velká míra odpovědnosti za předání společenských hodnot a socializaci do komunitního kulturního systému tedy padá na její bedra. Matky v Japonsku bezpochyby nemají své děti rády o nic méně než matky v Česku, jak by se mohlo na základě citátu na první pohled zdát, ovšem každá z nich vyjadřuje tento pocit v jiném kulturním systému a vztahuje se k němu na základě jiné společenské orientace. Matka v Japonsku se musí do určité míry chovat podle společného kulturního systému, který vnímá většina společnosti stejně, jak uvidíme níže. Je také odpovědná za to, aby její děti byly schopné v tomto systému fungovat. Hendriová nebo Benedictová pak dokonce dokázaly identifikovat základní osu společensky ustanovených kroků, které výchovu dítěte provází (Benedict 1947, Hendry 1986). U příkladu paní Kawasumiové se tedy setkávali odlišná pojetí toho, jak by měla matka „správně“ vychovávat své dítě. Zatímco v českém pohledu předáváme obecně ustanovené společenské hodnoty, které jsou ale ve velké míře apropriovány na základě naší osobnosti (a na jejímž základě je pak předáváme dětem), v Japonsku existuje do určité míry konkrétní systém socializace, který učí děti společenskému systému hodnot, podle kterého funguje *celá* společnost víceméně *stejně*.

Zde narážíme na první náznak toho, jak nespojitelné oba kulturní systémy mohou být. Pro nás může být obtížné si vůbec představit rámcování našeho života jako součást lidského společenství do míry, jako je to v Japonsku. U nás máme tendence k lidskému společenství přistupovat jako jednotlivci, kteří tvoří společnost, zatímco japonské nastavení si můžeme představit jako snahu být společností, která se dělí na jednotlivce.

Celkově jsou společenské role zásadní součástí japonského kulturního systému. Názvy lidí z bezprostředního okolí a specifické chování podle konkrétní role, která toto oslovení provází, jsou mezi prvními slovy, které se japonské děti učí (Hendry 1986, 160). Aspekty hierarchie a fakt, že tato hierarchie platí podle typizovaných rolí pro všechny členy společnosti, je pak důležitou součástí předškolní a školní socializace dítěte (ibid., 163; 173).

Plně si tuto problematiku můžeme uvědomit právě na tom, co se v Japonsku po paní Darje požadovali. „Měla jsem se naučit identifikovat danou situaci a pochopit, co se ode mě

očekává“ (Darja Kawasumiová, osobní rozhovor, 13. února 2023). Tento kousek citátu je důležitý proto, že ukazuje na fakt, že Japonci jsou ve velké míře schopni identifikovat většinu životních situací víceméně *stejně* v rámci stejného kulturního systému, což při explicitní otázce potvrzuje i paní Kawasumiová. Toto je velmi zásadní kontrast k našemu prostředí, kde i lidé narození ve stejném městě, ve stejný den a ve stejné sociální pozici mohou mít problémy si rozumět. Alespoň v míře, v jaké jsou toho schopní Japonci. Japonský kulturní systém je ve své podstatě systém různých typických pozic a situací, které všichni lidé, kteří jsou jeho součástí, dokáží identifikovat, zaujmout, a vyřešit pomocí společensky uznávaných způsobů a pravidel. Tento systém je základem japonské socializace a jednotlivcům je vštěpován od útlého věku (Hendry 1986).

V tomto ohledu zmiňuje paní Darja něco, čemu říká „vlastní cenzura,“ kterou Japonci ovládají a praktikují. Japonský antropolog Harumi Befu v tomto ohledu popisuje japonský internalizovaný smysl pro rozpoznávání společenský situací (tzv. „gut feeling“) (Befu 1980 v Hendry 1986, 2). Je to ve své podstatě schopnost v rámci kulturního systému identifikovat kulturní propozice, vidět pohled druhé strany, a chovat se tak, abychom druhou stranu nepoškodili například urážkou. To se váže na samotný jazyk a způsob komunikace v Japonsku:

Můj muž si dlouhodobě stěžoval, že nejsem schopná tolerovat nebo chápat, co chce říct. Protože ideál japonské komunikace je, že člověk neříká ani podnět a ve větě se neudává, jaké je to číslo, zda jednotné nebo množné, a v podstatě řekne nějakou zkratku, velmi zkrácené sdělení. A tím, že žijí ve stejném světě, tak ten druhý rozumí té zkratce a nepotřebuje vysvětlení. Rozumí si, aniž by si toho moc řekli. Uhádnou, o čem je řeč. Kdežto já jsem vždycky chtěla, aby můj muž řekl větu s podnětem, a aby řekl jasně, co chce. Aby ano bylo ano a ne bylo ne.

(Darja Kawasumiová, osobní rozhovor, 13. února 2023)

Stejný svět Japonců, o kterém paní Kawasumiová mluví, je právě kulturní systém založený na komunitní orientaci. A ačkoliv tuto problematiku v této práci otevírá zejména paní Darja, z její velice intimní pozice, kdy byla součástí japonského rodinného života, střípky a náznaky tohoto systému můžeme vidět i ve zkušenostech jiných informátorů. Nejdůležitější je v tomto ohledu ovšem pohled druhé strany, který zde reprezentuje pan Itó, japonský ředitel JICC, při otázce na rozdíly mezi Japonskem a Českem:

Lidé v Japonsku potřebují méně slov ke komunikaci. Ale zde, v České republice, musím říkat věci jasněji, abych vyjádřil své myšlenky. Někdy udělám tu chybu, že předpokládám, že mi protějšek rozumí, ale někdy to

tak není *smích*. Takže se snažím říkat věci jasněji.⁴⁴

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Na jeho zkušenosti můžeme vidět absenci stejného kulturního základu, který umožňuje Japoncům mluvit ve „zkratkách,“ a stejně dosáhnout porozumění. Do jisté míry můžeme tento systém přirovnat k tajné šifře, která může být vytvořena na základě existujícího jazyka, kterému rozumí všichni zúčastnění, ale jen ti, kteří jsou zasvěcení do podprahového smyslu, který šifra obsahuje, rozumí jejímu celému sdělení. Tuto vlastnost japonského systému popisuje i má kolegyně Patricie Pastorová, která vystudovala japanologii na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy a v Japonsku více než rok žila, a která vnímá, že podstata japonštiny je v domýšlení si významu sdělení, a člověk musí vědět, co znamenají jednotlivé jazykové fráze v praxi, i když nemají stejný doslovný význam. Tento aspekt japonského jazyka je také známou problematikou lingvistické pragmatiky. Lingvistka Naoko Taguchi popisuje následující vlastnosti japonštiny – jedná se o velmi nepřímý jazyk, málokdy se vyjadřuje určitost. Například místo jasného záporu se řekne neurčitá fráze, aby se člověk vyhnul přímému odmítnutí. Části vět, které by mohly vyjádřit zápor nebo implicitně naznačenou nepříjemnou či podřízenou pozici druhého člověka, mohou zůstat zcela nevyřčeny (2008, 561). Japonština pak také obsahuje aspekty sociální hierarchie a pro cizince může být těžké poznat z kontextu, o kom se mluví v konverzaci. Celkově je „implicitní význam v japonštině zakódován v řadě lexikálních a syntaktických forem, a také skrze formulace vyjádření, které se používají pro vyjádření nejistot a nesouhlasu nepřímou cestou“ (ibid., 561, přeloženo).

Zde můžeme zmínit pohledy mnoha informátorů, kteří mluví o svých zkušenostech jakožto cizinci v japonském systému. Všichni, kteří se o této problematice zmiňují, se shodují na tom, že Japonci jsou tolerantní k cizincům, kteří tento systém neovládají, ovšem čím více cizinec umí jazyk nebo interaguje s jejich kulturními zvyky, tím více ho do svého systému „přijímají“ a tím více očekávají fungování podle stejných typizovaných pozic a pravidel. Patricie tento pohled rozšiřuje o důležitost systému rolí v Japonsku. Japonci jsou velmi tolerantní, pokud je člověk například v roli zákazníka, a může pak udělat chybu, kolik chce, ale pokud se nacházíme v roli kolegy nebo podřízeného, tak se tato tolerance rychle vytrácí. Patricie pak vnímá tento důraz na pozici jako nadřazený problematice toho, do jaké míry ovládneme jazyk, a můžeme tudíž vnímat jako nejzásadnější v této problematice určitou schopnost cizinců se aklimatizovat na kulturní systém Japonska, který klade důraz na

⁴⁴ Původní znění: People in Japan need fewer words to communicate, but here in the Czech Republic, I have to say things more clearly to express my ideas. I sometimes make the mistake of thinking that the opposition can understand me but sometimes it does not happen *laugh*. So, I try to say things more clearly.

identifikaci rolí a následné chování se podle této pozice.

Na této zběžné analýze japonského kulturního systému, zejména z pohledu cizinců, je možné vidět orientaci na kolektiv japonské společnosti. Při setkání s naším systémem zaměřeným na individualitu pak dochází k nedorozumění a kulturnímu šoku. Většina mých informátorů, kteří v nějaké podobě s Japonci interagovali nebo pracovali, zmiňuje jejich pro nás nepochopitelný důraz na některé věci, které jsou podle nás samozřejmé a často nepodstatné, a naopak jejich nezáměr o věci, které jsou pro nás zásadní. Zde bych rád argumentoval tím, že tyto zkušenosti jsou výsledkem spojení dvou do velké míry nespojitelných systémů, jejichž hlavní opozice je právě v zaměření na individualitu x kolektiv. Tyto situace nejsou výsledkem nepochopení jednotlivých aktérů, ale spíše odrazem odlišných kulturních systémů.

Důležité je také zmínit, že oba systémy mají svá pozitiva i negativa. Hezky to vyjadřuje pan Hýbl:

Když řeknete Čechovi udělej tohle a tohle, tak se vás zeptá proč. Když to řeknete Japonci, tak se vás zeptá do kdy. Oboje má svá pro a proti. To, že bezmyšlenkovitě plníte to, co vám bylo řečeno, vede k ohromným problémům, těžko se vede nějaká inovace, na druhou stranu to ušetří spoustu času a práce, a když jde [zadání] dobrým směrem, tak je to velice efektivní. Když jde špatným směrem, tak nemáte zpětnou vazbu, nemáte záchrannou brzdu, která vás upozorní, že děláte blbost, protože všichni to udělají tak, jak jste jim řekli. [Na druhou stranu,] to „proč“ je skvělé, protože máte možnost se zamyslet nad tím, jestli to, co chcete dělat, má smysl, ale když je to třicáté „proč“ za třetí pracovní hodinu, tak vám to leze krkem.

(Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023)

Nelze tedy jednoznačně říct, že některý ze systémů je lepší nebo horší. Oba jsou odlišné a vhodné i nevhodné pro určité situace a cíle. Rozdílnost českého a japonského kulturního systému ale neznamená, že jsme odsouzeni k tomu si pouze nerozumět. Nejlepším testamentem vzájemného kulturního srozumění obou zemí je porozumění humoru divadelního žánru *kjógen* v prostředí, které je od originálního použití vzdálené 9000 kilometrů a 650 let.

Mezi Japonskem a Českem jsou také rozdíly, které nesouvisí explicitně s linií individua x kolektiv, ale mohou jí být ovlivněné. Zde můžeme mluvit například o odlišné estetice nebo o důrazu na jiné momenty a příběhové tropy v rámci literatury, mangy či anime. Nesnažím se zde tvrdit, že každý aspekt Japonska a jeho kulturního systému přímo odráží jeho orientaci na kolektiv. Snažím se ovšem říct, že je tento prvek tak zásadní a rozšířený, že při zkoumání jakýchkoliv dílčích aspektů Japonska jej musíme mít na paměti.

V tomto ohledu zbývá zmínit jedno unikátní specifikum Japonska, které bezpochyby působí jako významný spojující prvek celého kulturního a společenského systému. Tímto prvkem je existence japonské císařské rodiny. Problematice významu císaře pro japonské pojetí národa a společnosti se podrobně věnovala například právě Benedictová v *Chryzantémě* (1947). Proč ale považuji za důležité jej zde zmínit je odpověď pana Itó na otázku, co si představí, když se řekne Japonsko:

Myslím, že Japonsko má svou unikátnost v existenci císařské rodiny. Od založení Japonska, to je i s mytologií, ale císař existuje od té doby až do dnes. Tím pádem, když se podíváme na historii Japonska, v jejím středu je vždy historie císařské rodiny. Takže to je, co mi přišlo na mysl. Pro mě, bez císařské rodiny nemůžeme přemýšlet o Japonsku.⁴⁵

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Pokud nemůžeme uvažovat o Japonsku bez císařské rodiny, je myslím bezpečné předpokládat, že má její existence velký vliv i na japonské uvažování o společnosti a kolektivu, a může proto být jedním z kořenů, které umožnili vytvoření japonského kulturního systému v jeho orientaci na společenství.

V rámci této pasáže jsem se pokusil představit analýzu základních vzorců, které se objevují v pohledu zejména Čechů na Japonsko, jeho kulturu a specifika. Tento systém samotný ovšem prošel a prochází velkými změnami s příchodem globalizačního procesu, který umožňuje setkávání Japonska se světem za jeho hranicemi. Každá generace Japonců má více možností z prostředí japonského systému vycestovat a uvědomit si, že to není jediný způsob společenského uspořádání. Jelikož ačkoliv tento systém umožňuje a rámcuje mnoho kulturních specifík Japonska jako je přístup k práci,⁴⁶ odpovědnost ke společnosti nebo striktní hierarchická struktura, v rámci setkávání se se světem mimo tento systém se může u Japonců objevovat tendence tvořit více individuální identitu mimo orientaci na kolektiv, po vzoru jiných společností. Stále více lidí se pak snaží uniknout z japonského systému, který na jednotlivce vytváří silný tlak, který pociťují tím více, čím více se cítí jako jednotlivci. To může vést k tendencím lidí Japonsko opouštět, nebo se před ním zavřít v útrobách svého domova (například Nakamura et al. 2004 nebo Chaochu 2019), což je fenomén, pro který

⁴⁵ Původní znění: I think what Japan has as its uniqueness is the existence of the Imperial family. Ever since its foundation, that is including myth, but Emperor exists since then and it continues until today. So, when we see the history of Japan, there is always the history of the Imperial family at the center. So that is what came to my mind. For me, without it, we cannot think about our country.

⁴⁶ William G. Ouchi například popisuje vliv japonského kulturního systému na jeho ekonomický rozvoj. Podle něj japonský přístup k plnění povinností kvůli osobní cti kulminuje ve výrazně produktivní pracovní morálce, která se vyznačuje velkou mírou sounáležitosti s firmou, aktivním budováním firemní kultury a pojetím lidí jako lidských bytostí místo pouhé pracovní síly. Tento typ pracovního ekonomického nastavení pak dává do kontextu k jiným světovým přístupům (1981).

mají Japonci i vlastní slovo – *hikikomori*.⁴⁷ Tyto proměny vnímání kulturního systému ze strany jednotlivců vedou nutně k proměnám samotného systému, a v dnešní době mnoho japonských firem upouští od různých praktik, které definovaly starší generace. Například společenské očekávání, že podřízený odchází z práce až po odchodu nadřízeného.

Tato analýza není v žádném případě zevrubný popis japonského kulturního systému, jeho specifik, praktik nebo vztahu s lidmi, kteří jsou jeho součástí. Je to spíše zběžný pohled na základní vzorec, který definuje většinu českých zkušeností s Japonskem, se kterými jsem se v rámci výzkumu setkal. A právě proto jej považuji za důležité zmínit, jelikož je ze své podstaty rámcem, který ohraničuje japonskou kulturu, její prostor u nás, a i její další aspekty, kterým se budeme dále věnovat – autenticitu a idealizaci. Také není záměrem této práce analyzovat proměny samotného systému na základě globalizace a společenského vývoje. Globalizace je ovšem pro japonskou kulturu a pro tuto práci významným procesem. V následující pasáži se proto podíváme na to, jakými způsoby se k nám japonská kultura vůbec dostala, a jakou roli v tom mohl globalizační proces hrát.

2.1.2. – Export sakur – Šíření japonské kultury

Než se začneme bavit o specifikách šíření japonské kultury po světě a u nás, musíme se podívat krátce na globalizační proces, který jsem zmínil v předchozí pasáži. Ted C. Lewellen definuje globalizaci jako „zvyšující se proud obchodu, financí, kultury, idejí, a lidí, zapříčiněný sofistikovanou technologií komunikací a cestování, a celosvětovým rozšířením neoliberálního kapitalismu“ (Lewellen 2002, 7). Studia globalizace se obvykle zabývají převážně ekonomickými aspekty tohoto procesu, nicméně my se v rámci této práce podíváme primárně na aspekty šíření kultury, idejí a lidí, a na vliv technologií, které toto šíření umožňují. To ovšem neznamená, že ekonomické aspekty nejsou přítomny. Málo co na světě je tak velkou motivací k technologickým pokrokům a globálním propojením jako ekonomický zisk. Ačkoliv se tedy na tento aspekt globalizace nebudeme zaměřovat přímo, nesmíme zapomínat, že je vždy nedílnou a významnou součástí procesů, o kterých budeme mluvit.

Podstatný je také fakt, že globalizace není pouze globální proces. Jak tvrdí Lewellen, globální, regionální a lokální je vždy do jisté míry spojené, a globalizace je nejužitečnější

⁴⁷ *Hikikomori* je společenský jev s původem v Japonsku, kdy se jednotlivci, zejména mladší generace, vyhýbají interakci s lidskou společností po dobu delší než šest měsíců. Konkrétní doba, forma a důvod takového dobrovolného odloučení od společnosti se různí případ od případu, ale v Japonsku je tento fenomén často asociován s velkým společenským tlakem na jednotlivce.

jako další úroveň analýzy, spíše než jako zcela nové zaměření (ibid.). Podobně se Arjun Appadurai zaměřuje na interakci globálních kulturních forem s lokální kulturou (1990). Globalizace se tedy neprojevuje jen na globální úrovni, ale též jako „lokální a regionální adaptace a odpor ke [globalizačním] proudům“ (Lewellen 2002, 7, upraveno). Na takové lokální adaptace se podíváme více v kapitole o autenticitě japonské kultury u nás. Předtím ale prozkoumáme to, jakým způsobem se k nám vůbec dostala, a jak je to s jejím rozšířením.

Při otázce „Proč si myslíte, že je japonská kultura tak rozšířená po světě, potažmo u nás?“ se mi často dostalo odpovědi, že není až tak rozšířená. To pro mě bylo překvapivé, jelikož mám často v každodenním životě pocit, že se s ní setkávám skoro na každém kroku. Tato interakce odkrývá zajímavý aspekt japonské kultury u nás. Je totiž rozšířená hodně i málo. Pokud si vezmeme jednu její výseč, například oblečení nebo sushi, může se nám zdát, že proti jiným kulturním vlivům tolik rozšířená není. Západní vlivy u nás mohou být více přítomné. Pokud se ovšem podíváme na japonskou kulturu celkově, objevíme poměrně mnoho věcí, které máme už natolik internalizované, že je na první pohled s Japonskem neasociujeme. Zde se zaměříme zejména na definici pojmu kultura jakožto souboru fyzických i metafyzických vlivů a proudů, které mají svůj původ v Japonsku, a pohybují se aktivně v našem prostředí. Tím se nám otevře pohled na skutečný rozsah japonské kultury u nás. Objevíme totiž japonské technologie. Kolik z nás každý den přijde do kontaktu s produkty firem Sony, Panasonic nebo Mitsubishi? Kolik z nás drželo a používalo ve svém životě věci jako Playstation či Walkman nebo jelo autem značky Toyota?

Při otázce na japonskou kulturu máme tendence vnímat věci, jako anime, sushi nebo *kimono*. A zatímco i tyto aspekty kultury se u nás v poslední době šíří stále více, technologické proudy japonské kultury jsou u nás přítomné natolik, že máme tendenci zapomínat, že jsou japonské. Zde lze samozřejmě namítnout, že technologie nejsou primárně součástí toho, co považujeme za kulturu per se. Je zde ovšem důležité je brát jako součást japonské kultury pro otázku jejího rozšíření. Japonsko je jeden z největších investorů v České republice, a ekonomický zájem má tendence urychlovat globalizační proces a s ním i šíření kultury. Kvůli velkému rozšíření japonských technologií k nám více jezdí japonští pracovníci a Japonsko se více objevuje v povědomí našich občanů. S technologiemi rozšíření japonské kultury začíná.

Zde narážíme na další vlivy šíření kultury. S postupem globalizace dochází k většímu prolínání jednotlivých národností. Nejsou neobvyklá česko-japonská manželství. Není neobvyklé potkat japonské turisty v Česku, a mnoho Čechů do Japonska jezdí, chystá se na to, nebo o tom sní. Můžeme také vidět určité paralely mezi japonskou a českou kulturou,

které občas moji informátoři zmiňují. Porozumění humoru, o kterém jsme se bavili u Divadla kjógen, a které například v Americe takový úspěch podle pana Hýbla nemělo (on-line rozhovor, 16. března 2023). Pan Suk pak vnímá podobnosti mezi našimi a japonskými tradičními pohádkami, a postavami, které se v nich objevují (on-line rozhovor, 18. ledna 2023). Podobný názor na mezikulturní porozumění má i pan Itó:

Japonská kultura poukazuje na něco, co máme společné, jako filozofii. Zejména například v bojových uměních. Takže ačkoliv může pocházet z Japonska, filozofie toho, co se z této kultury můžeme naučit, není cizí ani Čechům, ani zbytku světa. Oni si také myslí, že se z japonské kultury mohou něco naučit.⁴⁸

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Přesto lze ovšem namítnout, že Japonců v Čechách tolik není, a že oproti západním vlivům zde ty japonské natolik rozšířené nejsou. Francouzská kuchyně nebo americká kinematografie se těší v Čechách pravděpodobně větší pozornosti než jejich japonské protějšky. Ať už máme jakýkoliv pohled na problematiku toho, zda se japonská kultura nachází v Česku mnoho, nebo málo, důležitým rozměrem pro její šíření je fakt, že je lépe vidět než její západní „konkurenti.“ Japonsko je díky své geografické poloze pro nás vzdálenou zemí, a na základě svých historických a kulturních kořenů jsou pro nás jeho součástí na první pohled exotické:

K. Poskočilová – Nemyslím si, že je [japonská kultura] extrémně rozšířená, ale je spíše hodně vidět. Když půjdete na festival francouzské gastronomie, tak všude uvidíte francouzské vlajky, a třeba někoho, kdo má na hlavě baret. Ale když půjdete na festival japonské kultury, tak pravděpodobně uvidíte několik lidí v kimonech, oblečené pejsky a fáborky. To, co je v Japonsku typické.

Autor – Takže máte pocit, že je Japonsko rozšířené spíš svojí exotičností, která je vidět na první pohled?

K. Poskočilová – Ano. Je to tak, protože kamkoliv po Evropě se dostanete velmi snadno, zaletíte si na víkend do Paříže a není to problém, protože je to blízko. Ale Japonsko, jak je vzdálené, tak se pro mnoho lidí stane takovou modlou a ikonou. A právě cokoliv je asijského, tak je hodně barevné, a [například] bubnování je hodně hlučné, a je prostě více vidět a více na sebe ta kultura upozorňuje.

(on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

⁴⁸ Původní znění: Japanese culture introduces something we have in common, like a philosophy. Especially maybe in martial arts. So, it may be originated from Japan, but the philosophy of what we can learn from those cultures, are not exotic to Czech people or to the rest of the world. They also think that they can learn something from Japanese culture.

Na tomto citátu můžeme vidět, že setkání s na první pohled odlišným kulturním prostředím od toho, na které jsme zvyklí a které je nám blíže, vede k tendenci vnímat japonskou kulturu více, čímž nám může snadněji uvíznout v paměti a získáme dojem většího rozšíření, než jaké ve skutečnosti v poměru k jiným kulturám může být. Paní Poskočilová také pojmenovává vliv vzdálenosti Japonska na tendence jeho idealizace. Na tuto problematiku se podíváme blíže v kapitole 2.3., a problematice vzdálenosti a exotičnosti Japonska se budeme více věnovat níže. Nyní se pojďme zaměřit na největší urychlovač globalizačních proudů kultury a idejí – internet.

O velkém vlivu internetu na propojování lidí na globální úrovni nemůže být pochyby. Appadurai vnímá vliv masových médií jako nejdůležitějším faktorem pro šíření kulturních vzorců (1990), a internet je v tomto ohledu králem. Pro naše potřeby umožňuje mnohem větší interakci s Japonskem a japonskou kulturou. Můžeme se kdykoliv podívat na fotky japonské přírody nebo architektury. Pokud narazíme na pojem nebo jev, kterému nerozumíme, můžeme si jej snadno vyhledat. Díky internetovým obchodům máme možnost interagovat s produkty, které jsou zpravidla dostupné pouze v Japonsku. A můžeme se spojovat s lidmi, kteří mají stejný zájem, nebo pochází z prostředí, které nás zajímá. To vše z pohodlí našeho domova, anebo kdekoliv jinde se nacházíme pomocí mobilů a notebooků. To nás přivádí k nejdůležitějšímu aspektu internetu pro tuto práci. Zejména v posledních deseti letech se jeho dostupnost velmi rozšířila. Z jednoho počítače na domácnost máme dnes možnost připojit se k síti kdykoliv a kdekoliv, a tato možnost je přístupná i dětem a mladým lidem. Moji mladší informátoři popisují rozdíl v přístupu k internetu u svého dětství a u dětství svých mladších sourozenců (Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023). Tato dostupnost napomohla jednak k většímu rozšíření informací o Japonsku, ale zejména také k rozšíření a normalizaci sledování anime, které je zásadním proudem japonské kultury pro její šíření, a branou do světa zájmu o Japonsko pro množství lidí. Na problematiku šíření anime se podíváme blíže.

