UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

Studium humanitní vzdělanosti

Gulzada Anvarbekova

Problémy dominance v interkulturních vztazích: kazachstánská mládež a její vztah k americkému filmu

Problems of domination in intercultural relations: Kazach's youth and its relation to American film

Bakalářská práce

Praha 2017 Vedoucí práce: doc. Ing. Karel Müller, CSc.

Prohlášení:

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracoval(a) samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Praze, dne 29. června 2017

……..

Gulzada Anvarbekova

Poděkování:

Na tomto místě bych ráda mnohokrát poděkovala doc. Ing. Karlu Müllerovi, CSc. za pomoc a vynikající vedení při psaní bakalářské práce. Děkuji také všem blízkým za podporu.

Klíčová slova (česky)

Globalizace, kulturní globalizace, kulturní imperialismus, americký film, kazachstánská mládež, kazachstánská filmová produkce

Klíčová slova (anglicky):

Globalization, cultural globalization, cultural imperialism, american film, Kazach youth, Kazach film production

OBSAH

1 ÚVOD 1

2 TEORETICKÁ ČÁST 3

2.1 GLOBALIZACE 3

2.1.1 Návrh definice globalizace 3

2.1.2 Globalizace v historickém pohledu 5

2.1.3 Tři polemické diskurzy o globalizaci 5

2.1.4 Globalizace a formy komunikace 7

2.1.5 Mnohodimenzita globalizace 8

2.2 KULTURNÍ DIMENZE GLOBALIZACE 9

2.2.1 Jak chápeme kulturu v kontextu kulturní globalizace? 9

2.2.2 Proč je kultura důležitá pro globalizaci a naopak 10

2.2.3 Velká debata o kulturní globalizaci 11

2.3 GLOBÁLNÍ KULTURA A ZÁPADNÍ DOMINANCE 13

2.3.1 Historické představy o globální kultuře 13

2.3.2 Teorie o kulturním imperialismu a dominance americké populární kultury 14

2.3.3 Kritika hypotézy o kulturním imperialismu 17

2.3.4 Alternativní výklad kulturní globalizace: globální vysílání a lokální přisvojování 19

2.3.5 Jiné alternativní výklady globální komunikace 20

3 PRAKTICKÁ ČÁST 23

3.1 MASMÉDIA KAZACHSTÁNU V PODMÍNKÁCH GLOBALIZACE 24

3.2 FILMOVÁ PRODUKCE KAZACHSTÁNU 25

3.2.1 Historie filmové produkce Kazachstánu 25

3.2.2 Filmová produkce nezávislého Kazachstánu 26

3.2.3 Film „Borat" jako zkreslení národní identity Kazachstánu 26

3.2.4 Je filmová produkce Kazachstánu jen vládním PR nástrojem nebo má komerční budoucnost? 27

3.3 METODA A KONTEXT VÝZKUMU 27

3.4 VÝSLEDKY VÝZKUMU 29

3.4.1 Role filmu v každodenním životě jedinců a jejích zkušenosti s americkým filmem *29*
3.4.2 Digitální zkušenosti a dostupnost nových technologií *30*
3.4.3 Domácí, ruská a americká filmová nabídka *30*
3.4.4 Generační rozdíly ve filmových preferencích *31*
3.4.5 Ovlivňování filmových preferencí v rámci procesu vzdělávání *32*
3.4.6 Zdroje interakce s lokální kulturou jedinců *32*
3.4.7 Zásah amerického filmu do každodenního života jedinců *33*
3.4.8 Vnitřní konflikt jedinců: tradiční kultura a západní individualismus *34*
4 ZÁVĚR 35
5 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY: 38

1 Úvod

Kulturní dimenze složitého procesu globalizace je tématem mnoha vědeckých bádání. Velkým tématem kulturní globalizace je vliv globalizačních procesů na lokální kultury. V podmínkách rychlého současného technologického rozvoje, tyto lokální kultury mnohem častěji přichází do interakce s vnějšími informačními toky. Hlavním tématem této práce je podoba interakce amerického filmu jako jednoho z globalizačních nástrojů a lokálního kulturního kontextu lidské každodennosti. Tato práce se věnuje náhledu do dané problematiky na základě zkoumání interakce amerického filmu a kazachstánské mládeže. Bakalářská práce se skládá z teoretické a praktické částí.