Anime jako asi nejpobulárnější součást japonské moderní kultury, a její nejznámější aspekt za hranicemi Japonska, má velký vliv na její šíření po světě, potažmo v České republice. Ačkoliv jsme v kapitole o anime komunitě viděli, že tuto zábavu provází, nebo spíše provázelo, určité stigma, v dnešní době je aktivita sledování anime mnohem více normalizovaná. Ještě větší normalizaci konzumace anime napomohlo rozšíření streamovacích služeb, jako je *Netflix*, které mohou lidé sledovat nejen na počítači, ale také na televizi, a které anime stále ve větším měřítku nabízí. V tomto ohledu můžeme hledat

ještě větší nárůst zájmu ve vlivu nedávné pandemie koronaviru, kdy byli lidé po delší dobu zavření doma a mohli hledat nové způsoby, jak trávit tento čas. Nabídka anime na populární streamovací platformě se mohla stát odrazovým můstkem pro tento typ zábavy i pro lidi, kteří by k ní jinak přirozeně přístup neměli. Anime pak má několik konkrétních specifik, která napomáhají jeho šíření, a tím také šíření japonské kultury.

Je v tomto ohledu specifické zejména jeho jednoduchostí pro šíření. Jednotlivé díly seriálů mívají kolem 20 minut, je proto poměrně jednoduché k nim přidat titulky a vypustit je pro konzumaci českými fanoušky. V dnešní době je díky internetu možné anime sledovat u nás s českými, nebo alespoň anglickými, titulky už v den vydání v Japonsku. Například David z anime komunity popisuje vliv rozvoje technologií na stoupající tendenci rozšiřování anime po světě:

Autor – Takže podle toho, co říkáš, tak šíření a zlepšování technologií přispělo i šíření kultury anime?

David – Já bych řekl, že rozhodně. Tam ti odpadá takových starostí a zbytečných nákladů. V podstatě jen zaplatíš licenci a tím je to pro tebe konec. Zaplatíš licenci a dostaneš produkt okamžitě. Nemusíš čekat až ti to za měsíc, za půl roku, za rok dovezou. Nemusíš to předabovat nebo s tím cokoli dělat. Když to vezmu takhle jakoby globalizací, tak podle mě ta všeobecná globalizace internetu a serverů, a celkově odklánění od fyzických nosičů tomu pomohla neskutečně. A s tím souvisel i vývoj technologií. Bez výkonného hardwaru, bez lepších softwarů by to taky nešlo udělat. Aspoň ně tak efektivně, a simultánně.

(on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

David trefně popisuje postupný rozvoj globalizačního procesu a jeho vliv na šíření kultury a idejí po světě. A ačkoliv v tomto případě je tento rozvoj prezentován jako pomoc distribuce japonské pop kultury, stejně dobře může napomoci i rozšíření dalších kulturních aspektů v podobně například dokumentů o Japonsku nebo o konkrétních uměních jeho tradiční kultury.

Anime samotné pak má velký potenciál pro efektivní šíření, protože kategorie tvorby, kterou označujeme jako anime, je velmi různorodá:

V anime tvorbě si najde člověk všechno, co si usmyslí. Chceš sportovní anime? Najdeš sportovní anime. Chceš taneční anime? Najdeš taneční anime. Chceš anime o zpívání? Máš anime o zpívání. Chceš anime z vysoký? Máš anime z vysoký, ze střední, ze základky. Je to úplně jedno! Chceš dobrodružný, chceš ve virtuální realitě? Všechno tam najdeš.

(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

Japonská animovaná tvorba je dále specifická svou „uvěřitelností.“ Čínský vědec Xiang Chaochu se zabývá japonskou otaku komunitou pohledem antropologie animace. Popisuje, že anime má v Japonsku silný sociální základ a velký kulturní vliv, který je

umocněn faktem, že se k němu japonská vláda staví pozitivně a bere jej jako aktivní součást propagace Japonska v rámci zahraniční politiky. U anime jako takového pak mluví o jeho „super-autenticitě.“ Japonská animovaná tvorba se snaží o prezentaci detailů skutečného světa, jako je geografie, politická ekonomie, nacionální cítění, hierarchický řád, etiketa a mezilidské vztahy. Dalším důležitým aspektem anime je důraz na emoční vyjádření a charakterizaci postav, spolu se zevrubným popisem komplexních vnitřních pochodů. Tyto aspekty vytváří velmi realistický podklad příběhů a světů i v rámci sci-fi nebo fantasy anime (2019). Animovaná tvorba, kterou čeští fanoušci konzumují, je tedy ve velké míře reprodukcí samotné japonské reality, což je důležitý aspekt nejen pro problematiku autenticity a idealizace, ale může také utěšovat poptávku po náhledech do japonské kultury. Velká kvalita a realistická ukotvenost anime mohou tedy být významnými faktory pro jeho šíření.

Anime má v našem prostředí navíc aspekt srozumitelnosti pro mladé lidi a nabízí možnost ztotožnění se s hrdiny příběhů. Hintzu tuto problematiku popisuje na srovnání s americkou komiksovou tvorbou o superhrdinech, což je další populární fenomén pro mladé lidi:

Japonská manga [a anime] nám nabízela věci, na který jsme tu nebyli zvyklí. Spousta tvrdý práce na to, aby to mohl člověk někam dotáhnout, v porovnání s americkými superhrdinskými komiksami. Tam v podstatě jedinej, kdo nám přišel pocitově bližší, tak byl Spiderman, kterej měl spoustu vlastních problémů, a to ostatní pro nás bylo hodně odtržený, protože to byli v podstatě dospělí chlapi. A tady máš najednou plnou kulturu středoškoláků. Měl jsi devadesátky a koukal jsi na animovaný příběhy středoškoláků, který mají nějaký [problémy], mají nějaký řád, musí chodit do školy, musí se učit, a vedle toho tamhle přišel *Evangelion*⁴⁹ a Shinji⁵⁰ vlezl do robota a šel zachraňovat svět. Spoustě lidem to najednou přišlo mnohem bližší a hrozně čerstvý.

(on-line rozhovor, 16. února 2023)

Velká žánrová různorodost, super-autenticita a větší blízkost zobrazovaného prostředí pro mladé lidi vedou k většímu a hlubšímu zájmu o tuto zábavu. Mimo fakt, že anime samotné je součástí japonské kultury, je pro naši argumentaci důležité to, že anime samo Japonsko a japonskou kulturu do velké míry zobrazuje (Chaochu 2019). Umožňuje nám setkat se s japonským kulturním systémem, s japonskou architekturou, společností, anebo právě tradiční kulturou. V tomto ohledu se pak anime může stát odrazovým můstkem pro hlubší zájem o japonskou kulturu pro lidi od útlého věku až do dospělosti, jak bylo zmíněno už v kapitole o anime komunitě.

⁴⁹ *Neon Genesis Evangelion*. Populární anime z roku 1995.

⁵⁰ Hlavní hrdina *Evangelionu*.

Co se pak týče šíření tradiční kultury jako takové, největších úspěchů dosahují bezesporu bojová umění a kulinářství.⁵¹ Karate, džudo, ale i další méně známé bojové sporty jako *aikidó* nebo *kendó* jsou zdrojem setkání s japonskou kulturou pro mnoho lidí v našem prostředí. Specifika japonské kuchyně jako sushi pak zná skoro každý, a v dnešní době je možné na ně narazit nejen ve specializovaných restauracích, ale sushi boxy prodávají také velké obchodní řetězce, nebo je možné je objednat pomocí služeb, jako je *Wolt* či *Foodora*. Kromě sushi roste v našem prostředí zastoupení dalších částí japonské kuchyně, jako je ramen. Posledním faktorem v šíření japonské kultury, na který se zde podíváme, je její exotičnost a vysoká kvalita, kterou moji informátoři vnímají, a o které jsem se zmínil výše.

Kromě vizuální odlišnosti je japonská kultura ze specifík svých geografických, kulturních a historických kořenů často pro české prostředí tajemná. To bylo možné vnímat nejvíce v minulosti před nástupem internetu, ať už v existenci Česko-japonské společnosti, která sdružovala množství lidí s tímto zájmem, nebo v cestopisech z přelomu 20. století od Joe Hlouchy nebo Barbory Eliášové, na které se blíže podíváme v kapitole o idealizaci.

V dnešní době pak díky internetu a lepší dostupnosti informací mohou být některé aspekty Japonska méně tajemné, ale díky větší obeznamovanosti lidí s dříve skrytými částmi této země se mohou objevovat nové problematiky, které punc tajemnosti Japonska u nás udržují. Příkladem budiž třeba lepší informovanost o japonské mentalitě, která je, jak jsme viděli výše, u nás často těžko pochopitelná. Japonsko jako takové má pak tendence se světu trochu uzavírat, což ukazuje nejen jeho historie, ale také politika v době pandemie, kdy bylo zcela uzavřené pro cestování po dlouhou dobu. Tato uzavřenost pak může auru tajemna a exotična země dále posilovat, a tato exotika, a tajemno, může být pro lidi z našeho prostředí přitažlivá.

Poslední problematikou pro šíření kultury je její kvalita. Mnoho z mých informátorů vnímalo kvalitu japonské kultury jako jeden z primárních důvodů pro její šíření. Takto to popisuje například pan Hýbl:

[Japonská kultura je] na takové úrovni, že když se s ní potkáte a ani o ní nic nevíte, tak vás do nějaké míry osloví. [...] A co je jinak rozšířeno po světě? Víno. Italské, francouzské víno, znají to všichni, ochutnáte to a pijete to, protože vám chutná, ne proto, že byste chtěl mít interakci s francouzskou nebo italskou kulturou. Po světě je rozšířená pizza. Proč?

⁵¹ Tento výčet je pouze odrazem informací, které vzešly z výzkumu. Pro podrobnější přehled ohledně nejen šíření japonské kultury v ČR doporučuji *Okno do staletí česko-japonských vztahů (2020)*. Tento sborník vydaný Česko-japonskou společností, a editovaný význačnou českou japanoložkou Helenou Honcoopovou obsahuje mnoho příspěvků významných osobností okolo japonské kultury v našem prostředí. Věnuje se „historii vztahů mezi Japonskem s českými zeměmi, zachycuje nejen první vzájemné kontakty, ale také vzájemný kulturní vliv a řadu osobností, které se zasadili o Japonsko v Čechách a Čechy v Japonsku. Středobodem příspěvků je Česko-japonská společnost, její vývoj a osobnosti“ (E-shop Japan.cz 2023).

Protože lidem chutná. V podstatě, když jde o něco, co je dobré tak, že to poznáte, aniž byste to musel studovat, tak to má potenciál se rozšířit i mimo danou zemi. Japonská kultura je v mnoha takových aspektech natolik jedinečná, a natolik dobrá, že prostě dokáže lidi oslovit.

(on-line rozhovor, 16. března 2023)

Důležitost kvality vnímá i pan Itó:

Věci, které jsou považovány za japonskou kulturu mají kvalitu. Například anime a manga, i kdyby nebyly japonské tak mají vysokou kvalitu, jsou dobře udělané.⁵²

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Na těchto příkladech lze vidět, že pro mnoho lidí nemusí být podstatné ani tak kulturní kořeny kulturních atributů, jako spíše jejich kvalita sama o sobě. V tomto si můžeme vzpomenout na problematiku Japonska zastřeného z první části práce. Na druhou stranu, někteří lidé pak vyhledávají tyto atributy právě kvůli jejich kulturním kořenům:

Přijde mi, že jsou lidi, kteří jsou schopní nakoupit úplně všechno, jen proto, že tam [je] něco napsané japonsky. A člověk si neuvědomí, že tady to stojí pětkrát víc, ale je to japonský, tak to chci. A takový lidi jsou, a já jsem to dělala taky.

(Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023)

Celkově jsme v této pasáži analyzovali procesy a faktory, které v našem prostředí napomáhají šíření japonské kultury, na které jsem v průběhu výzkumu narazil. Některé z nich, jmenovitě kvalita a exotičnost kultury, nás ovšem upozorňují na historický kontext kulturních kořenů, které pro nás budou důležité nejen tady, ale také v následujících kapitolách o autenticitě a idealizaci. V následující části se proto podíváme na některé historické aspekty Japonska, které vedly k produkci atributů kultury v jejich současné podobě.

2.1.3. – Staletí izolace – Kvalita a exotika japonské kultury

V průběhu kapitoly jsme etablovali, že čeští nadšenci vidí japonskou kulturu jako kvalitní, a že je pro naše prostředí exotická. Ale k lepšímu pochopení toho, jak exotičnost a kvalita fungují, a proč tomu tak je, se nyní podíváme na významné období v japonské historii, které ač pravděpodobně nebylo důvodem vzniku mnoha atributů, které dnes s japonskou kulturou asociujeme, tak mělo minimálně velký vliv na jejich současnou podobu.

⁵² Původní znění: The things that are introduced as a Japanese culture have quality. Like anime and manga, even if it was not Japanese, it has high quality and is well created.

Období, o kterém mluvím je éra šógunátu Tokugawa, které se vyznačuje naprostou izolací Japonska od zbytku světa. Toto období můžeme časově ohraničit roky 1603-1868. Před ustanovením šógunátu bylo Japonsko rozděleno na mnoho menších válčících knížectví a nacházelo se ve stavu neustálé občanské války. Po jejich sjednocení pod vlajkou Iejasu Tokugawy nastala tzv. éra Edo, kdy přibližně 250 let byla společnost rozdělena do přísného kastovního systému a zahraniční politika byla pevně v rukou šóguna. Mimo malá setkání s jinými státy a etniky bylo Japonsko prakticky po celou dobu zcela uzavřeno vnějším vlivům až do jeho otevření komodorem Perrym, což odstartovalo období reforem Meidži (Reichschauer, Craig 2009). Pro naše potřeby zcela postačí tento zjednodušený popis historického kontextu. Benedictová (1947) na základě tohoto období přinesla teorie o vzniku japonského kulturního systému, jehož některé aspekty jsme si popsali výše a například Ariga (1950) tyto závěry dále osvětlil z japonského pohledu. V rámci této práce je toto období ovšem důležité z jiného důvodu.

Na nejvyšší příčce kastovního systému Japonska tohoto období byla samurajská šlechta, která v předchozím válečném období sloužila jako elitní armáda. Se sjednocením Japonska a ustanovením šógunátu ovšem přišel mír a jejich schopnost válčit již nebyla potřeba. Na druhou stranu, samurajům bylo z jejich pozice v kastovním systému přísně zakázáno pracovat (Benedict 1947). To vedlo, mimo mnoha ekonomických a politických problematik, které jsou popsány v *Chryzantémě* (ibid.), k tomu, že samurajové museli najít jiné způsoby vyplnění svého času, než bylo válčení nebo práce. Pan Hýbl tuto problematiku popisuje následujícím způsobem:

Pres 200 let [po sjednocení] žilo [Japonsko] svým unikátním kulturním vývojem. Měli čas, potřebovali bavit samuraje, potřebovali jim dát nějakou činnost, když nebyly války, takže tam vzniklo několik neuvěřitelných věcí. Divadlo *nó*, divadlo *kjógen*, čajový obřad a další. To bylo hnáno potřebou vytvořit hodnotnou intelektuální zábavu nebo aktivitu pro velice vzdělané publikum. Což byli samurajové.

Takže díky tomuhle vývoji, a díky tomu, že zde dochází k nepřerušené tradici předávání poznatků generace minulé generaci následující, která to v dobrém případě vezme jako výchozí bod a dál na kultuře pracuje a vylepšuje ji, tak to je něco, co nenajdeme nikde na světě. Ať už se podíváme na Čínu, na Koreu, nebo kamkoliv jinam, které by měly být zdánlivě podobné, tak tam je tahle touha po dokonalosti vždycky přetnutá nějakou změnou, [například] změnou režimu, ale v Japonsku, co se týče hereckých nebo básnických rodů, ty opravdu jdou 400-600 let do historie a jsou kontinuálně udržované. Tahle historická zkušenost je neuvěřitelně cenná, a to je na Japonsku unikátní.

(on-line rozhovor, 16. března 2023)

V tomto citátu je několik analytických linií, na které se musíme podívat blíže. První z nich je naznačované období tvorby a zdokonalování tradičních japonských umění pro vyplnění času samurajů, kteří se těmto uměním sami často věnovali a zasvětili svůj život jejich

zkvalitnění. Druhá linie je možnost zcela kontinuálního vývoje kultury bez vnějších vlivů a bez přerušení válečným obdobím. Právě na tomto aspektu můžeme vidět základy exotičnosti japonské kultury. Je velmi specifická z důvodu toho, že se měla možnost po dlouhou dobu vyvíjet zcela bez interakce s vnějšími vlivy, což je něco, což většině kulturám na světě nebylo dopřáno. V neposlední řadě je pak zásadní, že je to něco, co odlišuje Japonsko od jeho nejbližších sousedů, kteří mají často s Japonskem podobný kulturní základ.

Co se pak týká kvality kultury, vzpomeňme si na vlivy odpovědnosti a komunitního nastavení společnosti japonského kulturního systému, které má za následek snahy japonských lidí dovádět věci, které dělají do co nejlepšího stavu. Můžeme si pak snadno představit důvod, proč se japonská kulturní umění, která v období Edo vznikla, nebo jím byla ovlivněna, vyznačují vnitřní inherentní vysokou úroveň, když měla možnost nepřerušovaného vývoje v tomto kulturním prostředí, a v historickém období, kdy se jim mohli vzdělaní lidé plně věnovat.

Oba tyto aspekty japonské kultury jsou dále posíleny japonským přístupem k tradicím. V Japonsku je stará kultura velmi vážená a respektovaná, většina tradic je udržována v živé podobě dodnes. Kjótský festival Gion například v roce 2019 oslavil výročí 1150 let od jeho vzniku a po většinu této doby probíhal pravidelně každý rok (Teeuwen 2021). Součástí měst jsou staré svatyně a chrámy, které nejsou připomínkou doby minulé, jako v našem prostředí, ale které jsou stále aktivní součástí lidského života. Japonsko se vyznačuje nebyvalou schopností koexistence staré kultury se svým moderním nástupcem, který z ní do jisté míry vychází. Nejlepším důkazem udržování tradic jsou pak každoměsíční japonské svátky, a symbolická japonská filozofie obsažená například v čajovém obřadu nebo bojovém umění, kterou pan Itó vnímá jako spojnicí se světem mimo Japonsko. V neposlední řadě je japonský systém schopný spojovat zdánlivě nespojitelné věci. To můžeme vidět třeba na jejich přístupu k náboženství, kdy vedle sebe relativně bez problémů koexistuje šintoismus s buddhismem. Pan Kohout vidí největší kulturní sílu Japonska v jeho schopnosti přijímat nové věci a přidávat je do bezproblémové syntézy s těmi, které už mají (osobní rozhovor, 10. května 2022)

Tyto skutečnosti vedly k produkci specifické a pro nás exotické kultury, která se mohla vyvíjet dlouhou dobu bez vnějších vlivů, a která je zároveň generacemi lidí oddaných dokonalosti dovedena do vysoké úrovně, kterou lze vnímat, i když o samotné zemi příliš nevíme. Tato kultura pak dostala díky prostředí, ve kterém se vyvíjela, možnost být alespoň v částečné podobě kontinuálně předávána až do dnešní doby. A toto je zásadní část historicko-kulturního základu Japonska s chrámy, kimony, čajovým obřadem a barvitými svátky, které si většina lidí představí, když se jich zeptáme na japonskou kulturu.

V rámci této kapitoly jsme se zabývali různými aspekty, kterými se japonská kultura v našem prostředí vyznačuje. V poslední pasáži se podíváme na to, jakým způsobem se s ní pak čeští občané mohou setkat.

2.1.4. – *Pokémon*, Playstation a karate – Setkání s Japonskem

Každého z informátorů, se kterými jsem dělal rozhovory (kromě pana Itó) jsem se zeptal, zda si vzpomenou, kdy a jakým způsobem se poprvé setkali ve svém životě s Japonskem. Zde v tuto chvíli nebudeme tyto zkušenosti vyjmenovávat, ale pokusíme se spíše představit vzorce a srovnávací linie, v jejichž rámci se Čechům může setkání s Japonskem zprostředkovávat.

První z takových linií je nám známá linie moderní x tradiční kultura. Zatímco drtivá většina lidí se s japonskou kulturou setká primárně skrze anime, což představuje moderní linii, jsou také tací, kteří poprvé poznají Japonsko v rámci nějakého tradičního umění, zpravidla bojového. K moderní linii lze pak kromě anime přidat i jinou japonskou tvorbu jako hrané seriály nebo filmy. Tyto dva způsoby setkání s Japonskem lze do určité míry kategorizovat i podle věku, protože starší lidé mají tendence se s Japonskem setkávat více v tradiční linii, jelikož moderní v jejich dětství ještě nebyla tak rozšířená jako dnes.

V tomto ohledu je pak zajímavé rozlišovat mezi setkáním zcela prvním, a setkáním vážnějším. To je případ například pana Kohouta, který sice poprvé s japonskou kulturou interagoval skrze anime, ale pak ve věku 15 let vyrazil s rodinou přímo do Japonska, tudíž jeho vážnější kontakt s Japonskem byl v rámci cesty tam. Naopak u paní Kawasumiové přijelo Japonsko za ní, když sice v dětství měla setkání s technologickými produkty firmy Panasonic, ale hlubší kontakt byl až při setkání s jejím budoucím japonským manželem, kterého v mládí potkala, protože studoval v Evropě.

Pokud navážeme na tuto dualitu prvního a vážného setkání, můžeme objevit mnoho lidí, kteří se s Japonskem setkali skrze technologie nebo tvorbu velmi brzy, aniž by si to uvědomovali, a později se s Japonskem znovu setkali „poprvé,“ když si toho byli vědomi. Součástí první nevědomé pozice je velmi často seriál *Pokémon* nebo právě produkty typu Playstation, součástí druhé vědomé je pak už anime, které vnímáme s jeho japonským původem, anebo právě bojové umění či dokument o Japonsku v televizi.

Zde pak lze mluvit o určitých vícerych objeveních Japonska. Kromě Japonska nevědomého a Japonska vědomého, které byly popsány v předchozím odstavci, se může jednat také o dvojí objevení Japonska i po této zkušenosti. To je případ třeba Davida z anime komunity, který se v dětství setkal právě s japonskou technologií a *Pokémony*, pak na

základě dokumentu v televizi s Japonskem tradičním, a následně popisuje i své zážitky z objevení Japonska jako velmoci anime ve věku, kdy se začal anime věnovat více do hloubky.

Celkově nelze na vzorku 13 lidí dělat příliš obecné závěry o této problematice, na druhou stranu mohou být tyto vzorce a linie základem pro podrobnější zkoumání setkání s japonskou kulturou. Obecně lze říci zejména to, že srovnávací linie setkání s Japonskem odpovídají skutečností, kterým jsme se věnovali v rámci první části práce a nadále i v této kapitole, ať už se jedná o dominanci anime v šíření kultury, anebo o internalizaci určitých atributů s japonskými kořeny, jako je právě *Pokémon* nebo technologie, které jako japonské už ani nevnímáme.

2.1.5. – Shrnutí

V této kapitole jsme se podívali velmi zběžně na pozice japonské kultury v našem prostředí. Na základě empirického výzkumu, který k této práci proběhl jsem se pokusil identifikovat základní vzorce japonského kulturního systému, a jakým způsobem na sebe navzájem působí a poměřují se s tím naším. Dále jsme hledali analytické linie šíření japonské kultury po světě a České republice, a pokusili jsme se nalézt její historické a kulturní kořeny, které mají vliv na její zobrazování u nás. V neposlední řadě jsme identifikovali některé základní poznatky o tom, jakým způsobem se takto rozšířená kultura dostane až ke konkrétním českým jednotlivcům.

Ted', když máme připravený kontext nejen výzkumného terénu, ale také japonské kultury jako celku, se můžeme podívat na to, jakým způsobem se Japonsko v našem prostředí vztahuje k, a poměřuje s, Japonskem „reálným“ v následující kapitole o autenticitě japonské kultury u nás.

2.2. – Japonsko autentické – Vztah výzkumného terénu k Japonsku

*Myslím si, že každý účinkující je velmi autentický. Každý jednotlivý prvek [akcí] a každý účinkující je myslím velmi profesionální.⁵³
(Naoyuki Itó, osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)*

*Jako logicky, co nejvíc autentický je asi blbost, protože tady prostě nejsme v Japonsku, takže žádná 100% autentičnost. Že by tu někdo vysadil sakury, postavil pěkný chrám jako v Kjótu...to úplně asi nehrozí.
(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)*

*Nepřijde mi, že by se tady k anime stavěli jinak, než se k tomu staví Japonci.
(Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023)*

V průběhu předchozích kapitol jsme narazili na mnoho zobrazení Japonska, japonské kultury a jejích atributů. Jak se tyto zobrazení ovšem poměřují k realitě, která panuje v Zemi vycházejícího slunce? Tuto problematiku budeme zkoumat v této kapitole. Než se blíže podíváme na jednotlivé aspekty autenticity japonské kultury u nás, musíme si vymezit, co vlastně autenticita je.

V rámci akademické teorie se problematika autenticity objevuje zejména ve studiích turismu. V tomto ohledu existuje několik základních linií, podle kterých se studia autenticity pohybují.