Teoretická část se věnuje třem hlavním problémům: procesu globalizace, jeho kulturní dimenzi a západní kulturní dominanci. Kapitola o procesu globalizace začíná podkapitolou o pojednání o vzniku pojmu a počátcích daného procesu. Druhou podkapitolou je úvod do třech základních polemických diskurzů procesu globalizace, kde budou uvedené hlavní myšlenkové školy hyperglobalistů, skeptiků a transformacionalistů. Třetí podkapitola se věnuje podstatě procesu globalizace komunikace, na níž se navazuje podkapitola o mnohodimenzitě globalizace. Tato podkapitola zdůrazňuje komplexitu daného pojmu a jeho rozličné chápání. Daná práce se hlavně věnuje kulturní dimenzi globalizace, o které pojednává druhá kapitola. Tuto kapitolu otvírá podkapitola, kde se upřesňuje způsob chápáni samotného pojmu kultury v daném kontextu. Další podkapitola odráží Tomlinsonův pohled na interakční povahu globalizace a kultury. Třetí podkapitola vrací diskuzi zpátky k velkým vědeckým debatám o kulturní dimenzi globalizace. Třetí kapitola hlouběji pojednává o existenci globální kultury a západní kulturní dominance. Kapitola začíná úvodem do historických skoro utopických představ o existenci globální kultury. Druhá podkapitola představuje náhled na teorii kulturního imperialismu dlouhou dobu dominujícího v debatách o kulturní globalizaci, za níž následuje i rozsáhlá kritika této představy o hegemonní povaze daného procesu. Poslední dvě podkapitoly představují alternativní výklady kulturní globalizace, kde je podstatná i role jedince nebo lokální kultury, které jsou danému procesu vystaveny.

Praktickou část tvoří sociologická a etnografická výzkumní složky. Sociologická část zahrnuje kapitoly o úvodu do masmédia Kazachstánu v podmínkách globalizace a o kazachstánské filmové produkce. Poslední kapitola je tvořena z podkapitol o historii kazachstánského kinematografu, současném stavu filmové produkce po získání

Kazachstánem své nezávislosti, o dopadu hollywoodského filmu „Borat“ na současnou filmovou politiku státu a o šanci kazachstánského filmu se stát ziskovým mediálním produktem. Etnografická složka se skládá z popisu metody a výsledku výzkumu. Výsledky výzkumu jsou seřazené do podkapitol, odrážejících základní aspekty interakce zkoumaných jedinců s americkým filmem.

2 Teoretická část

Vztah kazachstánské mládeže a amerického filmu může být detailně uchopen jen s ohledem na širší teoretický náhled na proces globalizace a jeho kulturní dimenzi. Cílem této části je seznámení se základními koncepty kulturní globalizace a jejich hlavními výklady.

2.1 Globalizace

V současném světě je globalizace jedním z nejvlivnějších procesů a středem pozornosti nejen vědeckých bádání. Však definování tohoto pojmu je velice těžkým úkolem vzhledem k jeho nejednoznačnosti a komplexitě. Pro globalizaci je patrná mnohodimenzita, jelikož se týká celé řady procesů a jevů, a následně se liší i definice globalizace na základě toho, v jakém kontextu je globalizace nahlížena a k jaké dimenzi je vztahována.

2.1.1 Návrh definice globalizace

Globalizace se často popisuje prostřednictvím dvou určujících proměn: *změny vnímání času a prostoru* a stále rostoucí celosvětové *vzájemné závislosti a propojenosti*. V časo-prostorovém kontextu se mluví o *stlačení času a prostoru*, *zmenšení světa*, *sblížení světa* a o možnosti *jednání na dálku*. Anthony Giddens uvádí, že koncept globalizace „*vyjadřuje základní aspekty časo-prostorového rozpojování. Globalizace se týká protínání přítomnosti a absence, propletení „vzdálených" sociálních událostí a sociálních vztahů s lokálními souvislostmi*" (Giddens, 2003: 21). Kromě toho, ve své učebnici sociologie autor zdůrazňuje i to, že proces globalizace „*[…] se týká skutečnosti, že svět, v němž žijeme, je stále více jeden. A že se tedy jedinci, skupiny i národy na sobě stávají stále více vzájemně závislými*" (2013: 125). Pro sledované téma znamená Giddensovo pojetí skutečnost, že lidské aktivity a interakce jsou vyvazovány z místa a času, tedy z osvojeného kulturního prostředí a vystaveny působení jiných kultur.

Tyto dva aspekty globalizace zdůrazňuje i autor, zabývající se vztahem globalizace a kultury, John Tomlinson (1999). Podle autora pro porozumění podstaty globalizace je důležité se zabývat tím, co autor nazývá pojmem „komplexní konektivita" (*complex connectivity*). Tímto pojmem autor myslí rychle se vyvíjející síť vzájemného propojení a závislosti, které jsou typické pro moderní sociální život, který je ovlivněn vyspělou informační a komunikační technikou. Tato komplexní propojenost se projevuje nejen na úrovni konkrétnějších *modalit* spojení prostřednictvím technologického rozvoje, ale také i

na úrovní sociálně institučních vztahů mezi jednotlivci po celém světě a rostoucích proudů zboží, informací, lidí a zkušeností napříč hranicemi národních států. Tomlinson zdůrazňuje důležitost porozumění pramenů této komplexní konektivity a interpretace jejích důsledků v různých oblastech společenského života. Dále autor uvádí (Tomlinson, 1999), že daná konektivita může být chápána jako stále rostoucí globální a prostorová *blízkost*, která je spojená se zmenšením vzdálenosti v důsledku zkracování času, potřebného pro její překonání. Tato blízkost může být také chápána jako rostoucí globální intimita a stlačení světa, v němž žijeme, i jako roztažení a bezprostřednost sociálních vztahů navzdory vzdálenosti. Tuto proměnu sociálních vztahů v kontextu globalizace zdůrazňují i autoři Held a McGrew: „*[…] globalization represents a significant shift in the spatial reach of social relations and organization towards the interregional or intercontinental scale*“ (2003: 3).

Další autor zabývající se primárně globalizací komunikace John. B. Thompson (1995) definuje tento proces ve stejném kontextu stále sílícího procesu vzájemného propojení, které má celosvětovou povahu, a umožňuje vzniknout složitým formám interakce a vzájemné souvislosti. Však Thompson, zdůrazňuje i to, že jde nejen o proces „transnacionalizace“ nebo „internacionalizace“, nýbrž o proces, který se odehrává na vskutku globální úrovni.

David Held, Anthony McGrew, David Goldblatt a Jonathan Perraton (2003) ve své společné práci tvrdí, že přesná definice konceptu globalizace by měla zahrnovat čtyři časo-prostorové dimenze: roztažení (*stretching*), intenzitu (*intensity*), rychlost (*velocity*) a dopad (*impact*). Koncept globalizace s sebou nese jakési *roztažení* sociálních, politických a ekonomických událostí a aktivit, což představuje možnost jednání na dálku. Kromě toho globalizace znamená *intenzifikaci* vzájemné závislosti různých společností a států. Roztažení a intenzifikace vzájemné globální závislosti znamená i *zrychlení* globálních interakcí. Tyto tří dimenze vedou k hlubšímu propletení lokálního a globálního a k zesílení jejích vzájemného *dopadu*. Tak autoři navrhují definici globalizace, která všechny tyto čtyři dimenze zahrnuje: „*[…] a process (or set of processes), which embodies a transformation in the spatial organization of social relations and transactions – assessed in terms of their extensity, intensity, velocity and impact – generating transcontinental or interregional flows and networks of activity, interaction, and the exercise of power*“ (Held, McGrew, Goldblatt, Parraton, 2003: 68).