Původní použití tohoto pojmu bylo asociováno s koloniálními dichotomiemi Západu x nativních Jiných (Matera 2020). S rozkladem tradičních způsobů sociální jednoty s příchodem modernity bylo pro jednotlivce, často turisty ze Západu, nutné hledat „autentický život“ někde jinde (Cohen 1988). Toto pojetí vychází z filozofické teorie, a vyznačuje se zejména až romantickým hledáním toho, co modernita údajně rozbila v našem prostředí (ibid.) a je asociováno primárně s „primitivním Jiným,“ na základě představy, že nativní společnosti kopírují náš historický vývoj, a obsahují tedy něco, co my jsme ztratili (Cole 2007). V novější době lze identifikovat podobný pohled, že skutečná autenticita již

⁵³ Původní znění: I think each performer is very authentic. Each individual element and each performer I think is very professional.

není možná z důvodu větší provázanosti světa v rámci globalizace a prolínání různých kulturních vlivů, což vede ke stavu, kdy kořeny tradice již nejsou „čisté“ (Lau 2010).

Dalším aspektem studií autenticity je ekonomický faktor. Mnoho studií se zaměřuje na specifické způsoby využití a konstrukce autenticity pro účely zvýšení hodnoty produktu (Cavanaugh, Shankar 2014), na vliv autenticity na ekonomický úspěch turismu (Ramkissoo 2015), anebo na problematiku komodifikace, tedy využití kulturních atributů a tradic pro komerční použití (Cohen 1988). V tomto ohledu pak literatura často rozlišuje mezi autenticitou „pravou“, tedy jakýmsi skutečným obrazem toho, jak zkoumaná kultura ve skutečnosti operuje, a „předstíranou“, kdy dochází k produkci obrazu kulturní praxe pro konkrétní účely, obvykle ekonomický zisk (Chhabra et al. 2003, Cohen 1988, Cole 2007).

Takto koncipovaná teorie autenticity je nicméně podrobována kritice. Stále více autorů poukazuje na fakt, že pojem autenticity je vnímán příliš zjednodušeně. Nejen, že je dichotomie moderního Západu a „primitivního“ autentického Jiného problematická a vychází z koloniální tradice, kritika dále tvrdí, že jsou tyto tendence etnocentrické (Cole 2007, 944). Někteří autoři zmiňují, že v tomto pojetí jsou nativní lokální společnosti vnímány příliš pasivně, protože domorodci někdy využívají komodifikaci své kultury k vlastním účelům (ibid., 956). Komodifikace nemusí také nutně znamenat zničení původního kulturního kontextu, který je v kulturních attributech přítomný a může naopak vést k podpoření etnického smyslu díky možnosti prezentace své kultury pro širší veřejnost, například turisty (Cohen 1988, 382). To, zda vede turismus a komodifikace k oslabení nebo naopak posílení jednotlivých komunit nelze tvrdit na základě generalizace, ale závisí na konkrétním sociálním kontextu prostředí (Cole 2007, 945).

Oproti představě, že kultura může být znečištěna vlivy jiných společností, a tudíž, že autenticita jako taková není vůbec možná, se pak Raymond Lau vymezuje tím, že i vlivy jiných kultur jsou zpracovány podle konkrétního tradičního rámce společnosti, a proto, dokud zůstává tento rámeček, můžeme zkoumat problematiku autenticity (2010). Vincenzo Matera pak upozorňuje na to, že součástí tradice jsou vždy i prostředky k případně sociální změně (2010).

Mnoho studií dále kritizuje zjednodušené etnocentrické pojetí samotného pojmu autenticity. Za prvé je často vnímána jako inherentní vlastnost kulturního objektu a jako jednoduše měřitelná jednotka. V původním pojetí byly odlišné úrovně autenticity analyzovány na základě schopnosti pozorovatele odlišit od sebe skutečnou a předstíranou autenticitu, například na základě rozdílných úrovní vědomosti vědce a turisty (Cohen 1988, 374). Cohen proti tomu navrhuje pojetí autenticity spíše jako sociálně konstruovaného konceptu, který je aktivně vyjednáván v sociální praxi a realitě (ibid., 374). Toto pojetí

potvrzují i další autoři, kteří vnímají autenticitu jako něco, co je aktivně vytvářeno médii a lidmi samotnými (Chhabra et al. 2003), nebo něco, co může pro různé lidi znamenat různé, často i opačné věci (Teeuwen 2021). Příklad Marka Teeuwena je v tomto ohledu pro naše potřeby zejména zajímavý, protože jeho studie kjótského festivalu Gion v době pandemie koronaviru ukazuje, že japonští aktéři preferují kulturní, historické a náboženské interpretace festivalu, které umožňují více výkladů, aby se v nich mohly spojit rozdílné pohledy jednotlivců (ibid., 152).

V tomto ohledu pak kritika původních teorií autenticity pokračuje, jelikož pozdější autoři vnímají zejména absenci vlivu diskurzu v analýze. Podle Cohena se autenticita může lišit podle diskurzu toho, co vnímáme jako reálné, a co jako podvrh (Cohen 1988, 374-375). Jillian Cavanaugh a Shalini Shankar poté ve své studii produkce ekonomické hodnoty pomocí představy etnické autenticity argumentují, že autenticita se skrze jazyk nevytváří pouze použitím etnických lingvistických forem, ale zejména také díky jazykovému vyjednávání samotné definice toho, co vlastně autenticita je, tak, aby se to hodilo pro naše účely (2014, 52). Teeuwen pak tvrdí, že pro samotné aktéry je důležitá zejména představa autenticity spíše než její objektivní vlastnosti (2021, 160).

To nás konečně přivádí k nejdůležitější části tohoto teoretického zakotvení. K popisu toho, co autenticita vlastně je. Teoretická kritika se často vyjadřuje o faktu, že je tento pojem vnímán jako jednoznačný a jeho význam inherentně stejný například pro vědce i turisty, protože pochází ze stejného prostředí (Cohen 1988, 374). Lau pak argumentuje, že význam pojmu autenticita je považován za jasný, ale ve skutečnosti se může lišit v různých situacích a u různých lidí (2010, 484). Ve své teoretické studii tohoto pojmu pak identifikuje na základě tradiční teorie dvě různá pojetí autenticity.

Jedná se o autenticitu vztahovou, která vyjadřuje vztah k pravdivému životu a interakci jedinců na základě jejich skutečných Já. Je to zejména toto pojetí autenticity, které hledala původní teorie v životech nativních společností, a které bylo často romantizováno. Druhé pojetí je pak tzv. autenticita objektová, která se při setkání s lokální kulturní komunitou ptá, zda se setkává se skutečným životem těchto lidí. Objektová autenticita klade důraz na kulturní objekty, které mohou zahrnovat životní procesy, aktivity, artefakty a podobně (ibid., 479). Pro naše potřeby průzkumu zobrazování Japonska v této práci se budeme vztahovat pouze k objektovému pojetí autenticity.

Celkově byla tato úvodní pasáž teoretického zakotvení poměrně obsáhlá, a to i přesto, že se jedná o zjednodušení zkoumaných problematik. Myslím ovšem, že je toto představení důležité pro ilustraci toho, že pojem autenticita je komplexní, a že jeho konkrétní podoba se může lišit na základě situace a přístupu, což je, jak uvidíme, i případ autenticity japonské

kultury ve zkoumaném terénu. Poslední, co nám na tomto místě zbývá, je pak pokus o samotnou faktickou definici autenticity.

V tomto ohledu se obrátím opět na studii R. Lau, který uvádí na základě slovníků Oxford a Merriam-Webster různé definice a významy pojmu autenticita: „(a) Kompletní upřímnost bez předstírání nebo pokrytectví; (b) Reálný skutečný charakter v kontrastu s podvodným nebo klamavým vzhledem; (c) Něco, co je ryzí nebo pravdivé; (d) Něco, co je skutečné a pravdivé, například skutečná starožitnost; (e) Něco, co je originální, ne kopie, například ručně psaný manuskript; (f) Něco, co se vyjadřuje blízkou shodou s originálem díky přesné a uspokojivé reprodukci základních prvků, například portrét; (g) Něco, co se vyznačuje souladem s rozšířenou nebo dlouhotrvající tradicí, například zvyk; (h) Něco, co je autoritativní, oprávněné, nebo právně platné“ (2010, 484 přeloženo).

Jak můžeme vidět na tomto přehledu různých definic, autenticita je komplexní problematika s mnoha významy. My se v této práci budeme zabývat primárně pohledem informátorů na autenticitu japonské kultury. Popis a analýza celé problematiky budou tedy rámcovány tímto zaměřením. Nejedná se o pokus podrobného průzkumu autentičnosti japonské kultury u nás, jako spíše o základní kontextuální rámec problematiky, o aspekty, se kterými jsem se v rámci výzkumu setkal, a které byly důležité pro jednotlivé aktéry v terénu, a o představení základních procesů, které tuto problematiku provází. V tomto ohledu budeme pro naše potřeby autenticitu definovat primárně na základě linií (d) a (e), které se vztahují k problematice fyzických kulturních atributů, a linií (g) a (h), které se vztahují k problematice kulturního kontextu nebo nehmotných kulturních atributů. Linie (f) se pak ve své podstatě může vztahovat ke hmotným i nehmotným atributům, a bude proto také součástí naší analýzy. Takto definovaný pojem autenticita nám myslím, dává dobrý prostor pro průzkum problematiky vztahu japonské kultury zobrazované v našem prostředí se skutečným Japonskem.

Teď, když máme lepší představu o teoretickém rámci autenticity, se můžeme podívat na konkrétní problematiky, které s ní souvisí v rámci představeného výzkumného terénu. Ty prozkoumáme v této kapitole na položení a zodpovězení tří otázek. První z nich je, zda je japonská kultura v rámci terénu autentická? V odpovědi na tuto otázku se podíváme na verdikt informátorů o realistickém zobrazení Japonska, na aspekty reprezentace, které autenticitu částečně zajišťují a částečně posilují, a konečně na konkrétní příklady autentičnosti při aktivitách zkoumaných terénů. Druhá otázka, kterou si položíme, bude znít takto: Jsou aktivity výzkumného terénu autentické? Takto položený dotaz může být matoucí, ale na rozdíl od první otázky se zde nebudeme zabývat tím, zda jsou aktivity autentické jako

takové, ale spíše konkrétními možnostmi našeho prostředí, které realistické zobrazení ohraničují a limitují. V neposlední řadě se zeptáme, jaké zobrazení Japonska je vlastně autentické? V rámci této otázky se pak krátce podíváme na několik polemik o autenticitě, které v průběhu výzkumu vyvstaly, a na které není jednoznačná odpověď, ale přesto je důležité se jimi zabývat pro popsání celé komplexní scenerie autentického zobrazení Japonska.

2.2.1. – Je japonská kultura v rámci zkoumaného terénu autentická?

Zcela jednoduchá odpověď na tuto otázku je ano. Japonská kultura, která je zobrazovaná při aktivitách JICC, ČJS a anime komunity je na vysoké úrovni a je v rámci možností našeho prostředí autentická. Pojetí autenticity není stejné mezi všemi terény, jak uvidíme dále, ale všichni informátoři obecně vnímají japonskou kulturu ve výzkumném terénu jako autentickou. Teď, když je základní odpověď za námi, se pojďme podívat na to, proč tomu tak je.

Jedním z hlavních důvodů pro autenticitu japonské kultury u nás je poměrně vysoká míra reprezentace samotným Japonskem, alespoň v rámci zkoumaného prostředí.

Jak jsme viděli v první kapitole, JICC jakožto kulturní sekce velvyslanectví je ve své podstatě prodloužením japonského státu. Na aktivitách kulturního centra se podílí kromě českých zaměstnanců také japonské vedení centra, potažmo ambasády. Mají přístup k projektům japonské vlády, mají možnost zprostředkování informací přímo z Japonska a většina objektových atributů japonské kultury, které JICC vlastní, je zaslána přímo ze země původu. Pozitivně o autenticitě kulturního centra se pak vyjadřují i další informátoři.

Státní reprezentace se ovšem neomezuje pouze na JICC. Velvyslanectví poskytuje vybraným akcím a projektům svou záštitu na základě interních parametrů, které musí akce splnit. Tuto podporu lze vnímat jako potvrzení autenticity konkrétních aktivit:

Japonské velvyslanectví, když dalo záštitu, tak vědělo proč. Často i odmítli, když si nebyli jistí, jestli daná skupina [nebo akce] reprezentuje japonskou kulturu.

(Darja Kawasumiová, osobní rozhovor, 13. února 2023)

Jak jsme viděli na popisu terénu, záštitu velvyslanectví mají jak akce Česko-japonské společnosti, tak festivaly anime komunity, proto v rámci našeho terénu můžeme mluvit o potvrzení autenticity ze strany státu. Další úrovní tohoto potvrzení autenticity je, že se akcí často účastní japonský velvyslanec. Přítomnost zástupců japonského státu, jako je

ambasador nebo další diplomaté z ambasády, napovídá jejich souhlasu s prezentací japonské kultury na konkrétních akcích. Takto se k úrovni japonské kultury v ČR v rozhovoru pro magazín *Czech and Slovak Leaders* vyjádřil japonský velvyslanec Hideo Suzuki:

Všude v České republice potkáváme lidi s velkým zájmem o japonskou kulturu. Akce reprezentující bojová umění, kaligrafii, čajový obřad, *ikebanu*, a komickou divadelní produkci zvanou *kyógen*, jsou praktikovány na velmi vysoké úrovni odbornosti, nejen v Praze, ale také v (ostatních) regionech. Je také milým překvapením nalézt vynikající japonské zahrady v několika městech. Nemohl bych být více vděčný všem lidem, kteří se vášnivě věnují propagaci těchto aktivit.⁵⁴

(Hošková, Zisso 2023, 8, přeloženo⁵⁵)

Toto vyjádření pana velvyslance o úrovni zobrazování japonské kultury v České republice potvrzuje slova informátorů z výzkumu o autentičnosti zobrazení japonské kultury, a o velké míře odbornosti českých expertů, na kterou se podíváme ještě níže.

Posledním aspektem státní reprezentace v rámci výzkumu je aktivita japonské polo-státní nadace The Japan Foundation, která finančně podporuje například Animefest, nebo poskytuje filmy pro festival Eiga-sai Česko-japonské společnosti. Nadace se zaměřuje na podporu a šíření japonské kultury po světě, a její podíl v rámci ČJS a anime komunity tedy můžeme vnímat jako další záruku autentičnosti zobrazované kultury. Analýza aktivit Japan Foundation také otevírá důležitou problematiku pozitivního zobrazení oproti zobrazení realistickému. Všechny výzkumné terény zobrazují Japonsko z podstaty svých cílů pozitivně. Na konverzaci s panem Itó z JICC o dokumentu *Ainu Mosir*, který se zaměřuje na problematiku etnické minority Ainu v Japonsku,⁵⁶ a který byl promítán jako součást Eiga-sai 2023, lze ilustrovat přístup reprezentace japonského státu k zobrazením Japonska, které nemusí být nutně pozitivní:

Ten film, *Ainu Mosir*, je vlastně na seznamu nadace The Japan Foundation. Česko-japonská společnost si od nich pro Eiga-sai zapůjčuje snímky skrze japonské velvyslanectví. A The Japan Foundation má tento film ve své nabídce. Takže my to považujeme také jako představení Japonska. Není to kompletně pozitivní, tato minorita má potíže, takže tam nejsou pouze pozitivní aspekty. Ale zároveň, Japan Foundation to též považuje za dobrý

⁵⁴ Původní znění: Everywhere in Czech Republic, we meet people with great interest in Japanese culture. Events representing martial arts, calligraphy, tea ceremony, ikebana, and comical theatre production called kyogen are practiced at a very high level of proficiency, not only in Prague but also in the (other) regions. It is also a pleasant surprise to find exquisite Japanese gardens in several cities. I could not be more grateful to all the people who are passionately devoting themselves to promoting these activities.

⁵⁵ Celé číslo časopisu a celý rozhovor k náhledu zde: https://www.czechleaders.com/e-magazines/current-issue-01-2023?fbclid=IwAR2D_B8hONaIN48G97h2hC9gihpI912SaeUZqMnEpzfmIz7a10dXeGKo6HU.

⁵⁶ Komunita Ainu byla v průběhu dějin ze strany Japonska subjektem silné asimilační politiky a marginalizace. Náznaky těchto sentimentů jsou v japonské společnosti přítomny dodnes a je to jeden z důvodů těžkých životních podmínek tohoto etnika.

snímek pro představení toho, jak vypadá reálné Japonsko. To je také důvod, proč vůbec nebyl problém snímek promítat.⁵⁷

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Zde můžeme v praxi vidět uvědomění si negativních aspektů své země ze strany japonského státu, které se v rámci JICC projevuje na produkci obrazu Japonska pozitivního, ne idealizovaného. Ze strany velvyslanectví není problém tyto aspekty přiznat a ukazovat, protože jsou součástí „reálného“ Japonska a každodenní japonské reality, které si je ambasáda vědoma. To samozřejmě neznamená, že jsou tyto aspekty Japonska ukazovány často nebo pravidelně, jelikož cílem státní reprezentace je podpora pozitivního obrazu Japonska, a konkrétní zobrazení takových aspektů je bezpochyby silně ovlivněno zahraniční politikou státu. Nicméně jsou tyto aspekty Japonska přiznány a v případě potřeby není problém je prezentovat, což je přístup, který není v zahraniční politice států vždy samozřejmostí. Tento přístup pak upevňuje pozici autenticity zobrazované kultury u nás.

Zde je důležité poznamenat, že takový přístup je přítomný i v jiných částech terénu, jako je ČJS. Festival Eiga-sai ostatně pořádají oni, proto můžeme mluvit o podobném přístupu k realistickému zobrazení, kde je to možné. Česko-japonská ovšem produkuje spíše obraz Japonska idealizovaného kvůli jednak prožitelnosti svých aktivit, a jednak kvůli festivalovému zaměření mnoha svých akcí. Druhá významná úroveň reprezentace v terénu je pak ze strany konkrétních jednotlivců.

Akcí našeho terénu, primárně Česko-japonské společnosti a Japonského informačního a kulturního centra, se účastní také mnoho jednotlivců, kteří aktivně japonskou kulturu prezentují a předvádí:

Co se týče ČJS, tak kam to jde, tam zveme Japonce, kteří učí kaligrafii a další věci, anebo [ne-japonské] lidi, kteří to opravdu umí, takže jsou schopni ty věci dělat, ať už se jedná o jídlo, nebo něco jiného.

(Klára Poskočilová, on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

Do jaké míry se v tomto ohledu poměrují jednotlivé terény dohromady, a jak je to s reprezentací lidí ne-japonského původu uvidíme níže, ale zde je důležitý fakt, že se aktivit účastní japonští jednotlivci, kteří svou kulturu aktivně prezentují návštěvníkům. V tomto

⁵⁷ Původní znění: That film, *Ainu Mosir* is actually on the list of The Japan Foundation. For Eiga-sai, Czech-Japanese Association borrows some pieces from the Japan Foundation through the Japanese Embassy. The Japan Foundation also has the film on its list. So, we regard it as also introducing Japan. It is not completely positive, the minority is struggling, so there are not only positive aspects, but at the same time, Japan Foundation also regards it as a good film introducing how real Japan looks like. That is also why it was not a problem at all to screen the film.

ohledu můžeme mluvit o autenticitě na základě reprezentace lidí, kteří na prezentaci své kultury mají výsadní „právo.“ Nejedná se zde proto o kulturní přisvojení cizí kultury, ale o autentickou reprezentaci kultury vlastní. Atributy prezentované samotným etnikem mohou být samozřejmě zvýrazněné pro potřeby propagace (Cohen 1988), ale zde je důležité, že jsou tyto atributy prezentovány (a reprezentovány) konkrétními členy zobrazované kultury.

V tomto ohledu pak můžeme být na akcích svědky reprezentace autentického Japonska. Zde lze uvést jako nejlepší příklad názor Davida na podzimní Akimatsuri pořádané japonskou společností Nihonjinkai:

Je to hrozně přátelská akce. Lidi, ať už prodávající, návštěvníci, nebo účinkující, jsou ve strašně pozitivní náladě. Z nějakého důvodu tam necítím, že by se někdo hádal, někdo řval, někdo na tebe byl nepříjemnej nebo otrávenej. Zdá se mi, že tam jsou prostě tak vydisciplinovaní, že i na těch stáncích, i na těch představeních, tak do toho dávají maximum, co jde, jedou na 100 % od začátku tři hodiny v kuse. A z mého pohledu bych řekl, že tam vidím přesně tu disciplínu, kterou bych si představil třeba i v Japonsku, kdybych byl na nějaký akci, nebo v nějaký firmě, nebo u někoho doma na návštěvě. Že všichni budou dělat maximum, budou se snažit, aby co nejlíp reprezentovali ty svoje hodnoty, tu svoji zemi. Popřípadě tu svoji kulturu.

(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

Ve prospěch autenticity našeho terénu na základě reprezentace lidí mluví fakt, že i někdo, kdo nikdy nebyl v Japonsku jako David, zde vnímá atmosféru japonského kulturního systému, o kterém jsme mluvili v předchozí kapitole. Tato představa může být samozřejmě vytvořena na základě stereotypního obrazu Japonska v České republice, ovšem to jí neubírá nic na její ukotvenosti v reálném základu. Můžeme si povšimnout principu pohostinství *omotenashi*, o kterém se zmiňuje více informátorů, tedy snahy udělat maximum pro hosta, což pro potřeby této kapitoly zahrnuje také udělat maximum pro zobrazení své kultury na co nejvyšší úrovni, tedy na úrovni co nejvíce autentické.

Japonská reprezentace ze strany lidí pak není přítomná v terénu jen v rámci představení kultury. Jak jsme viděli v kapitole o ČJS, japonští jednotlivci jsou ve velké míře součástí samotného organizačního procesu:

V Česko-japonské společnosti jsou i Japonci, a je tam Nihonjinkai. Takže, kdyby se jim něco nelíbilo, tak to určitě řeknou. Ona paní manažerka to s nimi konzultuje, takže něco může být doporučené i z jejich strany. Akce Česko-japonské nejsou dělané vyloženě Čechy, ale i Japonci se podílí. Není to prostě vyloženě české.

(Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023)

Minimálně v rámci ČJS a JICC můžeme tedy mluvit o autenticitě na základě reprezentace ze strany konkrétních japonských jednotlivců. Na druhou stranu, japonská kultura v rámci

terénu není prezentována pouze Japonci. U JICC narazíme zpravidla na ne-japonské přednášející a u ČJS ve velké míře na představeních japonské kultury od českých nadšenců a expertů. I přes to je ovšem autenticita do velké míry zajištěna. V kulturním centru je tomu tak na základě expertízy jednotlivých přednášejících, kteří jsou vybráni přímo institucí a zpravidla se jedná o vzdělané experty, anebo o lidi s osobní zkušeností z Japonska, která může být samozřejmě kulturně podmíněná, ale alespoň se upíná k reálnému podkladu. U Česko-japonské pak jednotliví experti zpravidla odvozují svojí schopnost prezentace japonské kultury od svých japonských mistrů.

Prakticky všichni lidé, kteří nebyli japonského původu, a kteří prezentovali japonská umění na akcích Česko-japonské společnosti, svou expertízu odvozovali zpětně k mistrovi z Japonska, pod kterým se oni, anebo jejich vlastní učitelé, těmto uměním vyučili. Paní Kawasumiová, která stála u zrodu mnoha aspektů Česko-japonské společnosti, které můžeme pozorovat i dnes, popisuje situaci takto:

To, co vznikalo, tak vznikalo skutečně pod nějakým japonským vedením od samých počátků. Každý jsme měli v Japonsku nějakého učitele. Často to byli velmi renomovaní lidé ve svých oborech, měli vysoké *dany*,⁵⁸ a ti sem za námi přijížděli, a často za své vlastní prostředky. [...] Vždycky to zaštiťoval nějaký učitel z Japonska.

(osobní rozhovor, 13. února 2023)

Stejný sentiment vnímá i předseda studijní sekce Nihonto Kenkyukai Tomáš Suk, který na akci Katana Matsuri zve pouze bojová umění a zástupce tréninkových center, kteří mohou doložit svůj „původ.“ Samo Japonsko každoročně vysílá mnoho kulturních velvyslanců, kteří jsou experty ve svých jednotlivých sférách, a kteří v různých koutech světa prezentují a učí svá umění. Z tohoto programu se mohou vytvořit nové autentické linie prezentace japonské kultury, jako je příklad Divadla *kjógen*, kdy se pan Hýbl setkal v rámci workshopu *kjógenu* v České republice s mistrem Šigejamou Šimem, pod nímž se pak v Japonsku tomuto umění učil a s jehož pomocí založil divadelní soubor *kjógenu* u nás.

Mimo předání expertízy se pak zpravidla s výukou předává i japonská filozofie, kdy se člověk svému umění věnuje velmi vážně a do hloubky, a kde je důraz na předávání tradice přesně tak, jak se to dělalo po staletí (Benedict 1947, Hendry 1995). To podporuje teorii o možnosti autentického přenosu i za hranice Japonska. Celkově lze v této pasáži mluvit o autentičnosti zobrazení Japonska v našem terénu na základě reprezentace lidí, kteří mohou odvodit původ svých znalostí k reálným japonským kořenům. O samotných Japoncích v tomto ohledu nelze mít pochyby, a u ne-japonských expertů tento aspekt autenticity

⁵⁸ Úrovně expertízy japonských umění.

potvrzuje i pan Itó: „[Čeští performeři] mají učitele z Japonska, anebo tam také studovali“ (osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo).⁵⁹

Ted', když jsme probrali autenticitu na základě japonské reprezentace, se podíváme na její aspekty v rámci jednotlivých částí terénu. Informátoři se obecně shodují na tom, že aktivity terénů jsou autentické a na vysoké úrovni, což potvrzuje i pan velvyslanec Suzuki a pan Itó jakožto Japonci. U anime komunity je problematika autenticity více komplikovaná, a proto se na ni podíváme podrobněji. U JICC je pak autenticita zajištěna primárně její asociací se státem a u ČJS na základě reprezentace lidí, jak jsme viděli výše. Přesto zbývá ještě zmínit jeden aspekt jejich autenticity.