2.1.2 Globalizace v historickém pohledu

Existuje velké množství bádání na téma, zda globalizace je novým jevem nebo již má za sebou dlouhý příběh. O současném procesu globalizace se hovoří již od 70. let 20. století (Pieterse, 2004). Avšak přes to, že pojem globalizace se mnohem častěji používá během posledních let, slovo *globální*, od něhož je pojem odvozený, má starověké kořeny a pro tento svět není pojmem novým. Jak bylo uvedeno výše samotné propojení světa se vyvíjelo během dlouhé doby lidských dějin a neomezuje se jenom na současný svět (Giddens, 2013). Oba pojmy pochází z latinského *globus*, což znamená *koule, kulaté těleso, sféra*. Nicméně podle *Velkého slovníku naučného* (1999: 478) slovo *globální* nese větší smysl – „týkající se celého světa, platný v celosvětovém měřítku, mající celosvětový obsah…". Tento celosvětový význam slovo *globální* dostalo až na konci 19.století (Wunderlish a Warrier, 2007).

Přes to, že pojem *globální* pro tento svět není novým, *globalizace* je relativně nedávným konceptem. Pojem globalizace se poprvé objevil v roce 1961 ve *Webster's Dictionary,* kde byl použit pro popis propojenosti společenských událostí a vztahů (Wunderlish a Warrier, 2007). Ještě do 80. let globalizace nebyla ani považována za relevantní koncept v akademických kruzích. Dnes je středem mnoha vědeckých bádání a je jedním z určujících jevů modernity. Podle Robertsona (1992) pro současný koncept globalizace stalo klíčovým *globální vědomí*, které ho právě odlišuje od dřívějšího chápání *globálního*.

Samotný pojem globalizace označuje stav zvýšení *globalismu*. Proto je důležité nejdříve určit, co vlastně myslíme globalismem. Význačným rysem globalismu je zaprvé to, že je sítí více vztahů a propojeností, což odlišuje globalizaci od *vzájemné propojenosti* (*interdependence*), která je spíše jednotnou sítí nebo propojeností. Dále globalismus neodkazuje na jednoduché regionální sítě, nýbrž vždy má mezikontinentální rozsah (Keohane, Nye Jr., 2003). Robert Keohane a Joseph S. Nye Jr. (2003) vidí rozdíl mezi koncepty *globalizace* a *globalismus* v tom, že zatímco globalizace je vyvrcholením celosvětové vzájemné závislosti, globalismus je samotnou existencí multikontinentálních sítí vzájemné závislosti, které jsou charakteristické pro současný světový řad.

2.1.3 Tři polemické diskurzy o globalizaci

Jak už bylo řečeno, globalizace je jedním z nejdiskutovanějších témat současné doby. Tato skutečnost přináší i různé nesouhlasy v polemice na téma tak komplexního a nejednoznačného procesu. Výše zmíněný autor David Held a jeho kolegové (1999)

rozebrali a rozdělili existující úhly pohledu na moderní proces globalizace do třech myšlenkových škol: *skeptické, hyperglobalistické* a *transformační*.

Hyperglobalistická teze vidí globalizaci jako novou éru historie lidstva, kde se tradiční národní státy staly neaktuální (Held et al., 1999). Hlavním zastáncem této školy je japonský autor Keničiho Óhmaeho. Tento přístup zdůrazňuje skutečnost, že národní státy ztrácejí kontrolu nad trhem, který vyšel na globální úroveň. V globálním měřítku národní státy jsou nesmyslné. Teze je zaměřena pouze na ekonomickou stranu globalizace, zatímco na jiných úrovních, jako například kulturních a sociálních, tento globální rozměr není tak jednoznačný.

Opakem hyperglobalistického přístupu je skeptická teze, podle níž je otázka globalizace zveličena a přehnaná. Podle skeptiků není světová ekonomika výrazně více propojená a vzájemně závislá než v minulosti. Uznávají však, že tyto kontakty mezi různými zeměmi jsou intenzivnější. Středovým argumentem skeptiků je proces regionalizace a internacionalizace, které popisují současné procesy lépe než globalizace (Giddens, 2013). Kritizují také námět hyperglobalistů o neaktuálnosti národních státu a „světa bez hranic“, který považují za politicky naivní (Held et al., 1999). Co se týče média, tvrdí, že jsou stále převážně lokální nejen obsahově, ale i podle struktury vlastnictví (Štětka, 2007).

Poslední transformacionalistický nebo kulturně-pluralistický diskurz předpokládá, že hlavní hnací sílou tak rychlých sociálních, politických a ekonomických změn je právě globalizace, která přetváří moderní společnost a světový řad (Held et al., 1999). Mnoho starých modelů pořad přetrvává, jako například národní státy. Podle transformacionalistů proces globalizace do sebe může zahrnovat různé, dokonce i protikladné jevy. Nahlížejí na globalizaci na rozdíl od hyperglobalistů jako na oboustranný a nejednosměrný proces (Giddens, 2013). Kromě toho, teze zdůrazňuje mnohosměrnost kulturních toků (Štětka, 2007), které vedou k rozmanitosti a pluralitě kulturních reprezentací, a nikoliv k homogenizaci či synchronizaci.

Kromě třech výše uvedených diskurzů se rozlišuje i diskurz *kritického globalismu* (Štětka, 2007), který vychází z konceptů mediálního imperialismu a zdůrazňuje skutečnost, že v produkci a distribuci informace, hrají stále rostoucí roli nadnárodní mediální konglomeráty, jejichž hlavním zájmem je dosažení zisku. Tak globální mediální společnosti šíří homogenizaci globální kultury a podporuje konzumní vzorce chování.

2.1.4 Globalizace a formy komunikace

Rozvoj médií a technologií přinesl velkou proměnu v uspořádání času a prostoru. Tato skutečnost hraje klíčovou roli v procesu globalizace komunikace. Autor zabývající se touto otázkou globalizace John B. Thompson (1995: 123) uvádí: „*Jedním z význačných rysů komunikace v moderním světě je, že se stále více odehrává v globálním měřítku*". V současné době informace ze zdrojů nacházejících se na velkých vzdálenostech jsou snadno dostupné lidem po celém světě. Tyto informace se přenáší okamžitě a umožňují jedincům se odpojit od kontextů svých každodenních životů.

Podle Thompsona (1995) samotné přenášení sdělení na dálku bylo možné již od pravěku (využívání ke spojení poslů politickými elitami antického Říma, šíření knihtisku, tisku letáků, pamflet a dalších tištěných materiálů). Avšak k systematické organizaci komunikačních sítí došlo až v devatenáctém století. K nástupu raného systému globalizace komunikace přivedly tři zásadní posuny ve vývoji v druhé polovině devatenáctého století. Za první z nich autor považuje *rozvoj podmořských kabelových systému podporovaný evropskými imperiálními mocnostmi,* které vytvořily první globální komunikační sestavu, což umožnilo oddělit sdělení od časově náročného procesu fyzického přemisťováni. Druhým krokem se stalo „*[…] zakládání mezinárodních zpravodajských agentur a jejích rozdělení světa do sfér výhradního působení"*, a tím pádem rozšíření vysílání na celosvětové úrovni. A nakonec za třetí krok autor považuje „*rozvoj nových nástrojů k přenosu sdělení prostřednictvím elektromagnetických vln"* a následný pokus o regulování využívání kmitočtového spektra na mezinárodní úrovni.

I přes to, že můžeme sledovat počátky procesu globalizace komunikace již na konci 19. století, o akademické reflexi mezinárodního informačního sdělení se dá mluvit až od 60.let 20. století s rozvojem satelitní komunikace (Štětka, 2007). Thompson (1995) považuje globalizaci komunikace za příznačný jev dvacátého století a jako hlavní charakteristiky tohoto procesu v současné době uvádí čtyři důležité procesy. Prvním z nich je *nástup transnacionálních komunikačních konglomerátů*, hrajících velkou roli v šíření informací v globálním systému komunikace. Tyto konglomeráty rozšířili oblast svého působení daleko za hranice států odkud pochází, což však vedlo ke koncentraci obrovské moci v soukromých rukách a jejímu nerovnoměrnému rozdělení na globální úrovni. Druhým důležitým procesem je *rychlý vývoj nových technologií* (Thompson, 1995) na sklonku dvacátého století. Možnost přenosu většího množství informací díky zavedení bohatších kabelových systému, vzrůstající použití satelitů a digitalizace informace vedly k větší vzájemné propojenosti celého světa a vytváření systému globální komunikace. Za