Česko-japonská společnost zakládá svou autenticitu primárně na reprezentaci japonských lidí a mistrů, a na kvalitním zpracování takto získané expertízy. A i když je společnost zaměřena primárně na autentické představení japonské kultury, i zde se projevuje vliv toho, že nelze z podstaty akcí jednotlivé problematiky prezentovat do takové hloubky, do jaké by byli na základě své expertízy schopni. Tento fakt je v souladu s nastavením a cíli společnosti, a můžeme jej ilustrovat na příkladu studijní sekce meče:

Když se podíváš na akci Nihonto Kenkyukai, tak já budu třeba popisovat mečířskou výrobu, a v zásadě popíšu tu hezkou. S tím, že řeknu: „Tohle někdo nedělá a tohle ano. Mečíři dělají očištné rituály před výrobou meče, dělají nějakou formu askeze, mají třeba svatýňku v kovárně a dávají třeba meče svatyním.“ A tohle všechno je pravda, ale je to taková pravda hezká, a určitě jsou i mečíři, kteří nic nebo skoro nic z toho nedělají. Takže na akci, ve většině případů je to velmi autentický zážitek, ale je to vlastně ukázka části toho světa, takový střípek. Ale autentické to je, tam bych se nebál. Proto, aby člověk pronikl do toho problému víc, tak se do toho musí výrazně víc opřít, ale myslím si, že ty akce většinou ani nemají potenciál obsáhnout nějaké jedno téma dopodrobna, spíš je to opravdu o tom, aby člověk měl možnost opravdu autentického zážitku.

(Tomáš Suk, on-line rozhovor, 18. ledna 2023)

Zde můžeme vidět, že v rámci autenticity existují úrovně realističnosti. Zcela stejné aspekty zobrazení japonské kultury lze najít i u JICC a anime komunity. Jednotlivé části terénu, tak, jak byly ohraničeny a zkoumány, se zaměřují spíše na základní prezentaci Japonska, a nabízí návštěvníkům autentický zážitek, který může sloužit jako ukázka nebo vstup do japonské kultury. Na krátkodobých prezentačních akcích ovšem není zpravidla možnost proniknout do hloubky spletitosti cizí kultury a slouží tedy spíše jako brána do tohoto světa pro lidi, kteří o to mají zájem. Zda se pak návštěvník rozhodne do problematiky proniknout hlouběji a poznat komplexnější aspekty autentičnosti zobrazení a Japonska jako takového je primárně

⁵⁹ Původní znění: They have teachers from Japan, or they have studied there as well.

na něm. Instituce našeho terénu mohou nabídnout či zprostředkovat možnosti dalšího poznávání, ale, jak jsme viděli, není to jejich primárním zaměřením.

V tomto ohledu se můžeme odkázat na problematiku autenticity v turismu, kdy Cohen identifikuje různé úrovně turistického zájmu, které pak definují, jaké zobrazení cizí kultury vlastně hledáme, a s jakou autenticitou se spokojíme. Toto rozdělení je definováno podle hloubky zkušenosti, kterou turista [v našem případě to může být fanoušek japonské kultury] vyhledává, a pohybuje se od „existenciálních,“ kteří se snaží v prožitku cizí kultury nalézt vlastní identitu až po „rekreační“ a „diverzní“ turisty, kteří hledají spíše rozptýlení a uspokojení svého volnočasového zájmu. Čím více se pohybujeme na škále od existenciálních turistů k diverzním, tím méně striktní jsou kritéria autenticity, které aktéři od cizí kultury vyžadují (Cohen 1988, 376-377). Tyto úrovně zájmu jsme viděli na více místech této práce, a ohraničují nejen úroveň autenticity, kterou jednotlivci vyžadují, ale zejména také úroveň idealizace, které jsou vystaveni, nebo která se u nich projevuje. Pokud se konkrétní lidé nesnaží o hlubší průnik do japonské kultury, než je umožněno na krátkodobých prezenčních akcích terénu, může být jejich volnočasový zájem bez problémů uspokojen, ale idealizační proces má u nich také větší prostor. Problematika pozitivní autenticity, jak je zde představena, může posilovat idealizaci. Je ovšem nutné opět zmínit, že se nejedná o intenci jednotlivých terénů, jako spíše o vedlejší produkt jejich činnosti a jejich možností.

V citátu můžeme dále nalézt paralely k pojetí autenticity jako sociálního konstruktů, který je aktivně vyjednáván v praxi (Cohen 1988, Chhabra et al. 2003, Teeuwen 2021). Tradice, ke které se autenticita vztahuje, v našem případě tradice mečířských rituálů, má v realitě více úrovní a více aspektů, jelikož mohou existovat jak mečíři, kteří dělají všechny, tak mečíři, kteří nedělají žádné. Mezi těmito extrémly se nachází různé reálné úrovně každodenní praxe. V rámci autenticity propagace se ovšem klade důraz primárně na extrémní pozici, která obsahuje všechny tyto rituály. Tím, že obsahuje všechny rituály pak může být svým způsobem více autentická, ale na druhou stranu se nemusí nevztahovat plně ke každodenní japonské realitě. Konkrétní podoba autenticity proto záleží na konkrétních aktérech, v tomto případě je to pan Suk a jeho posluchači, a jejich cílech, například propagace japonské kultury nebo snaha o předání vědomostí o všech možných mečířských rituálech.

Nyní se pojďme podívat na aspekty autenticity jednotlivých složek terénu. V kapitole o Česko-japonské společnosti jsme si krátce představili činnost restaurace Miyabi a Divadla kjógen. V této pasáži se podíváme na míru jejich autenticity, jelikož jsou obě instituce s

výzkumným terénem silně provázány a odkrývají další aspekty realistického zobrazení Japonska u nás.

Restaurace Miyabi je zde důležitá zejména pro její přesnou reprodukci japonské estetiky a atmosféry japonského pohostinství, kterou rádi využívají i Japonci žijící v České republice. Autenticita této reprodukce plyne z dlouhodobého pobytu a interakce majitelky a šéfkuchařky Darji Kawasumiové s kulturou přímo v Japonsku, a někteří informátoři zmiňují zejména důraz restaurace na japonskou kuchyni celkově, a ne pouze na sushi. Pan Itó pak vnímá autenticitu restaurace takto:

Některé části nabídky nejsou, abych byl upřímný, úplně stejné. Zejména sushi je připravováno trochu v českém stylu. Ale způsob, jakým to paní Kawasumiová představuje, je velmi uznalý. [Miyabi] nejen, že podává japonskou kuchyni, ale občas také připravuje výklady a vysvětlení. Dávají důraz na to, co to je, nejen na recepturu nebo zda je jídlo chutné, ale také na pozadí japonské kuchyně. Takže v tomto ohledu je Miyabi jedna z nejvíc autentických restaurací, které jsem navštívil.⁶⁰

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Citát se dotýká nejen problematiky autentického zobrazení v možnostech našeho prostředí, kterému se budeme věnovat níže, ale pan Itó vnímá zejména autenticitu kulturních kořenů, které restaurace pro své návštěvníky reprodukuje a ukazuje. Toto zaměření své restaurace nejen na jídlo, ale na celkový kulturní podklad potvrzuje i sama paní Darja.

Divadlo *kjógen* pak odvozuje úroveň své reprodukce zejména z dlouhodobého tréninku pana Hýbla v tomto divadelním žánru přímo v Japonsku a z původu této expertízy od japonského divadelního rodu reprezentovaného panem Šigejamou Šimem. Hercům tohoto brněnského uskupení se podařilo reprodukovat nejen atmosféru *kjógenu* pro české diváky, ale také principy japonské filozofie pohostinství, kdy člověk své umění celý život piluje a při představení se snaží divákům zprostředkovat co nejlepší zážitek. Divadlo *kjógen* se ve své podstatě až na jazyk nijak neliší od japonského originálu, jak ukazuje cena kritiky za autentický přenos do jiného kulturního prostředí, kterou v roce 2016 soubor dostal. Úroveň divadla sekunduje i pan Itó:

Myslím, že je to doslova autentické. Pan Hýbl se učil v Kjótu od divadelního rodu *kjógenu*, a mají také japonské kostýmy. Nejsem profesionál, ale nemyslím si, že [jejich představení] obsahuje jakékoliv

⁶⁰ Původní znění: Some parts of the menu, to be honest, are not completely the same, especially sushi is featured a bit in a Czech style, but the way Ms. Kawasumi introduces it is very appreciative. They not only provide Japanese cuisine but sometimes also make some explanations. They put importance on what it is, not only on the recipe or whether it is tasty but also on the background of the cuisine, so in that sense Miyabi is one of the most authentic restaurants I have experienced.

české věci. Je to zcela japonské. Účinkují v českém jazyce, ale se stejnými výrazy, a představení samotné je stejné nebo na velmi vysoké úrovni.⁶¹
(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Celkově lze na příkladech Miyabi a Divadla kjógen ukázat, že v rámci výzkumného terénu je autenticita kultury odvozena primárně z přímé reprezentace z Japonska, ať ze strany mistrů a obyčejných Japonců, tak ze strany českých lidí, kteří dílčím částem japonské kultury zasvětili svůj život. V tomto druhém případě se můžeme zamýšlet nad tím, zda je autentický přenos vůbec možný v rámci tak odlišných kulturních systémů, jak jsme popsali v předchozí kapitole. Na příkladech v této pasáži ovšem lze vidět, že ačkoliv kulturní porozumění nemusí být vždy snadné, neznamená to, že není možný autentický přenos dílčích kulturních aspektů, atributů nebo myšlenek. Úroveň autenticity, ke které se vztahuje JICC, ČJS, Miyabi a Divadlo kjógenu lze pak nejlépe ilustrovat na jeho kontrastu s autenticitou, ke které se vztahuje anime komunita.

V tomto ohledu je nutné poznamenat, že se v rámci výzkumu neobjevila příležitost rozhovoru s nikým, kdo by navštívil anime festival v Japonsku. Z tohoto důvodu se zde budeme zabývat více problematikou autentičnosti zobrazení Japonska v rámci české anime komunity, spíše než snahou analyzovat vztah mezi českým a japonským prostředím.

Zatímco JICC a ČJS se vztahují ke konkrétním kulturním kořenům Japonska, a úroveň své autentičnosti odvozují od své schopnosti reprodukce kultury na základě těchto kořenů, anime komunita často vnímá autenticitu na základě pouhé přítomnosti japonské tematiky:

[Co se týče] autentičnosti, tu bych si představil tím programem. Že se tam snaží zařazovat co nejvíc přednášek, co souvisí s Japonskem. Necpou se tam přednášky typu, co je novýho od Marvelu, co je novýho od DC, jaký jsou nový český filmy, ale všechno, co tam je, každá přednáška, každý promítání je japonskej film, japonský anime, japonskej seriál. Nebo je to právě i japonský jídlo, japonský pití. Nebo snaží se tak tvářit, že jo, samozřejmě je to dovezený Bůh ví odkud, ale člověk si to dokáže plus minus představit. A každá přednáška, na kterou tam půjdeš, by měla obsahovat něco z japonský tematiky.

(David, on-line rozhovor, 9. listopadu 2022)

Anime komunita nevnímá autentičnost tolik v tom, *jak* se vztahuje k Japonsku, ale v tom, *že* se k němu vůbec vztahuje. Zatímco jednotlivé segmenty festivalů mohou být na velmi

⁶¹ Původní znění: I think it is literally authentic. Mr. Hýbl learned in Kyoto from the *kjógen* family, they have Japanese costumes as well. I am not a professional, but I do not think there are any Czech things. It is wholly Japanese. It is done in the Czech language, but with the same expressions and the performance is the same or at a very high level.

vysoké úrovni, je zde problematika toho, jakým způsobem se vztahují k reálnému Japonsku. Na festivalech samotných můžeme narazit na vliv autenticity reprezentace, jelikož jim dává velvyslanectví záštitu, navštěvuje je velvyslanec, a účinkují zde experti Česko-japonské společnosti nebo Divadla kjógen. Lze tedy říct, že se anime festivaly alespoň nějakým způsobem k Japonsku vztahují, jelikož reprezentace by nebyla přítomná, pokud by tomu tak nebylo. Dalším důležitým faktorem autenticity v anime komunitě je samotné anime. To je, jak jsme viděli v předchozí kapitole, super-autentické a má tendence velmi kvalitně reprodukovat realitu žitou v Japonsku (Chaochu 2019). To potvrzují i někteří informátoři:

Eliška – I když je [v anime] vymyšlený svět, tak tam fungují sociální interakce minimálně na podobném principu jako ve skutečnosti. Že pak to člověka tolik nepřekvapí, když to zažije nebo se o tom učí. Nebo jakým způsobem se v Japonsku jí, nebo třeba ty kulturní prvky zůstanou stejný.

Autor – Takže je to do určité míry jako obraz toho skutečného světa?

Eliška – Ano. Ty lidi, kteří vytváří ty příběhy tak musí do určité míry vycházet z nějaký jejich osobní zkušenosti světa kolem nich. A nějaký věci tam myslím, zůstávají stejný k tomu, jak je to v reálném Japonsku.

(Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023)

Anime komunita se tedy více či méně různými způsoby vztahuje k reálnému Japonsku. Celkově ale můžeme vnímat zastření japonských kulturních kořenů tak, jak jsme jej popsali v první části práce.

Co se pak týče autenticity jednotlivých částí programu, záleží to primárně na konkrétních účinkujících. Mnoho z nich jsou experti anebo se dlouhodobě věnují konkrétním tématům, ale mnoho z nich jsou také „pouze“ zájmovými fanoušky. Tuto problematiku, při otázce na autentičnost programu Animefestu, popisuje Hintzu tímto způsobem:

Vysloveně záleží téma od tématu. Záleží, kdo o tom přijede mluvit a jak to prezentuje. Protože když si vezmu třeba skupinu samurajů, oni jsou samozřejmě kaskadéři, akční, takže romantizují tu představu japonských válečníků. Stejně tak zpěvačky, když vystupují, tak nějakým způsobem předávají to dobrý. Ale jinak, autenticita záleží strašně moc na tom, kdo o tom přijde mluvit. Nebudu předstírat, že tam máme jen dobrý segmenty, pravidelně každý rok se najde něco, s čím návštěvníci nejsou spokojení. Na druhou stranu, občas se podaří vyhmátnout i velmi intenzivně autentický věci, třeba minulý rok [tu byl] kluk, kterýho zajímá japonská *noise music*, a když pouštěl ukázky, tak bych si to nezvládl ani celý poslechnout jako přednášku. Ale opravdu to byl intenzivní vhléd do malý, specifický subkultury. Ale jak říkám, občas se najdou lidi, kteří tam vysloveně přijdou s tím, že mají tendence tahat do toho věci, který nejsou prostě pravda. Takže nemůžu říct, že bychom to měli všechno podchycený, a chyby se stávají.

(on-line rozhovor, 16. února 2023)

V podstatě tedy můžeme říct, že autenticita japonské kultury v rámci anime komunity odpovídá aspektům anime komunity, které jsme popsali v první části práce. Japonsko je prezentované komunitně, a tudíž úroveň autenticity záleží na úrovni expertízy v komunitě samotné. Na sociálních sítích záleží na pravdivosti informací, které si lidé sdílí. Japonsko předávané v rámci komunity může být idealizované, jak naznačují v citátu nejen ukázky samurajů a zpěvu. Především je zde ale Japonsko zastřené, a to i přes náznaky reprezentace ze strany japonského státu a lidí. V tomto ohledu můžeme u anime komunity mluvit spíše o kulturní apropiaci než o vztahu k autenticitě. Problematiky apropiace jsme se letmo dotkli v kapitole 1.3., a teď ji prozkoumáme více do hloubky.

Jason B. Jackson ve svém souborném článku *On Cultural Appropriation* rozlišuje čtyři základní druhy kulturní změny. Difuze, prostá výměna kulturních prvků mezi skupinami; akulturace, změna vznikající kvůli setkání dvou různých kultur; asimilace, řízený a účelový proces, kdy se dominantní skupina snaží aktivně začlenit skupinu minoritní protlačení svých kulturních prvků; a konečně apropiace, tedy proces, při kterém si silnější skupina přivlastňuje kulturní znaky skupiny slabší (2021). Toto rozdělení vychází z majoritního přístupu ke studiu kulturní apropiace, který se vyznačuje zaměřením na mocenské nerovnosti mezi oběma stranami v kulturní změně. Takto koncipované mocenské nerovnosti se ale v rámci výzkumného terénu neobjevují, a pro celkovou situaci mezi českou a japonskou kulturou na akcích v ČR je tedy v Jacksonově rozdělení nejvíce vhodný proces difuze. Japonsko v rámci anime komunity je sice zastřené, a oproti JICC a ČJS mohou být jednotlivé kulturní atributy použity bez vztahu k autenticitě, nicméně i přesto se jedná ve větší míře o rovnoprávnou kulturní výměnu, což ukazuje i přítomnost japonské reprezentace na festivalech anime komunity.

V tomto ohledu se Thi C. Nguyen a Matthew Strohl ve svém článku *Cultural Appropriation and the Intimacy of Groups* snaží zbavit pejorativního nádechu termínu apropiace a navrhují zaštitit kulturní formy na bázi intimity, kterou mají podle nich velké skupiny společnou s individuálními interpersonálními vztahy. Intimita je flexibilní společenská hranice, jejíž konkrétní podoba a prostupnost záleží na konkrétních lidech. V tomto pojetí může být kulturní apropiace bezproblémová, pokud s ní souhlasí obě strany (Nguyen, Strohl 2019). Tento rovnocennější náhled na kulturní apropiaci lépe odpovídá situaci na akcích s japonskou tematikou. A jelikož je součástí aktivit anime komunity v určité míře i japonská reprezentace, navrhuji podle principu intimity vnímat kulturní přisvojení anime komunity jako vzájemnou dohodu mezi nadšenci pro japonskou kulturu a „Japonskem“ jako takovým.

Celkově bych zde rád argumentoval právě za tento více vzájemný a méně mocensky nabitý pohled na problematiku apropiace v rámci terénu anime komunity. Japonská kultura zde může a nemusí být autenticky zobrazená, ale v každém případě je zobrazována ve většině případů pozitivně. To vnímá i pan Itó:

Autor – Jak je podle Vašeho názoru Japonsko zobrazováno pro české publikum na akcích [JICC, ČJS a anime komunity]?

N. Itó – Já myslím, že velice pozitivně. [České publikum] považuje Japonsko za dlouhou kulturní tradici, takže se zaměřují na tradice a kulturu. A mají velmi rádi japonskou kulturu jako takovou, jsou velice profesionální.⁶²

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Tento obraz pak souhlasí s nejen intencemi státní reprezentace podporovat pozitivní obraz o Japonsku, ale také s lidskou reprezentací, která se vyznačuje snahou ukázat zájemcům dílčí kulturní aspekty, a to jak nejlépe to lze. Jednotlivá zobrazení Japonska na akcích anime komunity nejsou vždy autentická, ale zobrazují Japonsko způsobem, se kterým obecně souhlasí samo Japonsko. Proto na conu potká člověk japonského velvyslance nebo japonské účinkující, a proto mají jednotlivé akce záštitu velvyslanectví. Atributy japonské kultury zde mohou být objektivizované, idealizované a přisvojené, ale to nemusí nutně znamenat, že je takové použití špatné, neautentické (alespoň částečně) nebo mocensky nerovné.

Co na to Japonsko? – Odpověď na první otázku

Je tedy japonská kultura v rámci našeho terénu autentická? Ano. Obecně lze říct, že je, a shodují se na tom bez výjimky všichni informátoři. Pohledy na to, co vlastně autenticita je, se mohou v jednotlivých terénech lišit, což je ve své podstatě v souladu s teoriemi autenticity. Konkrétní podoba a vnímání autenticity záleží obecně na tom, na koho se zaměřujeme anebo k čemu ji upínáme (Cavanaugh, Shankar 2014, 53). Počet zásadních atributů, a úroveň jejich realističnosti, které jsou nutné k tomu, aby bylo něco považováno za autentické, se liší mezi konkrétními jednotlivci, a zda je jejich zkušenost autentická záleží primárně na jejich vlastním názoru (Cohen 1988, 376-377). Chtěl bych zde proto argumentovat za kladnou odpověď na položenou otázku. Pokud se samotní aktéři shodnou

⁶² Původní znění: Author – How is Japan, in your opinion, presented for the Czech audience at these events?

N. Ito – I think very positively. They regard Japan as long cultural tradition, so they basically focus on traditions and culture. And they are very fond of Japanese culture itself, they are very professional.

na tom, že je zobrazení kultury autentické, a pokud s tím do určité míry souhlasí i aktéři, kteří tuto kulturu reprezentují, nemůžeme tuto shodu pominout jen proto, že neodpovídá představě autenticity jako měřitelné veličiny, která je inherentní kulturním objektům. Pojetí autenticity se v rámci terénů liší. Ale v tomto rámci nelze ani tvrdit, že je jedno z nich nutně horší než to druhé. Každé z nich operuje v jiném prostředí, za jinými účely, a vztahuje se k *jinému* pojetí toho, co japonská kultura je. Ačkoliv Japonsko autentické v JICC a Česko-japonské společnosti více odpovídá tomu, co máme tendence za „autenticitu“ považovat, neznamená to, že Japonsko autentické v anime komunitě není relevantní svým způsobem pro své aktéry.

V rámci anime komunity je větší důraz na estetiku, kulturní atributy a moderní kulturu, a není tedy překvapivé, že se pojetí autenticity této komunity vztahuje právě k těmto faktorům, oproti asociaci autenticity s tradicí a kulturními kořeny, jako je tomu u kulturního centra a Česko-japonské. Zobrazené Japonsko je tudíž v obou pojetích autentické, ale v každém z nich podle svých vlastních pravidel a na základě zaměření na své vlastní cíle.

Teď, když jsme etablovali, že je japonská kultura ve výzkumném terénu autentická, pojdme se naopak podívat na aspekty našeho prostředí, které tuto autenticitu ohraničují a limitují.

2.2.2. – Jsou autentické aktivity zkoumaného terénu?

Ačkoliv se náš výzkumný terén vztahuje ke skutečnému Japonsku, je důležité mít na paměti, že naše prostředí *není* Japonsko. Proto zatímco mnoho aspektů akcí je autentických, narazíme také na věci, které jsou v našem prostředí odlišné. V tomto ohledu si můžeme vzpomenout například na limity autenticity, které zmiňovala paní Lukášová, ale tuto problematiku vnímají i další informátoři:

Pokud člověk byl na nějakém *macuri* v Japonsku, tak upřímně to [u nás] není ono. Třeba mně by se tam líbil ohňostroj, ten k tomu podle mě patří. Tady začínáme během dopoledne a jde to do pěti odpoledne. Kdežto ty japonské letní festivaly? Tam jde o tu noc. Takže podle mě by byly hezký lampiony, bylo by to spíš podvečer a byl by nějaký menší ohňostroj, to by bylo autentičtější. A víc pouličního občerstvení. Ono tam je toho docela dost, ale nějaké věci na špejli by to chtělo.

(Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023)

Eliščin citát ukazuje na některé rozdíly mezi českou reprodukcí japonského festivalu a japonským festivalem v Japonsku. Tyto rozdíly vnímají i Japonci, se kterými jsem měl možnost v rámci výzkumu interagovat, a které zde zastoupí opět pan Itó:

Samotná akce je trochu balíček všech věcí. Všichni účinkující z různých žánrů jsou spolu prezentováni na jedné akci. A takové akce v Japonsku neexistují. Každá událost je [tam] individuální.⁶³

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Tento pohled nezpochybňuje autenticitu jednotlivých aspektů akcí, ale spíše upozorňuje na odlišné pojetí akce jako takové v Japonsku. Celkově tyto citáty ilustrují fakt, že ačkoliv jsou jednotlivé atributy japonské kultury u nás zobrazovány autenticky, jejich samotný podklad je specifický pro naše prostředí. To je jednak dáno samozřejmým faktem, že o japonské svátky v Česku je menší zájem než v Japonsku, tudíž z organizačního hlediska je nutné vždy zahrnout i věci, které přilákají návštěvníky, ale které nejsou nutně součástí konkrétního svátku:

Když tu akci nenaplním alespoň workshopy nebo stánky, tak pro lidi to vlastně není atraktivní. Tím pádem já tady u nás nemám šanci udělat právě Hanami, tak jako v Japonsku.

(Sabina Lukášová, on-line rozhovor, 6. března 2023)

Můžeme také hledat vliv specifik našeho kulturního pohledu a porozumění, ale tyto aspekty jsou ve většině případů konzultovány s japonskou reprezentací. Důležitým aspektem této odlišnosti akcí u nás a v Japonsku jsou ovšem specifika našeho prostředí jako takového.

Prostředí České republiky je odlišné od toho japonského, a to nutně ovlivňuje i problematiku autenticity. Tyto odlišnosti můžeme vnímat v geografických aspektech vzdálenosti a absence moře, které mají za následek nedostupnost některých surovin a produktů u nás, nebo vyšší cenu japonských pokrmů. Mohou to také být rozdíly kulturní, kdy, jak jsme mohli vidět na zhodnocení restaurace Miyabi panem Itó, je japonská kuchyně upravená pro naše chutě. Celkově největší limity asi můžeme vidět v rámci organizace, kdy v našem prostředí není taková poptávka ani nabídka po japonských akcích, produktech nebo attributech, jako je v Japonsku. Proto například na svátcích Česko-japonské narazíme zpravidla na opakující se stánky nebo performance, jelikož nabídka u nás není dostatečně velká, aby bylo možné tyto aspekty zásadně proměňovat.

Druhým aspektem našeho prostředí je prezentace kultury skrze ve velké míře ne-Japonské experty. Ti mají často japonské mistry, ale dalším českým fanouškům zprostředkovávají své poznatky zpravidla oni sami, a ne jejich mistři:

[Odborníci na bojová umění u nás] mají samozřejmě japonské mistry, a oni sem občas přijedou. Ale aby tady takový mistr žil a vedl tady školu, tak na to nemá kapacitu. Takže samozřejmě, pokud je v Japonsku někdo, kdo tam

⁶³ Původní znění: The event itself is a kind of package of all things. All performers from various genres are presented at the same time in a single event. So, these events do not exist in Japan. Each event is individual.

dané umění studuje, tak je mnohem blíže zdroji, a pravděpodobně tomu věnuje více času a je na vysoké úrovni. Ale takový Japonec do Čech přijede jednou za čas.

(Klára Poskočilová, on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

Pro většinu českých nadšenců tudíž není možné se učit přímo od zdroje autentické kultury, od japonského mistra, právě kvůli limitu našeho prostředí, které není Japonskem. Na tomto sdělení vlastně není ve výsledku nic překvapivého, ale přesto stojí za to jej zmínit v rámci analýzy autenticity, protože ukazuje limity, které naše prostředí inherentně má, a které nelze snadno překonat.

Autentické v rámci mezí – Odpověď na druhou otázku

Druhá položená otázka proto ukazuje druhý rozměr autenticity japonské kultury v našem terénu. Je autentická, ale v rámci konkrétních možností, které zde máme, a které ohraničují zobrazení Japonska způsoby, které v Japonsku neexistují. 100 % autentičnost je tedy u nás nemožná, a to z důvodu prostého faktu, že nejsme v Japonsku, kde zobrazovaná kultura vznikla, kde se vyvíjí, a kde operuje ve svém přirozeném prostředí. Dílčí prvky kultury pak ale autentické být mohou. Představení kultury zahrnuje její přesunutí na jiné místo tak, aby odpovídala novým možnostem místa a času. To ovšem nutně neznamená, že není autentická. Lidé migrují s kulturou po celém světě, a i smysl za kulturní tradicí se proměňuje časem. Tím pádem to, že je kultura představená v jiném prostředí neznamená že je povrchní nebo neautentická, jelikož obsahuje elementy původní kultury (Chhabra et al. 2003).

V rámci poslední otázky se podíváme na další aspekty problematiky autenticity, které nejsou tak jasné a snadno zodpověditelné, ale přesto stojí za to je zde zmínit.

2.2.3. – Co je vlastně autentické?

Na začátku této kapitoly jsme si krátce představili obecný základ toho, co je autenticita a co můžeme považovat za autentické. Pomocí odpovědí na první dvě položené otázky jsme pak etablovali, že je japonská kultura u nás autentická, ale v možnostech, které zde máme. V rámci výzkumu se ovšem objevily ještě další polemiky, které s problematikou autenticity úzce souvisí, ale nelze je jednoznačně zodpovědět. Položením třetí, a poslední, otázky o autenticitě se podíváme na tyto jednotlivé úvahy, které mohou náš pohled na autenticitu dále ovlivnit.

Podle Japonců nebo jako oni?

Tato otázka vyplývá z následujícího výroku pana Hýbla:

Když si vezmete ramen v Japonsku, každá ramenárna ho dělá jinak. A ramen přišel do Japonska z Číny, není to japonský vynález, ale Japonci ho úplně překopali a předělali si ho k obrazu svému. Takže je otázka, zda držet se toho zcela autentického japonského tvaru je prezentace autentického japonského přístupu, anebo pochytit podstatu a upravit jí na zdejší podmínky je autentický přístup k japonskému myšlení.

(on-line rozhovor, 16. března 2023)

Toto je zajímavá otázka. Fakt, že ramen je importovaný z Číny je obecně známý, a potvrzuje ho i jeho zápis v japonské znakové abecedě *katakana*, která se používá pro slova přejatá z jiných jazyků. Je tedy více autentické dělat věci podle toho, jak je dělají Japonci, nebo to udělat jako oni a vzít koncept, který spojíme s aspekty našeho kulturního systému? Tato otázka nemá jednoznačnou odpověď a pravděpodobně ji každý čtenář a každý fanoušek japonské kultury zodpoví jinak.

Odpověď se může lišit i v rámci teorie. Vzpomeňme si na studii M. Teeuwena z úvodu této kapitoly, která popisuje interpretace festivalu Gion, které umožňují více výkladů, aby se v nich mohly spojit rozdílné pohledy jednotlivců. Festival je zde prezentován jakožto souhrn jednak věcí, které jsou základní a nelze je změnit, a jednak věcí na okraji, které se měnit mohou, jelikož nejsou tak zásadní pro „hlavní ideu“ festivalu. Konkrétní rozložení těchto dvou kategorií se ovšem může měnit u jednotlivých aktérů a podle různých perspektiv (2021, 132).

V rámci této kapitoly jsme už několikrát narazili na to, že nemusí existovat jediná obecná a „správná“ definice a pohled na autenticitu. Záleží proto primárně na nás samých. Problematiku lze například rozdělit na „autenticitu“ v děláni věcí způsobem, jakým je dělají sami Japonci, a na „apropriaci“ v přejímání atributů, které se posléze upraví. A to i přes to, že to může být svým způsobem autentický přístup podle japonského systému. Můžeme také považovat převzetí „základního způsobu,“ kterým to Japonci dělají, nebo „základního smyslu“ jejich kulturní filosofie, jako autentické zobrazení japonské kultury. Obecně je proto tato otázka otevřená, a každý z nás si na ní může najít vlastní odpověď.

Má to cenu?

Druhou otázkou, kterou si zde položíme je, zda má cenu Japonsko u nás zobrazovat, pokud není z podstaty prostředí možné dosáhnout 100 % autentičnosti? I tato polemika je otevřená, a každý na ni pravděpodobně odpoví vlastním způsobem. Osobně se přikláním k názoru, že to cenu má, a věřím, že informátoři, kteří se sami zobrazováním Japonska zabývají,

se mnou budou souhlasit. Fakt, že zobrazení není nikdy zcela autentické neznámá, že není autentické vůbec.

Zde se nabízí úvaha, zda je možné dosáhnout úplné autentičnosti japonské kultury i v samotném Japonsku, a to zejména s velkými proměnami společnosti a kultury v posledních dekádách globalizace. Kde se nachází ty pozice, ke kterým se autentičnost upíná? Je to v japonské tradici a historické zkušenosti? Je to v současné době, kterou není ani možné zcela pojmut, a jejíž souvislosti se mohou objevit až v budoucnu? Není vlastně úplná autenticita jen iluze, když se vztahuje k něčemu tak širokému a živému, jako je lidská kultura? Viděli jsme ostatně, že pohledy na autenticitu se mohou lišit i v Japonsku (Teeuwen 2021).

Toto nejsou snadné úvahy, a každý na ně bude mít ze své vlastní pozice vlastní pohled. Nesnažím se zde v žádném případě zpochybňovat autentičnost japonské kultury, ať už u nás nebo v Japonsku. Rád bych ovšem argumentoval, že kultura je živá, nikdy neukončená entita, která se neustále proměňuje a problematika autenticity je komplexní. Jednotlivá pojetí autenticity se mohou proměňovat podle různých parametrů, ať už je to proměna našich cílů (Cavanaugh, Shankar 2014), proměna situace na základě externích vlivů (Teeuwen 2021), anebo proměna samotné tradice, ke které se autenticita upíná, a která vždy obsahuje prostředky pro flexibilitu a změnu (Matera 2020). Některé atributy mohou být považovány za neautentické, ale s postupem času se mohou začít za autentické považovat, což je proces, který Cohen nazývá „vznikající autenticita“ (1988).

Obecně není nic špatného na snaze přenést kulturní atributy, které nás uchvátili, do jiného prostředí v rámci jeho možností, pokud se snažíme, aby tento přenos byl na co největší úrovni. Pokud jsou tyto podmínky dodrženy, a původ atributů uznán, můžeme začít polemizovat o autentičnosti kultury.

Původ nebo expertíza?

Další polemiku, kterou se zde budeme zabývat, pojmenovala ve výzkumu paní Poskočilová, jedna z místopředsedkyň ČJS:

[Některé] aktivity zajišťují Češi, kteří v Japonsku byli, nebo mají Japonsko rádi natolik, že se svoji disciplínu naučí na tak vysoké úrovni, že běžný zaměstnanec japonské firmy, který tady pracuje po dobu tří let, takové úrovni nikdy nedosáhne. A proto ani nemá touhu, nebo z morálního hlediska nemůže, japonskou kulturu prezentovat, protože v Japonsku vlastně „jenom“ vyrostl. To znalosti Čechů, kteří japonskou kulturu tady prezentují, jsou [často] výrazně větší než znalosti běžného civilního Japonce.

(on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

V tomto citátu je předestřena otázka autenticity na základě původu a na základě expertízy.

Jak jsme viděli, japonští mistři na nejvyšších úrovních se do našeho prostředí zpravidla příliš nedostanou, a pokud ano, tak zde nestráví dlouhé období. Ačkoliv tedy existují v Japonsku lidé s větší úrovní expertízy, než kterou mají čeští experti zde, neznamená to, že každý Japonec má větší expertízu než tito experti. Paní Poskočilová pokračuje v rozvíjení opozice původu a expertízy:

[Představte si, že] vedle sebe budou stát dva kuchaři. Český, například pan Hora z restaurace Yamato, která tradičně v Japonsku vítězí v sushi disciplínách, a vedle něj bude stát japonský kuchař, který je [normální vyučený] kuchař. A většina lidí si bude myslet, že od toho Japonce je to sushi lepší, že je autentičtější.

(on-line rozhovor, 13. dubna 2023)

Zde lze vidět tendence přisuzovat větší autentičnost na základě původu než na základě expertízy, pokud jsou tyto dvě úrovně postaveny do opozice. Přitom autenticita sushi od českého kuchaře, který se celý život věnuje zdokonalování svého řemesla, a pokud má k tomu navíc japonského mistra, od kterého se řemeslu naučil, může být na vyšší úrovni než autentičnost na základě původu bez expertízy. Na druhou stranu zde může být problematika odlišností kulturního systému, která by mohla položit otázku, zda nám bez konkrétního původu neunikají nuance, které jsou pro autenticitu zásadní.

Celkově lze ovšem říct, že je to opět otázka, kterou nelze zcela uzavřít. V rámci této práce slouží spíše pro zamýšlení nad komplexností autentičnosti a pro odkrytí pohledu na více úrovní zobrazení cizí kultury.

Stát a jeho lidé – Reprezentace státu x reprezentace lidí

Poslední úvahou, nad kterou se v této kapitole zamyslíme, je problematika toho, zda je více autentická reprezentace státu nebo reprezentace lidí. Tento problém jsme otevřeli již v závěru první části práce. Pro připomenutí, státní reprezentace může být více uniformní, ale zatížená politickými intencemi, zatímco reprezentace lidí se může lišit na základě sociální pozice nebo místa narození. Celkově nelze říct, že je jedna z nich více autentická než druhá, jelikož ve výsledku je stát tvořen jeho lidmi. Přesto nelze tvrdit, že je stát jednoduchý souhrn svých občanů. Obvykle při otázce autenticity máme tendence tyto úrovně nevnímat a zaměřovat se na entitu „Japonska,“ která obsahuje jak lidi, tak stát, a jen málokdy je tato entita rozdělena v analýze na její dílčí části, a to i když může být pojetí autenticity mezi nimi odlišné (Cole 2007). Proto je důležité upozornit na fakt, že tyto linie mohou být odlišené, a že se jejich pohled na to, co je autentické, může zásadně lišit.

V rámci této práce není dostatek prostoru na podrobnější úvahy o této otázce, a odpověď na ní není jednoznačná ani jednoduchá. Přesto, stejně jako ostatní polemiky této

části kapitoly, slouží k ilustraci faktu, že autenticita není jasná metrická škála, na které můžeme změřit úroveň zobrazení kultury. Autenticita je komplexní pojem, ve kterém se skrývá mnoho odlišných analytických úrovní a teoretických úvah, které se vztahují ke stejné problematice, ale ve výsledku mohou být neslučitelné, jak jsme viděli i v rámci prezentované teorie. Pokud se zabýváme autenticitou, musíme si tedy kromě otázky, *co* a *jak* je zobrazováno, položit také otázky typu, *k čemu* se toto zobrazení vztahuje, jaké jsou jeho *cíle*, anebo v jakém *prostředí* se odehrává.

2.2.4. – Shrnutí

V průběhu kapitoly jsme si položili a zodpověděli tři základní otázky ohledně autentičnosti zobrazované japonské kultury v rámci výzkumného terénu. První z nich ukázala, že japonská kultura u nás je na vysoké úrovni a autentická, i když v různých terénech se může lišit pojetí autenticity jako takové. Druhá otázka ukázala limity a hranice této autenticity na základě specifík našeho prostředí. A konečně třetí otázka odkryla další komplexní úrovně a pohledy na problematiku, a dokázala, že není vůbec tak jednoduchá, jak by se mohlo na první pohled zdát.

V následující kapitole se pak konečně podíváme na idealizaci Japonska v České republice, ke které jsme v průběhu celé práce směřovali.

2.3. – Japonsko exotické – Idealizace Japonska v České republice

Jak se zobrazuje Japonsko na těch akcích?

Tak v zásadě idealizovaně, to je jasné smích. A to na všech [z nich].

(Tomáš Suk, on-line rozhovor, 18. ledna 2023)

Mohu říct zcela určitě, že když jsem jel do Japonska [poprvé], tak jsem si vezl dva kufry plné iluzí o tom, jaká ta země má být.

(Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023)

Tady je něco, co já mám rád, a představuji to ostatním.

Tak přece nebudu představovat tu špatnou část.

(Martin Peták, on-line rozhovor, 17. dubna 2023)

Citáty na úvod nám představují tematiku, na kterou jsme naráželi v průběhu celé práce, a na kterou je v rámci práce uniformní pohled všech informátorů a zdrojů. Jedná se o problematiku idealizace Japonska u nás.

Prakticky všichni informátoři se shodují na tom, že v rámci výzkumného terénu existují tendence různých aktérů si Japonsko idealizovat. Nicméně ačkoliv je tento pohled jednoznačný, samotná problematika idealizace je komplexní a její konkrétní podoba se bude lišit podle toho, koho se zeptáte. V této kapitole se proto podíváme na některé nejvýznamnější podoby idealizace v rámci výzkumu, a zkusíme nalézt a analyzovat důvody toho, proč a jakým způsobem se u nás idealizační proces projevuje. Pro komplexnější představu problematiky se také podíváme na procesy, které u nás naopak idealizaci rozporují, a na opačnou idealizaci Západu v Japonsku. Jako první si pojdme ustanovit, co to vlastně idealizace je.

V samotném základu teoretického zakotvení této kapitoly se nachází zásadní kniha postkolonialismu, slavný titul *Orientalismus* Edwarda Saida. Ústřední myšlenkou knihy je argument, že Orient, tak, jak je zobrazován na Západě, je invencí vědeckých disciplín, literárních žánrů a koloniálních politik (Tošner 2008, 125). Podle Saida je geografické vymezení Orientu arbitrární a kategorizace lidí podle národní příslušnosti, kulturních tradic

nebo náboženské víry je produkt lidského myšlení, ne přirozená vlastnost (Said 1979, 14-16). V tomto argumentu nejde pouze o to, že by byl "pravdivý obraz" Orientu vědeckým a politickým zprostředkováním deformován, ale hlavně o to, že jím byl konstruován (Tošner 2008, 125). Said zkoumá primárně vztahy vědění a moci v rámci reprezentace jiných než západních společností pro západní příjemce, a věnuje velkou pozornost studiu diskurzu o „těch druhých.“ Kritizuje orientalistické produkce zobrazení Orientu za to, že na základě esencialismu a představy inherentně hierarchických vztahů mezi společnostmi produkují pozitivní obraz Západu ve srovnání se zeměmi na Východ, a upevňují mocenské nerovnosti hegemonie Západu, čímž přispívají k legitimizaci západní nadvlády (Said 1979, 11-14).

Saidovo dílo ve své době vyvolalo bouřlivou debatu. Ačkoliv jeho teorie orientalismu přináší zásadní zlom v produkci vědění o antropologických Jiných, je od své publikace podrobována také silné kritice. I když práce mluví o tendenci vnímat Orient jako homogenní entitu, Said se dopouští stejného prohřešku na jeho zobrazení Západu, což vede ke kritice, která se nazývá okcidentalismus (Tošner 2008, Todorova 2009). *Orientalismu* je také vyčítána nedostatečná sociální a ekonomická kontextualizace, a přílišné zaměření na texty (Todorova 2009, 7-8). Problematický je dále fakt, že Saidovo pojetí nezvažuje možnost reprezentace, která je pravdivá (ibid.). Jiní autoři se pak vyjadřovali vůči Saidovu přílišnému zaměření na arabský svět, a vůči tomu, že ačkoliv se snaží o reflexi odlišnosti a rozmanitosti, svým všezahrnujícím zjednodušeným pohledem na věc dosahuje vlastně pravého opaku (Vránová 2008, 67-68). Celkově je akademická diskuze okolo orientalismu velmi komplexní, a pro podrobnější přehled mohu doporučit jak úvodní kapitolu Marii Todorové o balkanismu (2009), tak bakalářskou práci Zuzany Vránové, která se věnuje problematice orientalismu i před Saidem a identifikuje různé historické kořeny produkce opozičních entit Západu x Východu (2008).

Co ovšem literatura obvykle pojmenovává, je fakt, že Saidova studie *Orientalismu* je ve výsledku primárně problematikou reprezentace Jiných v západním prostředí (Tošner 2008, Todorova 2009, Vránová 2008). Vránová shrnuje myšlenku orientalismu podle Saida jako mocenský a politický vztah mezi Východem a Západem, který vytváří stereotypní, zkreslující a často až dehumanizující obrazy Východu, objevující se ve vědecké, literární a umělecké produkci Západu (2008, 5). Toto shrnutí je pro naše potřeby užitečné, nicméně je zde nutné poznamenat, že ačkoliv se literatura o orientalismu většinou zaměřuje na negativní zobrazení Východu, stereotypní a zkreslující obrazy produkované na Západě mohou být také pozitivně nabitě, což je zásadní pro problematiku idealizace Japonska. Vránová dále podotýká, že ačkoliv se Said zaměřuje primárně na mocenské aspekty tohoto vztahu, které jsou důležité, tyto vztahy nemusí nutně být podkladem celého problému, jelikož se jedná

primárně o antropologický problém vyrovnání se s odlišností (2008, 67). Cenná je pro naše potřeby v tomto ohledu zejména snaha vnímat orientalismus jako specifický prostředek reprezentace „těch druhých,“ který není limitován pouze na opoziční kategorie Západ a Východ, a snaha o inkluzivnější pohled na problematiku mimo mocenské a politické vztahy. Celkově se pak literatura shoduje, že problém orientalismu není překonaný, ale stále důležitý v dnešní globalizované době, kdy nejsou kategorie My a Oni tak geograficky, vzdálenostně či kulturně oddělené jako tomu bylo v minulosti (Tošner 2008, Vránová 2008).

Konkrétní podoba orientalistické produkce může též být lokálně specifická, jak argumentuje i Todorova ve své studii zobrazování Balkánu na Západě (2009). Její kniha vyjadřuje, že orientalismus nelze nekriticky použít v jiných prostředích, protože u Saida je spjatý s arabským světem, a jinde je nutné zkoumat, zda lokální kontext problematiku nějakým způsobem neovlivňuje (ibid., 11-16). Tato připomínka je zásadní, ovšem je nutné zmínit, že v základu se stále jedná o problematiku zobrazování Jiných, a zcela základní aspekty této reflexe naší kulturní produkce jsou tedy aplikovatelné i jinde. V tomto ohledu proto budeme v této práci vycházet primárně z obecných a základních tvrzení orientalismu, které poukazují na rozměr západního zobrazování jiných kultur, které je pro nás zde relevantní, a na tomto základu pak vystavíme analýzu idealizace Japonska v České republice.

Ted', když máme definovaný obecný teoretický rámec problematiky, můžeme se podívat na to, o jaké rovině idealizace se bavíme zde. V rámci této práce ji budeme definovat takto:

Idealizační proces se vyznačuje tendencemi vnímat zemi nebo kulturu na základě stereotypizovaných představ, které jsou oddělené od jejich konkrétního geopolitického, ekonomického, sociálního a kulturního kontextu. Klade důraz na pozitivní zobrazení a zastírá přítomnost zobrazení negativních nebo takových, které rozporují idealizovanou představu. Konkrétní použité aspekty kultury mohou být autentické, ale zdůrazněné nebo izolované tak, že se může tvořit představa, složená z vybraných a upřednostněných atributů kultury a země, která odpovídá pouze těm částem reality, které podporují idealizovaný náhled. Takové zobrazení je často vytvořeno na základě pozice a zkušenosti našeho vlastního prostředí, i když tato zkušenost neodpovídá realitě zobrazovaného kontextu. Tyto představy mohou být tvořeny individuálně na základě osobních preferencí jednotlivce; komunitně na základě zájmových procesů větší skupiny; nebo institucionálně, kdy jsou vědomě či nevědomě prezentovány vertikálně od centrálně organizované instituce, společnosti nebo jiné entity konzumentům jejich produktů, programu a aktivit.

Tato obsáhlá definice procesu zahrnuje veškeré aspekty idealizace, které vyvstaly v rámci výzkumu. Tím pádem je samozřejmě ohraničena výzkumným vzorkem a terénem. Z podstaty výzkumu zaměřeného na více terénů a z podstaty mé vlastní pozice, jak jsme ji popsali v úvodní kapitole, byla většina informátorů na vysoké úrovni expertízy, co se zájmu o Japonsko týče. Jedná se proto zpravidla o lidi, kteří jsou si schopni vliv idealizace uvědomit jak u sebe, tak u ostatních, anebo jej dokonce do větší míry překonali, alespoň v úrovních, o kterých se v práci bavíme. A ačkoliv takto koncipovaný vzorek umožnil tuto problematiku vůbec pojmenovat a vnést do ní světlo, je důležité zmínit, že nejsilnějších úrovní idealizace dochází z její podstaty u lidí, kteří si jí vědomi nejsou, a kteří jsou ve výzkumném vzorku zastoupeni v mnohem menší míře než experti a veteráni. Neznamená to ovšem, že by byla tato problematika v rámci práce nahlížena „zvnějšku,“ jelikož většina informátorů popisuje svou vlastní idealizační zkušenost. Nicméně se již zpravidla nejedná o její nejryzejší podobu. Můžeme tedy vnímat pohled na idealizaci v této práci z pozice určité zpětné sebereflexe.

V průběhu kapitoly se podíváme na úrovně idealizace, které osvětlují jednotlivé části představeného pojetí. Začneme několika příklady idealizačního procesu, se kterými jsem se v průběhu výzkumu setkal, a které jej ilustrují v rámci naší definice.

2.3.1. – Idealizace pod lupou – Projevy idealizačního procesu v rámci výzkumného terénu

Jednotlivých projevů idealizace je nespočet. Kromě těch, které jsme viděli v předchozích kapitolách, se v této pasáži podíváme na pár vybraných. V žádném případě se nejedná o konečný výčet všech aspektů idealizace, ale poslouží nám pro ilustraci vzorců, podle kterých se může tato problematika odvíjet.

Příkladem idealizované představy může být následující výtah z terénních poznámek kurzu japonštiny:

Jeden ze žáků si myslel, že Japonci píšou všechno hezky kaligrafií. Byl zklamán, když zjistil, že píšou stejně jako my, když píšeme psacím.
(Terénní poznámky, kurz japonštiny ČJS)

Na této ukázce lze vidět dvě věci. Za prvé je to hezký příklad idealizované představy, vytvořené na základě předchozího vnímání kaligrafie. Tento žák, jako mnoho z nás, pravděpodobně viděl krásné japonské svitky s kaligrafickým písmem. Tato představa sama o sobě není chybná, ale ukazuje pouze malý kousek toho, jak může japonská kaligrafie, nebo japonské písmo celkově, vypadat. Ačkoliv to tedy můžeme považovat za ukázkou vrcholné

úrovně kaligrafie, každodenní psací realita Japonců je od ní výrazně odlišná. Což je logické, protože kaligrafie je zaměřena na estetiku, a nehodí se do praktičnosti každodenního psaní. Tato idealizovaná představa žáka, že všichni Japonci píšou všechno kaligrafií, pak byla v rámci kurzu konfrontována s realitou, že tomu tak není. Takové setkání s realitou je druhá věc, kterou nám tato pasáž terénních poznámek ukazuje, a je to příklad nejvýznamnějšího anti-idealizačního procesu, kterému se budeme věnovat níže.

Idealizované představy pak často vznikají na základě zobrazování stereotypizovaných kulturních atributů. Pro ilustraci takových atributů se můžeme podívat na následující část terénních poznámek z přednášky o cestě do Japonska na Animefestu. Důležitý v tomto ohledu není obsah přednášky, ale estetika prezentace:

V prezentaci obrázek pagody. Na snímku o koronaviru paní v černém kimonu s rouškou. Pak další pagoda, alej rozkvetlých sakur, ještě jedna pagoda a rozkvetlá sakura.