třetí význačný proces autor považuje *asymetrický tok informací na mezinárodní úrovni* (Thompson, 1995). Produkty jsou distribuované nejen v zemi výroby, ale i na globálním trhu, přičemž jde o víceméně jednosměrnou a asymetrickou distribuci. Tak, například, v oblasti zábavy má Hollywood pořad dominantní postavení v mezinárodním toku filmů a televizních pořadů. A nakonec čtvrtým procesem je *nerovnost v přístupu ke globálním komunikačním sítím* (Thompson, 1995). Při výzkumu globálního komunikačního toku je důležité vzít v úvahu nejen obsahovou analýzu vysílání, ale i dostup jedinců k těmto symbolickým materiálům a způsob jejich užití. Tak v některých zemích přístup k televiznímu vysílání je velice omezen. Kromě toho, se liší i způsob nakládání s těmito materiály a jejich následná interpretace.

2.1.5 Mnohodimenzita globalizace

Fenomén globalizace nemůže být plně uchopen bez ohledu na mnohodimenzitu tohoto pojmu. Příliš často je globalizace vnímána jako výhradně ekonomický proces. Této ekonomické dimenze se drží většina badatelů, kteří často zastupují hyperglobalistický diskurz. V tomto jednodimenzním rozsahu dochází k zjednodušení procesu a jeho následnému zkreslení. John Tomlinson (1999) tvrdí, že při ztrátě této mnohodimenzity se ztrácí i samotný fenomén, jelikož je těsně spojen s pojmem komplexní konektivity, a proto by měl být nahlížen komplexně. Autor si je jistý, že jedině při zohlednění všech dimenzí globalizace, můžeme vidět protiklady a rozpory těchto dimenzí a samotného procesu v celku. Tak chápání globalizace zahrnuje dialektiku protikladných principů a tendencí jako například: globální a lokální, univerzalismus a partikularismus atd.

Autoři Robert O. Keohane a Joseph S. Nye Jr. (2003) uvádí následující stejně důležité formy globalismu: ekonomická, vojenská, ekologická a socio-kulturní. *Ekonomická* forma globalizace zahrnuje proudy zboží, služeb, kapitálu, informace a organizační procesy spojené s těmito proudy. *Vojenská* forma globalizace odkazuje na sítě vzájemné závislosti (interdependence) na dálku, kde je zapojena síla. *Ekologická* forma globalismu znamená dálkovou přepravu materiálu v atmosféře a oceánu, nebo biologických substancí, které ovlivňují lidské zdraví a blahobyt. *Sociální* a *kulturní* globalismus představuje přesun informací, nápadů, obrazů a lidí. Podle autorů důležitým aspektem této formy globalismu je „isomorphism“, což je imitováním praktik jedné společnosti druhou. Kromě toho, sociální a kulturní formy globalismu jsou v těsné interakci se všemi dalšími, a rozvoj Internetu dělá proud informace a nápadů zcela nezávislou formou globalizace.