(Terénní poznámky, Animefest 2022)

Obrázky pagod v prezentaci nebyly všechny stejné, nicméně ukazovali krásné propagační fotky typicky japonské architektury. Tato estetika je opět autentická, ale jednotlivé fotky jsou využity pro účely prezentace, pro přilákání pozornosti diváka a prezentaci Japonska jako vysoce estetické nebo na estetice si zakládající země, a jsou pro tento účel „vytrženy“ ze svého historicko-kulturního kontextu. Stávají se objektivizovanými atributy kultury, připravenými ke konzumaci (Mare 1999, Cohen 1988). Jeden takový vizuální příklad nabízí Obrázek č. 7:



Obrázek 7: Fotografie japonské "plovoucí" brány torii v šintoistické svatyni Icukušima v prefektuře Hirošima z webové stránky Information planet.

Na obrázku vidíme jednu z neznámějších japonských památek, vyfotografovanou při západu slunce, což dohromady vytváří krásnou fotografii podtrhující odlišnost japonské architektury. Ačkoliv tato fotografie zobrazuje skutečné místo, vidíme prakticky jen její krásu z lichotivého úhlu. Nevíme o ní ale nic více, nevíme, jak vypadá její okolí, jaká je její historie anebo jak vypadá tato brána v rámci každodenní reality. Nesnažím se zde zpochybnit vizuální přitažlivost této památky, ale spíše říct, že je to vybrané krásné zobrazení japonské architektury pro konkrétní účely propagace nebo zachycení krásného momentu. Takové fotky se pak stávají stereotypním zobrazením japonské architektury, a pro lidi, kteří o Japonsku mnoho neví, se může tvořit představa, že celé Japonsko vypadá stejně jako na fotkách těchto stereotypizovaných atributů. Ve výsledku se může objevit tendence vnímat jednu extrémní pozici na škále zobrazení Japonska jako odraz celé země. Tato představa je pak dále podtrhována například právě v prezentacích, které ukazují pro potřeby zaujetí diváka pouze takové extrémně pozitivní zobrazení.

Na základě konzumace takto objektivizovaných kulturních atributů může dojít k vnitřní formulaci představy, že Japonsko je země plná *pouze* takových atributů, což vede k idealizovanému vnímání země bez jejích realističtějších nebo negativnějších aspektů.

V tomto ohledu je dobré zmínit, že tyto atributy jsou součástí primárně tradiční japonské kultury. Ta je, jak jsme viděli v kapitole 2.1., stále v současném Japonsku živá a není jen vzpomínkou na minulost, ale pro naše potřeby ji oddělujeme takto od moderní kultury, jako jsou technologie nebo anime. Na dichotomii tradiční x moderní kultury lze pak ukázat aspekty explicitní a implicitní idealizace.

V rámci výzkumu se neobjevily pouze idealizované představy o tradiční části japonské kultury, ale mnoho informátorů se vyjadřuje také o technologickém rozvoji Japonska. V tomto ohledu je pro naše prostředí tradiční kultura více exotická, a proto viditelná, je tedy mnohem jednodušší kolem ní a jejích atributů rozeznat problematiku idealizace. Technologie (i japonské) máme ovšem natolik internalizované, že bychom u nich mohli idealizaci na první pohled pominout (viz kap. 2.1.). I zde ovšem může idealizační proces fungovat. Představy o japonských technologiích jsou stejně jako u tradičních atributů ukotveny ve skutečné realitě, ale přesto je pravděpodobné, že se představa o Japonsku jako technologické velmoci člověka, který v Japonsku nikdy nebyl, bude od reality silně lišit. Jelikož jsou nám ale technologie známější nebo méně exotické, idealizace zde může být nenápadnější a implicitnější.

Další aspekty idealizačního procesu můžeme ilustrovat na příkladech z japonské

kuchyně. Podobně jako u problematiky specifík našeho prostředí u autenticity, i zde lze vnímat tyto vzorce. Japonské jídlo je zpravidla zobrazeno velmi chutně a lákavě, ale z podstaty rozdílnosti prostředí a kulturních kořenů chuti Čechů a Japonců nám tyto pokrmy nemusí chutnat, i když jsou připraveny na vysoké úrovni (Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023). Chut' je přece jen subjektivní a založená primárně na naší kulturní zkušenosti. Proto si na základě vizualizace představujeme chut', která vychází ze základu našeho chut'ového prostředí, ale která může být ve výsledku odlišná od toho, jak chutná japonské jídlo. Čím estetičtější zobrazení jídla a čím větší idealizovaná představa jednotlivce, o to větší může být i výsledný rozdíl mezi tím, jak jídlo skutečně chutná, a jak jsme si představovali, že bude chutnat.

U příkladu japonské kuchyně ještě zůstaneme. Někdy se může stát, že představy jednoho konkrétního atributu zcela přebijí a zakryjí veškeré další podobné atributy konkrétní kultury. Tuto problematiku pojmenovává pan Itó:

Lidé zde [v České republice] znají velmi dobře japonskou kuchyni, jako je sushi, ale zároveň si neuvědomují existenci jiných typů [japonského jídla]. Takže pro ně se japonská kuchyně rovná sushi, a neví, co jiného Japonci jedí.⁶⁴

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

Pro mnoho Čechů tedy může sushi představovat japonskou kuchyni jako celek, a to i přesto, že je velice rozmanitá i mimo tento typ pokrmu. To vše na základě stereotypní exotické představy o japonské kuchyni, která je ztotožněna se sushi.

Posledním aspektem idealizace, kterým se v této pasáži budeme zabývat je její proměnlivost podle našeho zájmu. Idealizační proces se zpravidla proměňuje podle konkrétních zájmových preferencí jednotlivců. A to na obě strany. Člověk se může zajímat o jednu výšeč japonské kultury, a mít díky tomu vnímání Japonska nebo této konkrétní výšeče více idealizovanou, ale naopak také méně idealizovanou, pokud se v rámci zájmu setkal s realističtější zobrazením. Tento zájmový pohled na idealizaci můžeme ilustrovat na následujícím citátu pana Suka:

Třeba já moc neřeším Japonsko z pohledu například sportu nebo soudobé kultury. To pro mě není tak zajímavé, není to pro mě tím výjimečným Japonskem, protože v rámci globalizace si myslím, že se tohle všechno tak nějak sjednotilo. [...] A tu dnešní například anime kulturu mám vlastně rád, a rozhodně bych neřekl, že to je špatný zážitek, ale aktuálně [se s ní] příliš

⁶⁴ Původní znění: People here know very well Japanese cuisine like sushi, but at the same time, they do not know the other types. So, for them Japanese cuisine equals sushi, and they do not know what Japanese people eat other than that.

neztotožňuji. Takže pro mě Japonsko tak nějak žilo v těch dobách samurajů, to je pro mě taková nejzajímavější část japonské historie a kultury.

(on-line rozhovor, 18. ledna 2023)

Více než konkrétní zájmy pana Suka nás zde zajímá fakt, že konkrétní podoba ideální představy Japonska může být ovlivněna zájmovými preferencemi jedince. Pan Suk má pak dobu největší idealizace za sebou, ale výčet jeho cesty úrovněmi zájmu o Japonsku ilustruje, že se vždy zajímal o konkrétní výšeč japonské kultury, kterou představuje období samurajů. Proto, ať už si některé aspekty Japonska dříve idealizoval, či neidealizoval, vždy byl tento proces ovlivněn jeho zájmem o toto období.

Tato pasáž se pokusila analyzovat některé základní aspekty idealizačního procesu, se kterými jsem se v rámci výzkumu setkal, a které doplňují nebo podporují případy idealizace z předchozích kapitol a její celkovou definici na začátku této. Nyní, když je doufám zřetelnější, s čím máme tu čest, pojďme se podívat na to, odkud idealizace v našem prostředí plyne.

2.3.2. – Cestopis, exotika a anime – Původ idealizace v České republice

V této části zkusíme identifikovat jednotlivé kořeny idealizačního procesu v České republice. Představím zde ty, které vyplývají z terénního výzkumu, spolu s krátkým ohlédnutím do historie na staré české cestopisy o Japonsku. Je ovšem potřeba zmínit, že ačkoliv jsou následující důvody idealizace důležité, samotná problematika idealizovaných představ je velice individuální, a může se lišit mezi konkrétními jedinci. Neberme proto následující analýzu jako konečný a zevrubný popis jednotlivých důvodů idealizace, ale spíše jako kontextuální rámec, ve kterém se idealizace Japonska u nás děje.

Jak jsme měli možnost vidět v první části práce, Japonsko je u nás zobrazováno zpravidla pozitivním způsobem. JICC i Česko-japonská společnost se zaměřují na propagaci Japonska a japonské kultury u nás. Anime komunita je pak volnočasová zájmová komunita, a volný čas má také obvykle pozitivní konotace. V našem výzkumném terénu se proto proces idealizace objevuje na základě konkrétních cílů jeho složek:

Aktivity ambasády jsou definované, že mají propagovat svoji zemi, což je naprosto v pořádku, to je normální. A aktivity ČJS jsou taky zaměřené na propagaci japonské kultury. To znamená, že ani z jedné z těchto struktur neuvidíš ve většině případů něco, co by tu zemi ukazovalo ve špatném

světle, i když to samozřejmě existuje. Problémy má každá země, i Japonsko, a i když jsem v podstatě jeho milovník tak je potřeba chápat i tohle.

(Tomáš Suk, on-line rozhovor, 18. ledna 2023)

Aktivita obou institucí i komunity musí být především zajímavé pro jejich návštěvníky, jinak by nemělo smysl je dělat. Podobně například pan Thoma, když prezentuje své fotky na akci JICC, tak vybírá ty hezké, které zaujmou a potěší návštěvníky (konverzace s autorem, 23. listopadu 2021). A podobně jsem já, když jsem měl možnost prezentovat aktivity výzkumného terénu na Animefestu v roce 2023, zvolil do prezentace primárně subjektivně hezké a esteticky přitažlivé obrázky, aby byla prezentace pro lidi zajímavá. Pro představu, Obrázek č.7 je jednou z fotek, které jsem pro svou prezentaci použil.

V tomto ohledu lze říct, že pozitivně objektivizované a stereotypizované atributy japonské kultury jsou ve své podstatě základním zobrazením Japonska ve výzkumném terénu a v určité míře i v našem prostředí celkově. Na tomto základu pak není překvapivé, že se pro lidi bez přímé zkušenosti s japonskou kulturou může tvořit idealizovaná představa Japonska. Idealizace v našem terénu je zcela přirozený proces, který vychází z konkrétního nastavení a cílů JICC, ČJS i anime komunity.

Idealizace jako taková také bezpochyby není doménou pouze představ o Japonsku. Její prvky nalezneme i u představ o jiných evropských zemích, nebo dokonce městech či regionech v rámci naší republiky. Takto se o problematice vyjadřuje pan Hýbl:

Dostanete část té informace a nežijete v tom. Člověk má potřebu idealizovat si to, co tady nemá. Projektovat si to někam jinam. U spousty lidí je to do toho Japonska. Je to fakt a asi se s tím nedá nic dělat.

(on-line rozhovor, 16. března 2023)

Idealizace plyne ze své podstaty z neúplné informovanosti, z nevědomosti všech aspektů konkrétního prostředí nebo kultury, a je zcela přirozená. Vránová v tomto ohledu poznamenává, že dokud si nejsme vědomi generalizace, stereotypizace a etnocentrismu, a dokud tato problematika není pojmenována, tak operujeme bezděčně v systému myšlení země nebo prostředí, ve kterém žijeme (2008, 67). V literatuře se pak objevují tendence lidí projektovat si do ciziny nebo do neznáma věci, které ve svém prostředí nebo životě nemá (Heřmanská 2011, Vránová 2008), na což pan Hýbl v tomto citátu také upozorňuje. Rád bych ovšem argumentoval, že konkrétně idealizace Japonska má svá specifika, díky kterým je možné ji lépe pozorovat a popsat, a díky kterým může být idealizační proces u nás rychlejší a snadnější. Je to zejména její exotičnost v našem prostředí.

Vzpomeňme si na aspekty exotického Japonska, na které jsme narazili v první kapitole této části. Japonsko je pro nás velmi odlišné kulturní prostředí, jak potvrzují i sami informátoři. Připomeňme si v tomto ohledu úvodní citát z kapitoly 2.1.:

Ta kultura je prostě něco. Za prvé je to teda druhý konec světa, ale je to taky druhý konec té škály toho, jak žijeme my tady, a jak žijou oni tam.

(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

Ať už se podíváme na architekturu, geografii, estetiku, sociální, nebo kulturní systém, pracovní prostředí či například etiketu, Japonsko je od České republiky velice odlišné. To je ještě umocněno japonskou tendencí udržovat tradice živé a obdobím Edo, ve kterém se mohla japonská kultura vyvíjet bez přerušení po své ose. Díky těmto odlišnostem je pro nás Japonsko velmi exotické. A to s sebou zpravidla přináší punc tajemna a zvědavosti. Kateřina Heřmanská, která se ve své bakalářské práci věnuje problematice exotiky v české cestovatelské literatuře, popisuje historické rozlišování našeho prostoru a exotického Jiného (2011, 26). Opět se zde projevuje nutnost vyrovnat se s odlišností jiných lidí a prostředí, než na jaké jsme zvyklí, podobně jako v základu orientalismu. Toto neznámo může vést k tendenci vyplňovat bílá místa exotickými představami a výmysly, kde je zvýrazňována tato odlišnost od našeho prostředí. Exotika je vnímána jako způsob zábavy a jako protiklad každodennosti (ibid., 26-27; 57). Není proto divu, že to, co vnímáme jako exotické, přitahuje nás i naši pozornost.

Vzpomeňme si zde na aspekty viditelnosti japonské kultury z kapitoly 2.1., že je díky její exotičnosti snazší si jí všimnout než například kultury francouzské. Tento jev má vliv i na idealizaci. Zpravidla si všímáme zejména těch nejvíce stereotypně exotických atributů japonské kultury, a to může mít za následek produkci představy o Japonsku primárně a pouze na základě těchto atributů. To souvisí také s faktem, že cesta do Japonska není pro Čechy vždy snadná. Jsou zde překážky vzdálenosti a ceny. Pokud k tomu přidáme, že povědomí o Japonsku je velmi rozšířené, vzniká nám plodná půda pro rozvoj idealizačního procesu.

Mnoho lidí má možnost Japonsko nahlížet ne na základě osobní zkušenosti, ale primárně skrze zprostředkované vnímání stereotypizovaných a exotických atributů jeho kultury, což může vést k tendencím vnímat tuto zemi pouze jako soubor takových atributů. Ty jsou ale ve výsledku jen špičkou ledovce Japonska. Pod nimi se skrývá komplexní systém kultury, životní filozofie, sociálního systému, ale také třeba politiky anebo mezilidských vztahů. Objektivizace a stereotypizace jednotlivých atributů mají pak za následek vytržení jednotlivých atributů z tohoto systému, což je základem procesu tvorby idealizované

představy.

Tento aspekt idealizace je silně individuální a její konkrétní projev bude záviset na pozici, zájmu a nastavení jedince. Jako příklad nám zde může sloužit japonská estetika, v jejíž odlišnosti někteří informátoři vnímali možnost lepšího sebevyjádření. Tato představa pak může být na úrovni relevantní snahy najít jiné možnosti vyjádření své identity ve vlastním životě skrze komplexní vztah s japonskou kulturou například u čajového obřadu. Na druhé straně škály ovšem často leží, zejména v rámci anime komunity, idealizovaná představa možností sebevyjádření v Japonsku, založená na estetice anime postav, cosplayerů anebo specifických módních stylů, jako je *lolita*. Příkladem takového vnímání Japonska může být fakt, že někteří zájemci o japanologii přijdou k přijímacímu řízení na tyto obory oblečení v cosplayi (Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022). Hezkou ukázkou toho, jak se taková představa může následně poměřovat s japonským kulturním systémem je Obrázek č. 8:



Obrázek 8: Vtipný obrázek ze sociálních sítí. Představuje mladého muže oblečeného podle estetiky anime a reakci staršího Japonce. Původní verze sdílená ve facebookové skupině Svět

anime, mangy a Japonska, *tato verze bez popisku je získána z platformy pro sdílení vizuálních souborů Imgur.com.*

Tento vtipný obrázek z Facebooku, nazvaný obvykle „They will understand me in Japan“ (V Japonsku mi budou rozumět), poukazuje na fakt, že ačkoliv je v Japonsku přítomná i jiná, pro nás exotická, estetika, neznamená to nutně, že je tam možnost úplné svobody sebevyjádření. Zde mluvím zejména o pohledu společnosti na to, co je považováno za normální. V Japonsku jsou okovy tohoto společenského základu „normálnosti“ zpravidla více svazující než u nás. Vybočovat z řady je podezřelé, a extrémní estetika *lolita* stylu nebo postav v anime je právě výsledkem snahy vymanit se z tohoto tlaku společnosti na jedince. Tendence vnímat pouze tuto extrémní pozici sebe-vyjádření v rámci japonského systému (která je navíc často asociována s pubertální snahou vymezit se vůči rodičům a majoritní společnosti) a považovat ji za odraz celého Japonska, je ukázkovým příkladem idealizace.

Posledním aspektem idealizace v této pasáži je fakt, že ačkoliv stereotypní objektivizace atributů kultury zastírá jejich kulturní kontext, tento kulturní kontext stále existuje a je skutečný:

Vlastně víceméně cokoliv si přečteš o Japonsku, tak je hrozně zajímavý, a přijde ti to jak z jiné planety. A ptáš se, jestli je to skutečný, ale když se v tom pohybuješ dýl, tak si řekneš jo, je to skutečný.

(Klaudie, osobní rozhovor, 7. února 2023)

Na tomto citátu lze ukázat, že i když je Japonsko pro nás fantastická a exotická země, je to stále *skutečná* země. Idealizační proces může být umocňován tím, že stereotypní atributy, které přitáhnou naši pozornost, jsou opravdu reálné, v Japonsku existují, a můžeme je najít i jinde jako autentický odraz japonské kultury. V tomto ohledu je proto důležité zmínit, že idealizační proces nezpochybňuje skutečnost a autentičnost samotných atributů kultury, ale má spíše tendence oddělovat je od jejich kořenů pro možnost jejich využití ve tvorbě idealizované představy.

Další úroveň idealizace Japonska leží ve faktu, že pro většinu lidí v rámci výzkumného terénu, je japonská kultura jejich volnočasový koníček. Pohled na idealizaci Japonska skrze brýle volnočasového zájmu přidává další rozměr tendenci zobrazovat Japonsko u nás pozitivně.

Pokud si vzpomeneme na logiku přidávání příspěvků na sociální síť anime komunity, Klaudie říká, že „obecně by ten obsah měl být zábavný, přece jen je to zábavná skupina a není mým cílem ty lidi zahltit nějakýma smutnýma nebo vědomostníma informacema“ (osobní rozhovor, 7. února 2023). Na tomto citátu lze najít konotace volnočasové aktivity. Taková aktivita nám poskytuje únik z každodenních povinností, a je od nich přísně oddělená (Best 2010). Z této pozice je pak japonská kultura, která je konzumentům předkládána, zpravidla zjednodušená, aby byla zajímavá (Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023). To jsme ostatně mohli vidět i na popisech terénu z první části práce. Takto zjednodušená kultura je pak opět zbavena velké části svého kulturního kontextu, což umožňuje její snazší použití v rámci idealizace.

V tomto ohledu je také nutné zmínit, že idealizace je opět přirozeným procesem této volnočasové pozice, a ne nutně „zlý“ faktor, proti kterému by bylo nutné bojovat:

Je otázka, jestli má smysl [idealizaci] vyvracet u lidí, kteří mají [zájem o Japonsko] jen jako hobby, chutná jim sushi, a občas tam zajedou jako turisté. Za mě asi ne. Kdo to chce zkoumat víc do hloubky, tak pak samozřejmě může.

(Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023)

Japonsko je pro potřeby volnočasového zájmu Japonsko zjednodušené, zajímavé, a zpravidla idealizované. A je to zcela přirozené. Ovšem tato přirozenost neubírá idealizaci nic na její zajímavosti pro antropologickou analýzu, spíše naopak. Dále se podíváme na aspekt idealizace Japonska, ve kterém Japonsko vůbec figurovat nemusí.

Idealizace Japonska nemusí mít nutně souvislost s Japonskem jako takovým, ale spíše s jinými externími faktory. Příkladem zde může být dříve zmíněná tendence idealizovat si věci, které nemáme. V tomto ohledu není základem idealizačního procesu Japonsko, ale spíše absence něčeho v našem prostředí. Další úroveň této problematiky osvětluje následující část rozhovoru s Klaudií:

Autor – Co si představíš pod Japonskem a japonskou kulturou?

Klaudie – Já bych řekla, že to je vlastně komunita, která mi pomohla najít nějaký místo, když jsem ho neměla.

(osobní rozhovor, 7. února 2023)

Tento citát ilustruje fakt, že pozitivní pocity, které člověk má v rámci zájmu o Japonsko, a které mohou vést k tendencím si ho idealizovat, nemusí pramenit vždy ze samotného zájmu

o japonskou kulturu, ale mohou se vázat například na komunitní aspekty v našem prostředí.

Tato problematika není celkově v rámci tohoto konkrétního výzkumu příliš zásadní, ale je dobrým pohledem na komplexnost idealizačního procesu, a zaměřuje reflektor pohledu na aspekty, které by nám jinak z idealizačního procesu mohly vypadnout. Další významný kořen idealizace se nachází v anime.

Animovaná tvorba je pro mnoho lidí prvním (a občas jediným) kontaktem s japonskou kulturou. V předchozích kapitolách jsme ustanovili, že ačkoliv je svět v anime často vymyšlený, stále ve velké míře kopíruje aspekty toho reálného. Nesmíme v tomto ohledu ovšem zapomínat, že je tento svět stále vymyšlený, a to i přes super-autenticitu anime (Chaochu 2019). Na realistický základ jsou nasazeny příběhové tropy, které se zaměřují na zaujetí diváka (nebo čtenáře v rámci mangy). V tomto ohledu, sledování anime kopíruje faktory idealizačního procesu, které jsem popsal výše. Zde je idealizace dále posílena faktem, že anime je pro část japonské společnosti způsobem úniku z reality (ibid.). Ačkoliv se tedy anime k této realitě vztahuje, nejedná se o přesnou reprodukci, a i v příbězích z každodenního života, které vykazují největší míru reprodukce skutečného světa, se setkáváme s příběhovými aspekty, jako je nostalgie nebo zjednodušení pro zaujetí diváka:

[Anime ukazuje,] jak fungují školy, co se tam děje, všemožný školní festivaly a takový věci. A najednou to vypadá, že Japonsko je fakt strašně cool a všechno je tam strašně sluníčkový. Tak samozřejmě, že to člověk vnímá pozitivněji. To zkreslení tam takhle je.

(Hintzu, on-line rozhovor, 16. února 2023)

Celkově tedy není anime přesná reprodukce skutečného Japonska, a velká rozšířenost anime sebou nese tendence si Japonsko představovat na základě toho, co vidíme v animované tvorbě. Fakt, že je taková představa nepřesná a idealizovaná, potvrzuje i pan Itó:

Někteří lidé, zejména ti, kteří milují anime nebo mangu, si mohou myslet, že věci, které jsou zobrazeny v anime a manze o Japonsku jsou pravdivé. A také, někteří obzvláště mladí lidé si myslí, že Japonsko, nebo možná obecně Asie, je nějaké ideální místo bez životních obtíží. A mají tendenci trochu unikat z reálného světa do ideálního, perfektního a klidného světa, který vnímají, když se zmíní Japonsko, nebo jiné asijské země.⁶⁵

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

⁶⁵ Původní znění: Some people, especially those who love anime or manga, may think that the things depicted in anime and manga are true about Japan. And also, some especially young people think that Japan, or maybe Asia in general, is kind of ideal place without difficulty in life. And they kind of escape from real life to an ideal, perfect, peaceful world that is regarded when we say Japan or some Asian countries.

V tomto ohledu už Said vnímal vliv elektroniky a médií v moderním světě na reprodukci a posílení stereotypních představ o jiné lidské společnosti (1979), a do těchto kategorií anime bezpochyby spadá. Orientalistická kritika ovšem obvykle poukazuje na reprodukci stereotypních představ v literatuře (Said 1979, Vránová 2008). V následující pasáži se proto podíváme na stopy idealizace Japonska v české cestopisné literatuře.

Idealizace Japonska v České republice není pouze produktem současnosti. Po otevření Japonska v roce 1868 začala být země pomalu přístupná cestovatelům z Evropy. Na přelomu 19. a 20. století se u nás objevují první spisy českých cestovatelů. Joe Hloucha, Barbora Markéta Eliášová, Jan Havlasa a další, ti všichni zprostředkovávali pomocí svého psaní a dalších aktivit Čechům zkušenosti z cest do Japonska. Většina prací z této doby se vyznačuje idealizací Japonska a poetickým literárním popisem exotiky, kterou tato země, těsně po jejím vystoupení z izolace, představovala pro cestovatele z českých zemí (Jirkal 2016). Zejména první dva jmenovaní ve svých pozdějších pracích dokonce cítí nechuť z toho, jak se Japonsko postupem času mění k obrazu Západu, a to jak v aspektech materiálních, jako jsou architektura nebo styl oblékání (Hloucha 1926), tak v aspektech společnosti, zejména v úbytku tradiční japonské etikety (Jamborová 2008).

Pojďme se krátce podívat na úryvek z knihy Joe Hlouchy *Moje „paní Chrysanthéma“*:

Dnes se mi podařilo odhalit alespoň trochu clonu zakrývající tento mi neznámý svět, neboť paní domácí zvěděvši, že sbírám umělecké předměty pozvala mne a přítele Američana ku prohlídce několika vzácných knih.

Jdeme večer sotva se setmělo, vedeni služebnou, dlouhými chodbami spojujícími toto bludiště hotelových budov, až do hlavního domu a naše bohatá paní domácí přijímá nás ve veliké síni a vybízí nás přívětivě, abychom usedli na hedvábné podušky rozložené po rohožích. A teď rozplýváme se v samých poklonách klečíce proti staré hostitelce na poduškách, a naše i její poklony nemají konce.

Pak objevuje se sluha s knihami, které mi předkládá na nizoučký lakovaný stoleček. Prohlížím dychtivě barevné dřevoryty, jimiž ozdobili slavní malíři tyto knihy. Ale ruší mne udivené pohledy všech obyvatelů tohoto ohromného hotelu, kde je Evropan nevidaným hostem. Odevšad přicházejí služebné, hezké dívky, kterých je zde neuvěřitelně mnoho, ba i pozvané gejši opouštějí komnaty, kde baví své hosty a jdou se podívat na dva Evropany zkroucené po japonsku na podlaze nad starodávnými knihami.

Ježto bychom vzbouřili takto celý hotel, zve nás dobrosrdečná dáma do svých soukromých komnat. Donášejí nám čaj a zákusky. Pak představuje nám paní domácí své dvě roztomilé dcerušky, které nám hrají melancholické písně na svá „kota“, ležaté nástroje o třinácti strunách.

Jsou to hezoučké loutky, ty dvě dcerušky paní domácí, stydlivé a rozpačité a odpovídají jednoslabičně a sotva slyšitelně k našim zdvořilostem.

Matka smlouvá s přítelem Američanem, zda by se neujal vyučování jedné z dcerušek houslím, na které by se prý velmi ráda naučila hráti, Američan svoluje.

„Ubohá paní Jama!“ pravím si tiše, neboť vím, že je na svého muže velmi žárlivá. To já o své paní Drahočce říci nemohu. —

Pak nám ukazují děvčátka svoji komnatu a celou výstavu loutek, nádobíčka a různých alegorií, neboť se před několika dny slavila po celém Japonsku „Hina-macuri“, slavnost loutek.

Konečně nás milostivě propouštějí a my jdeme labyrintem dřevěných ochozů a chodeb zpět do našeho domu a za námi zní zpěvy a hudba gejš bavicích v komnatách hotelu své hosty.

(Hloucha 1926, 19-21)

Tato krátká pasáž hezky ilustruje styl, jakým bylo Japonsko v této době zobrazováno Čechům. Jednotliví autoři mají samozřejmě svá specifika, u Hlouchy je to například jeho vztah k ženám, který je zde vidět, a kolem kterého se vlastně celá kniha točí. I ten ovšem, kromě více popisných pasáží jinakosti japonské kultury, vykresluje Japonsko jako exotickou a idealizovanou zemi. To se nám ukáže lépe, pokud srovnáme tento úryvek s úvodní pasáží jednoho z informačních bulletinů japonského velvyslanectví, nazvaného Japonský rok:

V průběhu roku Japonci dodržují mnoho tradic. Kořeny některých z nich sahají i více než tisíc let do minulosti a často jsou spojeny s přírodou a koloběhem ročních období. Nejstarší zvyky obvykle souvisí s domácím náboženstvím šintó, s respektem k duším předků a s úctou k přírodním božstvům *kami*, která mimo jiné zajišťovala dobrou úrodu. I když velká část Japonců v průzkumech prohlašuje, že nejsou aktivně věřící, tyto původně náboženské tradice jsou živé dodnes. Japonsko v průběhu staletí převzalo a přizpůsobilo si tradice z čínské kultury, Buddhismu a ve 20. století i z křesťanství a západní kultury obecně. Na stránkách tohoto bulletinu Vám představíme alespoň některé tyto tradice, svátky a zvyky, které jsou součástí života Japonců v průběhu roku.

(Informační bulletin JICC 2022 „Japonský rok“)

Pokud pomineme rozdíly v době vzniku a zaměření jednotlivých textů, ukáže se nám myslím dobré srovnání tendence vidět Japonsko jako exotickou pohádkovou zemi na jedné straně a jako skutečnou zemi se skutečným komplexním kulturním zázemím na straně druhé. Ačkoliv se oba texty snaží o ukázání odlišných specifík Japonska Čechům, jeden popis je velmi subjektivní a emočně nabitý, zatímco druhý je čistě popisný a dokumentární.

Důležité je zmínit, že oba texty se vztahují k jinému Japonsku. Bulletin mluví o současné zemi s dlouhou kulturní tradicí, ale čeští cestovatelé, jako byl Hloucha nebo Eliášová, dorazili do Japonska brzy po jeho otevření se světu, a přijeli tedy do země, která byla opravdu velmi exotická, jelikož nebylo možné se s ní předtím setkat, a specifická, jelikož se po více než dvě století vyvíjela zcela po vlastní ose. Popis exotičnosti Japonska je

tedy v jejich textech pochopitelný. Rád bych ovšem argumentoval, že tyto cestopisy přispěly k produkci představy idealizovaného Japonska v Česku, na základě zevrubného popisu právě exotičnosti tehdejšího Japonska. Heřmanská v tomto ohledu argumentuje, že exotika přitahuje pozornost publika, a proto je na ni obvykle kladen důraz. I při snaze o podání co nejvěrnějšího obrazu skutečnosti mají cestovatelé tendence popisovat zejména věci, které jsou odlišné od jejich prostředí. U popisu faktických skutečností, jako například lidí, krajiny, fauny nebo flóry, jsou pak často vynechávány věci, které nejsou důležité pro děj (2011, 26-27; 40) a ztrácí se proto reálný kontext prostředí, který není tak zajímavý, jako jeho odlišnosti. V neposlední řadě ukazuje Heřmanská, že i při popisu skutečnosti se objevují tendence k deskripci skrze dobové představy exotiky (ibid., 41). A zatímco Japonsko se od doby starých cestopisů výrazně proměnilo, texty samotné zůstávají dodnes, aby takto exoticky popsanou zemi projektovali čtenářům současnosti.

Podstatné je také to, že sami cestovatelé, i když popisovali jiné Japonsko, měli sami velmi idealizovanou představu této země. Jelikož v té době, opět z důvodů dlouhé izolace, nebylo obvyklé pro Japonce potkat Evropany, dostalo se jim bezpochyby výrazně odlišné zkušenosti, než se dostane lidem dnes. To ilustruje například pasáž z *Mé „paní Chrysanthémy“*, kde se sbíhá celý hotel, aby se podíval na lidi ze Západu. Představa o Japonsku, kterou proto cestovatelé té doby měli, je produktem krátkého časového období, které poměrně rychle pominulo, které je ale zároveň zvěčněno pro naše čtenáře. K pomíjivosti tohoto období přispělo nejen stále větší provázání Japonska se světem, ale zejména také Druhá světová válka, při které a po které se Japonsko výrazným způsobem proměnilo. A je to právě toto specifické a unikátní období, které vytvořilo pro Hlouchu a Eliášovu idealizovanou představu Japonska, a je to právě nevyhnutelné pomíjení této doby, na které si oba stěžují v pozdějších textech, jelikož jim odnáší čistě exotické Japonsko, na jehož základě byla jejich idealizovaná představa země vytvořena.

Ale ne všichni cestovatelé té doby se zabývali pouze exotičností japonské kultury. Například Jan Havlasa vnímá a popisuje i nelibivé aspekty Japonska té doby, což nejlépe ukazuje idealizovaný obraz země, kterou měli spisovatelé, jako byl Hloucha a Eliášová. Celkově lze tedy říct, že staré české cestopisy z Japonska, ačkoliv se vztahují k zemi, která už v této podobě neexistuje (i když její vliv je v Japonsku stále přítomný), jsou stále významným milníkem a zprostředkovatelem představy o Zemi vycházejícího slunce pro české občany, a to i téměř o století později. I pokud nejsou tyto texty tak široce čtené jako tehdy, stále v českém myšlení položily základy stereotypní objektivizace a exotičnosti japonské kultury, kterou můžeme vidět v představách Čechů o Japonsku i v rámci tohoto

výzkumu. Takto položené základy exotiky pak vedou k další produkci a reprodukci těchto představ v dalších dílech (Heřmanská 2011).

Zatím jsme si představili nejvýznamnější aspekty a kořeny procesu idealizace Japonska v České republice, a ilustrovali jsme na konkrétních případech jednotlivé složky definice tohoto procesu, kterou jsme ustanovili na začátku. V následující části se podíváme na faktory, které vedou k reprodukci idealizace na základě již idealizovaných představ.

2.3.3. – Sebenaplňující proroctví – Idealizace kruhem

Jak jsme viděli, jednotlivé části terénu se snaží o to, aby jejich aktivity byly pro návštěvníky zajímavé. To vede nutně k většímu podílu programu, který lidé očekávají a vyžadují:

Myslím, že jak my, tak i JICC nabízíme to, co cizinec chce. Co je pro něj atraktivní. A primárně proto, že potřebujeme, aby se nám [akce] zaplnily. Aby nám na ně někdo přišel.

(Sabina Lukášová, on-line rozhovor, 6. března 2023)

Vzpomeňme si také na logiku za výběrem témat u JICC:

Máme už představu toho, co je populární. Když chodíte na japonské akce, tak se ty vzorce opakují. Je tam vždycky jídlo, čaj, kaligrafie, nebo například *origami*. Lidi jsou už na to celkem zvyklí, a je to populární.

(Kryštof Kohout, osobní rozhovor, 10. května 2022)

Tyto citáty od zástupců ČJS a JICC ukazují, že se snaží přidávat do programu věci, které jsou mezi lidmi známé a populární. V tomto ohledu se pak mohou jednak tvořit idealizované představy, jak jsme viděli výše, ale zejména se také mohou takové představy dále posilovat a utvrzovat, protože lidé pak takový program na základě těchto představ očekávají. Idealizovaná představa o Japonsku tedy může vést k produkci představy idealizovaného Japonska na akcích, a dostáváme se do idealizačního kruhu. Ten je v ještě větší míře viditelný v rámci aktivit anime komunity, kdy samotní její členové prezentují ostatním obraz Japonska, který je, jak jsme viděli, často silně zkreslený. Komunita tedy „vychovává“ lidi, kteří pak „vychovávají“ komunitu.

Další úroveň cyklické idealizace jsou sociální sítě, kdy je na základě jejich algoritmů lidem nabízeno ve větší míře to, co často konzumují. Pokud pak zpravidla konzumujeme hezké obrazy objektivizovaných kulturních atributů Japonska, máme velkou šanci, že se nám takové obrazy budou zobrazovat dále a ve větší míře, stále více potvrzující naši

idealizovanou představu. To je pak opět podtrženo skutečností takových obrazů nebo realističností konzumované populární kultury:

Nejlepší je, jak některý [obrazy], jak to vypadá v anime, tak ve skutečnosti to tak v Japonsku prostě vypadá! Což je naprosto úžasný!

(Natalie, osobní rozhovor, 15. dubna 2022)

Fakt, že jsou v některých částech terénu tendence cyklické idealizace ovšem neznámá, že je to proud, z něhož není úniku, jak uvidíme v další pasáži.

2.3.4. – Srážka s realitou – Anti-idealizační procesy

Jak již bylo v rámci práce naznačeno, nejvýznamnějším faktorem, který idealizaci rozporuje je setkání s konkrétní autentickou realitou Japonska, jeho systému anebo kultury. Většina z informátorů, pokud mluví o něčem, co jim idealizované představy rozbilo, tak se vyjadřuje o setkání s Japonci nebo odlišností jejich kulturního systému, o nějakých aspektech japonské kultury, kterých si nebyli vědomi, anebo přímo o cestě do Japonska. Této problematice jsme se v práci už věnovali na mnoha místech, a věřím, že čtenář má již dobrou představu toho, jak může setkání s realitou pracovat proti procesu idealizace. V této pasáži se tedy podíváme spíše na další, méně jasné, anti-idealizační procesy a na konkrétní strategie výzkumného terénu, které se snaží tyto procesy rozporovat.

Stejně jako idealizace plyne z neúplné informovanosti, kulturní šok, který z ní plyne, je naopak větší informovaností zmírněn:

Já jsem úplně kulturní šok při cestě do Japonska neměla, protože už jsem tak nějak věděla co čekat. A už jsem znala i ty negativní stránky, samozřejmě zprostředkovaně, ale když jsem viděla něco negativního tak mě to nepřekvapilo. A důležitý je vědět, proč to tak je. U nás je to negativní, protože u nás je to viděno negativně a u nich to třeba lidi vnímají jako normální. A když člověk ví, proč se to dělá, tak to třeba nebude brát tak negativně, nebo si to nevezme osobně.

(Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023)

Eliška, která se od střední školy zabývala japonským cukrovím *wagaši* a nejen v rámci studia japanologie do Japonska několikrát vycestovala, ukazuje v tomto citátu jednak vliv informovanosti na zmírnění kulturního šoku, ale zejména poukazuje na problematiku neslučitelnosti kulturních systémů. Stejně věci mohou být vnímány v obou zemích rozdílně, a idealizace je ovlivněna socio-kulturní pozicí jednotlivce. Čím více jsme si vědomi odlišnosti kulturního systému a vlastní pozice, tím menší na nás má vliv tendence k produkci idealizované představy. Obecně lze proto říci, že lepší informovanost jednak o Japonsku a

jeho kultuře, a jednak o nás samotných, vede ke zmírnění a rozuzlení idealizačního procesu.

Eliška dále popisuje, že ne všem jejím spolužákům z japanologie na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy, se v Japonsku líbilo. Někteří z nich byli zklamaní, protože si zemi představovali jinak. To samozřejmě odpovídá naší teorii idealizace, nicméně Eliška sama nachází i jiný důvod:

Možná ne, že by měli málo informací o Japonsku, ale často je to ohledně kamarádů nebo těch lidí [celkově]. Že prostě měli problém tam navázat nějaký vztah. Jsou lidi, kteří se tam potom chtějí vrátit, protože měli hrozně super zážitek, to jsem třeba já, a pak lidi, kteří říkali, že už jim to stačilo. A když jsem se ptala proč, tak říkali, že jim Japonci třeba přišli nudný, nebo se neměli o čem bavit, což mně osobně nepřišlo.

(osobní rozhovor, 12. února 2023)

I u procesů protikladných idealizaci tedy můžeme vidět náznak toho, že ne vždycky musí být tato problematika spojená pouze s kulturou nebo jejími atributy. Celkově jsou důležité i další faktory okolo, a idealizace není proces, který by pracoval sám o sobě ve vakuu bez dalších emocí, vztahů a procesů. Stejně jako se idealizace může odvozovat například od vztahů více než od Japonska samotného, vlivy, které ji naopak rozporují, se mohou k takovým externím faktorům vztahovat též.

Na závěr této pasáže se podíváme na praktiky aktérů v terénu, které slouží ke zmírnění dopadů idealizace. Především se jedná o platformy, které umožňují setkání s „reálnějším“ Japonskem. Mohou to být přednášky o různých problematičtějších aspektech země v rámci aktivit anime komunity, anebo festival Eiga-sai Česko-japonské společnosti. Samotní členové jednotlivých komunit pak mají vlastní strategie, které přibližují svým kolegům realističtější obraz Japonska. Pro ilustraci se podíváme na příklad Klaudie, která se snaží ukázat fanouškům své stránky na Facebooku, že Japonsko nemusí být nutně jen vzdálená a tajemná země, po jejímž navštívení toužíme, a které si představujeme, ale že je součástí světa kolem nás, a jeho jednotlivé aspekty můžeme objevovat i ve svých každodenních životech:

Snažím se hledat nějaký věci v reálném světě. Že třeba je nějaká přednáška nebo výstava, tak to sdílím, anebo najdu nějaký nový obchod, tak to sdílím, anebo jdu právě třeba na sushi, tak to vyfotím a sdílím. Že se snažím ukázat ten svět kolem nás, a nejen: „Tady, koukejte na anime.“ Ale i: „Hele, tady mají dobrý sushi.“ Anebo třeba vyfotím, že jsem si dělala doma nějaký domácí ramen, a tak to hezky nazdobíš, že to vypadá jako z anime, ale máš tam věci, který najdeš doma, nebo koupíš někde v Praze za pár korun. Takže se snažím ukázat, že ten svět, co vidíme v tom filmu, si vlastně můžeme udělat i doma. Že není nutnost na to koukat a říkat si: „Jéé, tak až

jednou pojedeme do Japonska.“ Tak to nemusíš, protože v Praze taky můžeš zajít na ramen nebo na sushi.

(Klaudie, osobní rozhovor, 7. února 2023)

Tento svět kolem nás je samozřejmě v tomto ohledu do jisté míry omezený, jak jsme si ukázali v předchozí kapitole. To ale neumenšuje vliv, který takový přístup může mít na rozporování idealizace, zejména pro anime komunitu, která často nemá k japonské „realitě“ zcela přístup. Na druhou stranu je ovšem důležité zmínit, že právě proto, že je naše prostředí omezeno a aktivity, které můžeme vyzkoušet, jsou lokálně specifické, tak se může idealizace v některých ohledech naopak potvrzovat.

V poslední pasáži této kapitoly se podíváme na idealizační proces naopak o našem prostředí, který funguje u Japonců jakožto ekvivalent toho, o kterém se bavíme v rámci výzkumného terénu.

2.3.5. – Pařížský syndrom – Idealizace naopak

Otevření Japonska na konci období Edo a proces globalizace umožnili nejen export japonské kultury do světa, ale naopak také import vlivů světových kultur do Japonska. Není proto překvapivé, že stejně jako se objevuje idealizace u nás, objevuje se i tam. Obecně je tato problematika mimo rozsah zaměření této práce a výzkumu, ale podíváme se krátce alespoň na některé identifikované aspekty idealizace v Japonsku, abychom dodali problematice komplexnější rozměr a mohli povrchově porovnat procesy v České republice i tam.

Podobně jako Japonsko pro nás, Západ je pro Japonce exotickým prostředím:

Nám přijde, že u nich je to lepší a jim přijde, že u nás je to lepší. Říkají, že určitě chtějí na výlet, a pak když jsou tu chvíli na výlet tak, že by tu chtěli žít. A třeba to říkají, i když tu nikdy nebyli. A podle mě si určitě hodně idealizují Francii, ale to je asi i u nás. Protože Francie je taková ta romantická, a pak ta realita. Paříž konkrétně. Tak to je i v Japonsku. Protože v Japonsku hodně jede Disneyland. A myslím si, že to je možná i proto, že ty stavby nebo kulisy jsou evropský hrady. A to se jim hrozně líbí. Pro ně je to hrozně exotický, stejně jako pro nás je exotický Japonsko.

(Eliška, osobní rozhovor, 12. února 2023)

Kromě exotičnosti západní architektury ukazuje citát na další významný aspekt japonské idealizace Západu. Jedná se o vnímání jiného kulturního systému. Jak jsme v rámci práce viděli, s postupem globalizace stále více Japonců objevuje možnosti jiného nastavení

společnosti, než je jejich vlastní, a stále více se objevují tendence o snahu uniknout z kolektivního společenského systému, který klade velký tlak na jednotlivce (Chaochu 2019, Nakamura et al. 2004). V tomto ohledu jsem se setkal se zkušeností informátorů, že mnoho Japonců má tendence si idealizovat zejména odlišnost pracovního prostředí, možnost sebe-exprese skrze oblečení nebo barvu vlasů, a vzhled či vztahy v Evropě. Na druhou stranu, i když tyto aspekty mohou být u nás volnější než v Japonsku, existují bezesporu další nuance, které si Japonci nemusí uvědomovat, dokud nemají možnost se setkat s realitou, podobně jako je tomu u Čechů, kteří chtějí žít v Japonsku.

Idealizace zemí na Západě pak může v Japonsku přicházet ve vlnách podle konkrétních událostí:

Česká republika! Nenajdete asi lepší obraz idealizované země v jiném kulturním prostředí, než je ČR v Japonsku po baseballovém zápasu před několika dny.⁶⁶ Všichni chtějí [jet] do ČR, mám 20 mailů a různých zpráv. „To je pecka, vy jste tak galantní, jste tak fěrová země, vy jste prostě úplně úžasní, já vás miluju, já tam musím jet.“ [Nejspíše] dojde k vystřízlivění po prvním styku s pražským taxikářem.

(Ondřej Hýbl, on-line rozhovor, 16. března 2023)

Toto „sledování trendů“ bude mít bezpochyby svůj ekvivalent i u nás, ale v rámci výzkumu se žádné takové vlny neobjevily. Poslední věta citátu pak poukazuje na problematiku kulturního šoku. V tomto ohledu nechám za Japonce promluvit pana Itó:

Autor – Také jsem se setkal s opačným názorem, že v Japonsku existují tendence idealizovat si západní země. Co si myslíte o tomto?

N. Itó – Ano, myslím si, že je to pravda *smích*. Zejména předtím, než mají [lidé v Japonsku] možnost vycestovat do Evropy. A zejména nejspíše ohledně krajiny. My japonští nebo asijské lidi máme rádi evropskou architekturu. A pak přijede člověk do Evropy, a všimne si, že ulice jsou špinavější než v Japonsku nebo něco takového *smích*. Nebo když jde do drahé restaurace, nebo do restaurace, o které si myslí, že je drahá a sofistikovaná, a pak servis není tak dobrý jako v Japonsku. Takže je také pravda, že si [japonští] lidé mohou myslet, že v Evropě je všechno hezčí. Říkáme tomu Pařížský syndrom, když mají lidé velmi idealizovanou představu Paříže, a pak když ji navštíví, tak jsou v šoku.

Autor – Rozumím, děkuji. A vzpomenete si na svoje pocity, když jste poprvé cestoval mimo Japonsko? Byla realita odlišná od toho, co jste původně očekával?

N. Itó – Poprvé jsem cestoval mimo Japonsko, když mi bylo 17. V roce 2011 do Velké Británie. A většina mých znalostí o Spojeném království

⁶⁶ Baseballový zápas ČR x Japonsko v Tokiu proběhl dne 11. března 2023. Český tým si získal uznání japonských hráčů a fanoušků zejména svým velkým nasazením, kdy se drží na profesionální úrovni i při svých civilních zaměstnáních.

byla nejspíše z Harryho Pottera, takže jsem si samozřejmě Británii idealizoval *smích*. Ale když jsem poprvé dorazil do Spojeného království, přišlo mi, že je [to prostředí] mnohem více chaotické a neklidné, a že někteří lidé jsou agresivní nebo hrubí. Takže je pravda, že jsem se setkal s realitou.⁶⁷

(osobní rozhovor, 9. května 2023, přeloženo)

V první části úryvku z rozhovoru pan Itó v podstatě potvrzuje věci, které jsme popsali výše. Exotická architektura, odlišnosti kulturních systémů a prostředí, a tendence idealizace na základě nereálných představ. Druhá část pak osvětluje, podle jakých vlivů se může naopak Evropa idealizovat v Japonsku. Podobně jako u nás anime, velkým faktorem je populární kultura, jako je knižní a filmová série Harry Potter. A i zde pak vidíme setkání s odlišným kulturním systémem mezi japonskou společenskou slušností, a evropským prostředím, které funguje na jiných principech etikety než Japonsko.

Obecně lze v tomto krátkém představení idealizace Západu v Japonsku vidět paralely k opačné idealizaci Japonska u nás, kterou jsme popsali podrobněji. Můžeme tedy říci, že idealizační proces pravděpodobně funguje podle stejných, nebo minimálně podobných, linií u nás i v Japonsku. Pro podrobnější a rozhodnější závěry by bylo nutné ovšem provést výzkum zaměřený odpovídajícím způsobem.

2.3.6. – Shrnutí

V této kapitole jsme se blíže podívali na problematiku idealizace Japonska v našem prostředí. Popsali a analyzovali jsme konkrétní projevy tohoto procesu, a kde leží některé

⁶⁷ Původní znění:

Author – I also encountered the opposite notion that Western countries tend to be idealized in Japan. What do you think about that?

N. Ito – Yes, I think it is also true *laugh*. Especially before they travel to Europe. Especially about maybe landscape, we Japanese or Asian people like the architecture of Europe. And then they come to Europe, and they notice that the streets are dirtier than in Japan or something like that *laugh*. Or if they go to an expensive restaurant, or a restaurant, they thought was expensive or sophisticated, but the services are not as good as in Japan. So, it is also true that people may think that in Europe everything is more beautiful. We call it Paris syndrome when people think of a very idealized Paris and then when they see it, they are very shocked.

Author – I see. Thank you. And do you remember your first feelings when traveling outside of Japan? Was the reality different from what you originally expected?

N. Ito – I traveled outside of Japan for the first time when I was 17. In 2011 in the UK. And most of my knowledge about the UK was maybe from Harry Potter so I of course idealized the United Kingdom *laugh*. But when I arrived in the UK, I thought it was far more chaotic and not calm, some people are aggressive I would say, or rough. So, it is true that I encountered the reality.

jeho kořeny, ale také jaké faktory mohou idealizaci rozporovat anebo jak je to s nerealistickými představami v samotném Japonsku.

Celkově lze v rámci této práce říct, že Japonsko je mnoho věcí, a jednotlivé zobrazované atributy se opírají o konkrétní reálný kulturní základ. Zároveň ale Japonsko není *pouze* tyto věci. Jsou vždy zasazeny do geopolitického, společenského, filozofického a kulturního kontextu, který je ale málokdy ukázán, a který je málokdy vůbec možné ukázat. Idealizace není nějaký špatný vliv, ale zcela přirozený proces, který plyne z konkrétních specifik lokálních prostředí, a je těmito specifiky ohraničen a limitován. Teď už se ale nacházíme na úplném konci naší společné cesty po obrazech Japonska v České republice a zbývá nám již jen posledních pár slov na rozloučení.

3. – Závěr

Tato diplomová práce představila, popsala a analyzovala různé problematiky zobrazování Japonska v České republice, jejich komplexnost, dílčí aspekty a různé úrovně. Podívali jsme se na tři různorodé terény Japonského informačního a kulturního centra, Česko-japonské společnosti a české anime komunity, na jejich cíle, ideje a organizační specifika, a zejména také na jejich srovnání pro potřeby zobrazování Japonska. Na tomto základu jsem pak dopodrobna prozkoumal tři nejzásadnější problematiky, které vyvstaly z diplomového výzkumu – odlišnost a rozšířenost japonské kultury v našem prostředí, její autenticitu, a proces idealizace Japonska v České republice.

Zejména problematika idealizace je zajímavá, jelikož její pojmenování může pomoci k uvědomění si jejího vlivu, a k vymanění se z něj, u lidí, kteří chtějí vnímat Japonsko reálnější, bez pohledu skrze vytvářené představy. Na druhou stranu u lidí, kteří si takový pohled chtějí ponechat, a pro které je zájem o Japonsko zájem primárně o Japonsko idealizované, nemusí toto pojmenování stát v cestě jejich přístupu. Ačkoliv je možné identifikovat obecné vzorce idealizačního procesu, jeho konkrétní podoby u konkrétních jedinců jsou velmi individuální a různorodé.

Zároveň je důležité si uvědomit, že i tato práce, která se snaží informovat o přítomnosti, vlivu a někdy až riziku idealizace, k jejímu posílení může v některých ohledech sama přispět. Prezentované problematiky, zejména pak popis jednotlivých terénů a odlišnosti japonského kulturního systému, jsou pro potřeby sdělení a této práce zjednodušené. Zejména poslední jmenovaná analýza rozdílů mezi českým, potažmo západním, kulturním prostředím a tím japonským je postavena primárně na českém vnímání takových rozdílů. To je samozřejmě inherentní vlastnost, která provází výzkum českého zobrazování Japonska, nicméně to neznamená, že je tuto hranici nutné pasivně přijmout jako nevyhnutelnou. Podrobnosti a dílčí aspekty procesu idealizace, které jsem v rámci této práce prozkoumal, mohou posloužit k jeho identifikaci i v jiných prostředích, u jiných kultur, nebo dokonce i u jiných pohledů na konkrétní prostředí těchto tří terénů se zájmem o Japonsko v Česku. Rád bych na závěr řekl, že touto prací průzkum odlišnosti, autenticity, idealizace a zobrazování Japonska nekončí, ale spíše začíná.

Tři terény, které byly součástí výzkumu, a které osobně považuji v rámci výzkumného tématu zobrazování Japonska v Česku za nejdůležitější, nejsou jediná prostředí, ve kterých je japonská kultura u nás přítomná. JICC a ČJS jsou z podstaty své pozice, spojené s japonskou reprezentací, a z podstaty své lokace v hlavním městě Praze, ve kterém se zájem o Japonsko a samotní Japonci zpravidla v největší míře sdružují, nejzásadnějšími

univerzálními spojnicemi tohoto zájmu v České republice, jelikož jsou do velké míry uniformními institucemi, které je možné snadno nalézt, snadno zkonsumovat jejich aktivity, a podle specifik vlastního zájmu se posunout dále k užšímu zaměření, pokud o to má člověk zájem. Anime komunita je pak proti nim obrovská a roztržitá. Ve své podstatě u ní nelze snadno mluvit o jednotné spojnici jako u JICC a ČJS, jelikož je rozdělena na větší či menší dílčí buňky na různých sociálních sítích, různých platformách a na různých místech. Všechny tyto buňky mají ovšem do určité míry společný zájem o Japonsko, i když je to často Japonsko imaginativní, které se nemusí nutně vztahovat ke konkrétním historicko-tradičním kořenům Země vycházejícího slunce. A členové všech těchto buněk jsou do určité míry schopni se na základě zájmových atributů identifikovat jako součást této představované komunity. Tyto aspekty jednotlivých složek terénu je činí z mého osobního názoru pro základní studium přítomnosti japonské kultury v ČR nejzákladnější, a ještě před začátkem mého výzkumu je činily pro mě a můj výzkumný zájem nejviditelnější. Každý krok ve výzkumu samotném mi ovšem osvětloval nová centra japonské kultury v Česku, a ukazoval, jak různorodé podoby může zájem o Japonsko vlastně mít.

V tomto ohledu představuje tato práce do určité míry kontextuální podklad, na kterém by bylo možné vystavět množství dalších zaměření. Na nejzákladnější a nejjasnější úrovni je možné zkoumat jednotlivé terény více do hloubky. Každý z nich skrývá více aspektů, na které se dá zaměřit, ale zejména pak obrovská anime komunita, která vychází z původních pozic otaku komunity, a která sice byla prozkoumána, ale málokdy se výzkumníci zaměřovali na obvyčejné jednotlivce. Najdeme proto mnoho prací o komunitě jako takové, o jejich jednotlivých aktivitách, nebo obecných aspektech, jako je vztah k anime nebo k japonským otaku. Nicméně není snadné najít práce, které by zkoumali do hloubky konkrétní jednotlivce, kteří se v tomto obecném rámci pohybují, a pro které může být komunita nebo zájem o japonskou kulturu základem jejich života. Je možné zkoumat jejich konkrétní podoby idealizace Japonska, které se mohou lišit od pohledu veteránů výrazněji, než bylo možné pojmout v této práci. V anime komunitě je také možné najít mnoho problematik ohledně věku nebo genderu, a to nejen v jejich ovlivnění zájmu o Japonsko. V tomto ohledu je může být velmi zajímavým výzkumným tématem cosplay a komunita kolem něj.

Na méně jasných pozicích pak lze najít japonské restaurace, nebo restaurace, které se k japonské kuchyni vztahují. Další oblastí zájmu může být čaj. Čaj je významnou součástí nejen japonské kultury jako takové, ale také její české lokální podoby. Čajový obřad se váže k většině dílčích částí japonské kultury, a studium například jeho podoby v České republice může mnoho ukázat o kulturní výměně mezi oběma zeměmi. Setkal jsem se s tělocvičnami

bojových umění, které ve svých cvičencích pěstovali kromě tělesné zdatnosti také japonskou filozofii a zájem o kulturní a historické kořeny tradice svých umění. Narazil jsem na Japonsko ve sféře akademické nebo politické, na úrovni implicitních internalizovaných atributů, na úrovni obyčejných lidských jednotlivců. Japonsko je u nás možné najít v literatuře, v kinematografii, v hudbě, ale především v představách a myslích nás samotných. Japonsko je přítomné ve více částech našich životů, než si často uvědomujeme. V tomto samozřejmě není samotné, ale díky své exotičnosti a viditelnosti může být dobrým výchozím bodem pro zkoumání širších problematik a nuancí popisu specifík lidské kultury.

Japonsko ale také není pouze výzkumným problémem, ale především velmi zajímavou kulturní tradicí, která se vyznačuje promyšleností, kvalitou a krásou. Na závěr práce bych proto rád řekl: Zkuste se někdy rozhlédnout kolem sebe, zda nevidíte ve svém okolí nějaké stopy Japonska ve svých životech. Možná budete překvapeni, kolik jich ve svém prostředí máte, a kam mohou tyto stopy vést.

4. - Seznam referencí

4.1. - Knihy a články

Appadurai, Arjun. 1990. "Disjuncture and Difference in the Global Economy." v *Theory, Culture & Society* 7: 295–310.

Ariga, Kizaemon. 2015. „The Issue of Hierarchy in Japanese Social Structure“ v *Japanese Review of Cultural Anthropology* 16: 21-42.

Befu, Harumi. 1980. "A critique of the group model in Japanese society“ v *Social Analysis* 56: 2943.

Benedict, Ruth. 1947. *Chrysanthemum and the Sword: Patterns of Japanese Culture*. London: Secker and Warburg.

Best, Shaun. 2010. *Leisure Studies: Themes and Perspective*. London: SAGE.

Bourgois, Philippe. 1995. *In Search of Respect: Selling Crack in El Barrio*. Cambridge University Press.

Cavanaugh, Jillian R; Shankar, Shalini. 2014. „Producing Authenticity in Global Capitalism: Language, Materiality, and Value“ v *American Anthropologist* 116 (1): 51-64. ISSN 0002-7294, online ISSN 1548-1433. American Anthropological Association.

Chaochu, Xiang. 2019. “An Analysis of Japanese Otaku Culture from a Viewpoint of Animation Anthropology“ v *International Journal of Learning and Teaching*, 5(3): 275-279.

Chhabra, Deepak; Healy, Robert; Sills Erin. 2003. „Staged Authenticity and Heritage Tourism“ v *Annals of Tourism Research* 30 (3): 702-719. Great Britain: Elsevier Ltd.

Cohen, Erik. 1988. „Authenticity and Commodification in Tourism“ v *Annals of Tourism Research* 15: 371-386. USA: Pergamon Press.

Cole, Stroma. 2007. „Beyond Authenticity and Commodification“ v *Annals of Tourism Research* 34 (4): 943-960. Great Britain: Elsevier Ltd.

Crawford, Duane W.; Jackson, Edgar L.; Godbey, Geoffrey. 1991. “A hierarchical model of leisure constraints” v *Leisure Sciences* 13 (4), 309-320.

Disman, Miroslav. 2002. *Jak se vyrábí sociologická znalost*. Praha: Karolinum.

Goodman, Roger. 2005. „Making Majority Culture“ v *A Companion to the Anthropology of Japan*. Jennifer Robertson ed., 59-72. Blackwell Publishing Ltd.

Hendry, Joy. 1986. *Becoming Japanese: The World of the PreSchool Child*. Honolulu: University of Hawaii Press.

- Hendry, Joy.** 1995. *Understanding Japanese Society*. Routledge: New York and London.
- Heřmanský, Martin – Novotná, Hedvika.** 2019. „O hranicích a mnohosti Jiných. Relační perspektiva studia subkultur“ v *Český lid* 106, 7–28.
doi:<http://dx.doi.org/10.21104/CL.2019.1.01>.
- Hloucha, Joe.** 1926. *Moje „paní Chrysanthema.“ Zápisky z Japonska*. Praha: Tiskem Unie.
- Jackson, Jason Baird.** 2021. „On Cultural Appropriation“ v *Journal of Folklore Research*. 58 (1): 77-122. Indiana University Press.
- Lau, Raymond W. K.** 2010. „REVISITING AUTHENTICITY: A Social Realist Approach“ v *Annals of Tourism Research* 37 (2): 478-498. Great Britain: Elsevier Ltd.
- Lewellen, C. Ted.** 2002. *The Anthropology of Globalization: Cultural Anthropology Enters the 21st Century*. London: Bergin & Garvey.
- Longhurst, Erin Niimi.** 2018. *Japonisme*. London: HarperCollinsPublishers.
- Madden, Raymond.** 2010. *Being Ethnographic: A Guide to the Theory and Practice of Ethnography*. Thousand Oaks, Calif: SAGE Publications.
- Mare, Leysley Di.** 1999. „Cultural commodification“ v *World Communication* 28(2): 3-5.
- Matera, Vincenzo.** 2020. „Discussing Cultural Authenticity: The ‚Patachitra‘ of West Bengal between Globalization and Modern Consumer Society“ v *Glocalism: Journal of Culture, Politics and Innovation* 3: 1-14. Globus et Locus. SSN 2283-7949.
- McConnell, David L.** 2011. „Culture and Power in the Anthropology of Japan“ v *Reviews in Anthropology* 40 (4): 265-291. DOI: 10.1080/00938157.2011.625607.
- Miller, Daniel.** 2008. *The Comfort of Things*. Polity Press.
- Nakamura, Masao et al.** 2004. *Changing Japanese Business, Economy and Society: Globalization of Post-Bubble Japan*. Palgrave Macmilian.
- Nguyen, Thi C.; Strohl, Matthew.** 2019. „Cultural Appropriation and the Intimacy of Groups“ v *Philosophical Studies*. 176 (4): 981-1002.
- Ouchi, William G.** 1981. *Theory Z: How American Business Can Meet the Japanese Challenge*. Addison-Wesley.
- Ramkissoon, Haywantee.** 2015. „Authenticity, satisfaction, and place attachment: A conceptual framework for cultural tourism in African island economies“ v *Development Southern Africa* 32 (3): 292-302. Routledge: Taylor and Francis Group.
<http://dx.doi.org/10.1080/0376835X.2015.1010711>.
- Reichshauer, Edwin Oldfather; Craig, Albert Morton.** 2009. *Dějiny Japonska*. Praha: NLN.
- Robertson, Jennifer** (ed.). 2005. *A Companion to the Anthropology of Japan*. Blackwell

Publishing Ltd.

Said, Edward W. 1979. *Orientalism*. New York: Random House.

Smolík, Josef. 2010. *Subkultury mládeže: Uvedení do problematiky*. Praha: Grada.

Stebbins, Robert. 1998. *After Work: The Search for an Optimal Leisure Lifestyle*. Calgary: Temeron.

Taguchi, Naoko. 2008. „Pragmatic Comprehension in Japanese as a Foreign Language“ v *The Modern Language Journal* 92 (4): 558-576. Wiley.

<https://www.jstor.org/stable/25173102>.

Teeuwen, Mark. 2021. „Faith as Authenticity“ v *Japanese Journal of Religious Studies Journal of Religious Studies* 48 (1): 125-163. Nanzan University. <https://www.jstor.org/stable/10.2307/27039934>.

Todorova, Maria. 2009. *Imagining the Balkans*. New York: Oxford University Press.

Tošner, Michal. 2008. „RECENZE: Said, E. W. 2006. Orientalismus: západní koncepce Orientu. Praha: Paseka.“ v *ANTROPOWEBZIN* 2008 (2-3): 125-126. Plzeň: FF ZČU, Katedra antropologických a historických věd.

4.2. - Závěrečné práce

Bělecká, Tereza. 2014. *Vliv anime na vznik a formování subkultury otaku*. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Bakalářská práce. Vedoucí práce: Mgr. Barbora Mejzlíková.

Cejpová, Lucie. 2019. *Japonská subkultura otaku a její negativní konotace v éře Heisei*. Masarykova univerzita: Filozofická fakulta. Bakalářská práce. Vedoucí práce: Mgr. Igor Pruša, Ph.D. et Ph.D.

Eliášková, Klára. 2020. *Nové subkultury na území České republiky a jejich vztah k rizikovému chování*. Univerzita Hradec Králové. Bakalářská práce. Vedoucí práce: PhDr. Josef Kasal, MBA, Ph.D.

Hemzová, Hana. 2014. *Animefest – Koncepce a organizace festivalu*. Masarykova univerzita: Filozofická fakulta. Diplomová práce. Vedoucí práce: prof. PhDr. Lubomír Spurný, Ph.D.

Heřmanská, Kateřina. 2011. *Exotika cest ve staročeských cestopisech a rytířských románech*. Praha: Univerzita Karlova: Filozofická fakulta, Ústav české literatury a literární vědy. Bakalářská práce. Vedoucí práce: doc. PhDr. Jiří Hošna, Csc.

Jamborová, Bohumila. 2008. *Barbora Markéta Eliášová: Nippon druhým domovem*. Univerzita Pardubice: Filozofická Fakulta. Diplomová práce. Vedoucí práce: prof. PhDr. Milena Lenderová, Csc.

Jirkal, Martin. 2016. *Japonsko v díle Jana Havlasy*. Univerzita Karlova: Filozofická fakulta,

- Ústav české literatury a literární vědy. Bakalářská práce. Vedoucí práce: Václav Vaněk.
- Johanidesová, Erika.** 2015. *Česká komunita otaku*. Univerzita Palackého v Olomouci: Filozofická fakulta. Bakalářská práce. Vedoucí práce: Mgr. Jakub Havlíček, Ph.D.
- Lavičková, Štěpánka.** 2022. *Rodina v raném období Meidži: od statusu k ideologii*. Bakalářská práce. Univerzita Karlova: Filozofická fakulta, Ústav asijských studií. Vedoucí práce: Mgr. David Labus, Ph.D.
- Matas, Jakub.** 2016. *Čeští otaku jako specifická fanouškovská subkultura*. Západočeská univerzita v Plzni: Fakulta filozofická. Bakalářská práce. Vedoucí práce: Mgr. Tomáš Hirt Ph.D.
- Vávrová, Paulína.** 2009. *Fenomén manga a anime v české kultuře*. Masarykova univerzita: Filozofická fakulta, Obecná teorie a dějiny umění a kultury. Bakalářská práce. Vedoucí práce: prof. PhDr. Ladislav Kesner, Ph.D.
- Vránová, Zuzana.** 2008. *Orientalismus: Východ v očích Západu. (Překonaný nebo stále živý diskurz?)*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta humanitních studií. Bakalářská práce. Vedoucí práce: Mgr. Martin Heřmanský.

4.3. - Webové stránky

- Animefest.** 2023. Oficiální webové stránky festivalu. <https://www.animefest.cz/>. Zobrazeno 10. dubna 2023.
- CZSO.** 2023. „Data – počet cizinců.“ https://www.czso.cz/csu/cizinci/4-ciz_pocet_cizincu. Zobrazeno 6. února 2023. Poslední aktualizace v době zobrazení 26. ledna 2023.
- E-shop Japan.cz.** 2023. E-shop Česko-japonské společnosti. <https://eshop.japan.cz/okno-do-staleti-cesko-japonskych-vztahu/>. Zobrazeno 29. června 2023.
- Hintzu Otaku.** 2009. „Otaking po česku: Komunity tehdy a dnes.“ <https://web.archive.org/web/20210514082918/https://hintzu.otaku.cz/otaku/otaking-po-cesku-komunity>. Zobrazeno 10. dubna 2023.
- Hošková, Martina; Zisso, M.** 2023. „Let’s take our *friendship* and *cooperation* to a **HIGHER LEVEL**: Interview with H.E. Mr. Hideo Suzuki, Ambassador of Japan“ v *Czech and Slovak Leaders* Spring 2023. PRIME (1998) s.r.o. https://www.czechleaders.com/e-magazines/current-issue-01-2023?fbclid=IwAR2D_B8hONaIN48G97h2hC9gjhpl912SaeUZqMnEpfmIz7a10dXeGK_o6HU.
- Japan.cz.** 2021. Oficiální webové stránky Česko-japonské společnosti. „O ČJS.“ <https://www.japan.cz/o-cjs/>. Zobrazeno 28. srpna 2021.

Japan.cz. 2023. Oficiální webové stránky Česko-japonské společnosti. „Novoroční koncert.“ <https://japan.cz/aktivity-projekty/novorocni-koncert/>. Zobrazeno 29. dubna 2023.

JETRO. 2023. „Japonské firmy v ČR.“ <https://www.jetro.go.jp/czech/zdroje/kontakty.html>. Zobrazeno 6. února 2023.

Kjogen.cz. 2023. Oficiální webové stránky divadla. „O nás.“ <http://www.kjogen.cz/o-nas/>. Zobrazeno 29. dubna 2023.

The Japan Foundation. 2023. Oficiální webové stránky nadace. <https://www.jpjf.go.jp/e/>. Zobrazeno 29. dubna 2023.

Topzine.cz. 2010. „Advík: Kromě organizování Advíku si najdu čas i na střelení z luku, tvrdí hlavní organizátor Michal Bezvoda.“ <https://www.topzine.cz/advik-krome-organizovani-adviku-si-najdu-cas-i-na-strileni-z-luku-tvrdi-hlavni-organizator-michal-bezvoda>.
[Zobrazeno 18. dubna 2023.](#)

4.4. - Obrázky

Obrázek 1: Ukázky informačních bulletinů a jejich japonské verze *Niponica*. Fotografie autora.

Obrázek 2: Úvodní místnost JICC. Fotografie z oficiálního webu velvyslanectví.
<https://www.cz.emb-japan.go.jp/cz/jicc.html>.

Obrázek 3: Ukázka workshopu kaligrafie na Hanami 2022. Fotografka Gabriela Goffová. Fotografie z oficiální Facebookové stránky ČJS.
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=1682935405401731&set=a.1682937968734808>.

Obrázek 4: Fotografie z Hanami 2023. Fotografka: Gabriela Goffová. Z oficiální Facebookové stránky ČJS.
<https://www.facebook.com/photo/?fbid=549429537307549&set=a.549432933973876>.

Obrázek 5: Cosplay soutěž Animefest 2022. Fotograf: Jiří Blažek. Oficiální fotografie Animefestu.
<https://www.animefest.cz/cs/Fotogalerie/Index/2022>.

Obrázek 6: Příspěvek na Facebookové stránce Svět anime, mangy a Japonska. Přidala správkyň Klaudiva Hristová ze stránky *All Things Anime Otaku*.
<https://www.facebook.com/AllThingsAnimeOtaku/photos/a.394804400966172/1440320869747848/>.

Obrázek 7: Fotografie japonské "plovoucí" brány *torii* v šintoistické svatyni Icukušima v prefektuře Hirošima z webové stránky information planet. Zobrazeno 29. dubna 2023.

<https://www.iplanet.cz/studium-v-japonsku>.

Obrázek 8: Vtipný obrázek ze sociálních sítí. Představuje mladého muže oblečeného podle estetiky anime a reakci staršího Japonce. Původní verze sdílená ve facebookové skupině Svět anime, mangy a Japonska, tato verze bez popisku je získána z platformy pro sdílení obrázku Imgur.com. Původní příspěvek z 2. června 2017. Zobrazeno 29. května 2023.

<https://imgur.com/gallery/iPYeUBu>.

4.5. - Rozhovory

Rozhovor 1: Natalie. Setkání osobně 15. dubna 2022. Má kamarádka ze studií. Cosplayerka, která je dlouhodobě aktivní v anime komunitě. Můj první kontakt s anime komunitou. Přidala mě do facebookových skupin. Nebyla v Japonsku.

Rozhovor 2: Kryštof Kohout. Osobní setkání 10. května 2022. Český zaměstnanec Japonského informačního a kulturního centra. Japanolog, překladatel a tlumočnick. Znali jsme se z mé brigády. Oficiální kontakt skrze e-mail JICC. Byl několikrát v Japonsku.

Rozhovor 3: David. On-line setkání 9. listopadu 2022. Veterán anime komunity. Setkal jsem se s ním na Advíku 2022. Nebyl v Japonsku.

Rozhovor 4: Tomáš Suk. On-line setkání 18. ledna 2023. Předseda studijní sekce Česko-japonské společnosti Nihonto Kenkyukai. Člen představenstva ČJS. Dlouhodobě aktivní v zájmu o japonskou kulturu. Kontakt skrze e-mailovou adresu na stránkách ČJS. Byl v Japonsku.

Rozhovor 5: Klauďie. Osobní setkání 7. února 2023. Veteránka anime komunity. Správkyň facebookové stránky *Svět anime, mangy a Japonska*. Kontakt skrze Facebook. Nebyla v Japonsku.

Rozhovor 6: Eliška. Osobní setkání 12. února 2023. Studentka japanologie na FF UK. Dlouhodobě se zabývá výrobou tradičního japonského cukroví *wagaši*. Externí přednášející v JICC. V době výzkumu brigádnice v Česko-japonské společnosti. Má zkušenosti s anime. Kontakt skrze JICC. Byla několikrát v Japonsku.

Rozhovor 7: Darja Kawasumiová. Osobní setkání 13. února 2023. Majitelka a šéfkuchařka restaurace Miyabi. Bývalá předsedkyně ČJS. V mládí se provdala do Japonska a dlouhé roky tam žila. Aktivně navštěvuje aktivity JICC a ČJS. Zasadila se o a podílela se na vzniku mnoha japanistických aktivit v Praze. Kontakt na promítání filmu v JICC.

Rozhovor 8: Jan „Hintzu“ Horgoš. On-line setkání 16. února 2023. Programový ředitel Animefestu. Jeden ze zakladatelů festivalu. Veterán anime komunity. Kontakt skrze oficiální e-mail Animefestu. Nebyl v Japonsku.

Rozhovor 9: Sabina Lukášová. On-line setkání 6. března 2023. Manažerka/výkonná ředitelka Česko-japonské společnosti. Kontakt skrze oficiální e-mail ČJS. Dlouhodobě aktivní v zájmu o japonskou kulturu. V době rozhovoru nebyla nikdy v Japonsku, poté jej navštívila.

Rozhovor 10: David K. Osobní setkání 8. března 2023. Fanoušek japonské kultury. Poznali jsme se na kurzu japonštiny v rámci ČJS. V zájmu o japonskou kulturu aktivní krátce. Navštívil několik akcí výzkumného terénu se mnou. Nebyl v Japonsku.

Rozhovor 11: Ondřej Hýbl. On-line setkání 16. března 2023. Jeden ze zakladatelů a herců Divadla kjógen. Předseda Česko-japonské společnosti. Japanista, překladatel a tlumočnick. Dlouhodobě aktivní v zájmu o japonskou kulturu. Kontakt skrze oficiální e-mail Divadla kjógen. Byl několikrát v Japonsku a delší dobu tam žil.

Rozhovor 12: Klára Poskočilová. On-line setkání 13. dubna 2023. Místopředsedkyně Česko-japonské společnosti. Hlavní organizátorka festivalu Eiga-sai. Kostymérka Divadla kjógen. Dlouhodobě se zabývá přípravou japonského tradičního cukroví *wagaši* v rámci Japonské domácí cukrárny. Dlouhodobě aktivní v zájmu o japonskou kulturu. Kontakt skrze pana Hýbla. Byla několikrát v Japonsku.

Rozhovor 13: Martin Peták. On-line setkání 17. dubna 2023. Programový ředitel Advíku. Jeden z vlastníků festivalu. Veterán anime komunity. Kontakt skrze oficiální e-mail na webu Advíku. Mírně zkrácený rozhovor k hlavním aspektům výzkumu a festivalu Advík.

Rozhovor 14: Naoyuki Itó. Osobní rozhovor 9. května 2023. Japonský ředitel JICC. Kontakt skrze JICC. Rozhovor v anglickém jazyce.