2.2 Kulturní dimenze globalizace

John Tomlinson (1999) se zabývá vztahem globalizace a kultury ve svém díle *Culture and Globalization*, kde podrobně rozebírá specifika vztahu obou konceptů v moderním světě. Autor považuje dva koncepty globalizace a kulturu za těsně propojené pojmy. Tomlinson zdůrazňuje vliv nejen globalizace na kulturu, nýbrž i opačný vliv kulturních praktik na globalizaci: „*Globalization lies at the heart of modern culture; cultural practices lie at the heart of globalization*" (1999: 1). Stejně jako globalizace mění způsob prožívání jakýchsi kulturních praktik, mění se i celkem naše vnímání toho, co kultura vlastně je. Nicméně, tato skutečnost však nenaznačuje, že globalizace je určující podmínkou současných kulturních praktik, stejně jako kultura není jediným klíčovým aspektem odhalujícím podstatu globalizace. Ve snaze náležitě pochopit globalizaci je nezbytné brát ohled i na kulturní kontext tohoto procesu. Kromě toho, autor vidí oba koncepty jako velice sporné a obecné, což dělá jejich analýzu celkem náročným úkolem. Nicméně, podstatným pro tuto práci je spíše samotné uchopení globalizace v kulturním kontextu než jakási podrobná analýza obou pojmů.

Jak už to bylo uvedeno výše, Tomlinson vychází z chápání globalizace jako mnohodimenzního pojmu. Proto následně upozorňuje na nutnost nezanedbávání dalších dimenzí globalizace přesto, že se zkoumá hlavně vztah globalizace s kulturou. Měli bychom mít neustále na mysli širší souvislosti zahrnující další dimenze, jako jsou politická, ekonomická, sociální atd.

Jak jsme již uvedli, Tomlinson vnímá globalizaci z hlediska komplexní konektivity a prostorové blízkosti. Avšak s cílem uchopení globalizace v kulturním kontextu je zapotřebí specifikovat na začátku i to, jakým způsobem v tomto případě vnímáme komplexní koncept kultury.

2.2.1 Jak chápeme kulturu v kontextu kulturní globalizace?

Tomlinson (1999) uvádí dva způsoby chápání kultury. Zaprvé, kultura může být nahlížena jako „*[...] order of life in which human beings construct meaning through practices of symbolic representation*" (1999: 18). Z toho vyplývá, že kultura je způsob, kterým lidé přisuzují životu jakýsi smysl přes komunikaci, a to individuálně a kolektivně. Avšak to, co určuje kulturní dimenzi je spíše samotný *cíl* kultury: nadělení života smyslem (Tomlinson, 1999).

Druhým úhlem pohledu je nahlížení na kulturu jako „*na říši existenčních významů*" (Tomlinson, 1999). Tím pádem, kultura je způsobem, jak lidé interpretují své životy.

V této souvislosti autor uvádí jako podstatný obrat použitý Raymondem Williamsem „*culture is ordinary*“ (Tomlinson, 1999: 19). Tento pojem byl poprvé použit Williamsem jako protiklad elitnímu chápání kultury jako speciální formy života dostupné jen pro kultivovanou menšinu. Později pojem dostal i demokraticko-antropologický význam: kultury jako celého způsobu života. Tudíž kultura přestala být chápána jako záležitost jen privilegované společnosti, ale zahrnovala všechny aspekty každodenního života a poskytovala „*osobní významy*“ (Tomlinson, 1999: 19). Tak se autor dostává k existenčnímu významu kultury, ke kterému se podle Tomlinsona rutině obrací každý člověk ve svém každodenním životě. Z tohoto pohledu by kultura mohla být definována jako „*[…] culture… refers to all these mundane practices that directly contribute to people's ongoing 'life-narratives': the stories by which we, chronically, interpret our existence…* “ (Tomlinson, 1999: 20). Vycházíme-li z tohoto pohledu na kulturu, je podstatné určit, jak globalizace ve smyslu komplexní konektivity ovlivňuje tvoření tohoto existenčního významu kultury. Jakým způsobem globalizace proměňuje lidské vnímání své osobnosti, prožívání místa a vlastního vztahu k tomuto místu, jak globalizace ovlivňuje sdílené hodnoty, touhy, mýty, naděje a strachy, co se vyvíjely kolem lokálních světů (Tomlinson, 1999). Tudíž zájmem Tomlinsona je vztah mezi transformacemi vnějšího systému a transformacemi lokálních světů.

2.2.2 Proč je kultura důležitá pro globalizaci a naopak

Tomlinson (1999) nahlíží na kulturní globalizaci ze dvou úhlů pohledu: proč je kultura důležitá pro globalizaci a proč je globalizace podstatná pro kulturu. Kultura je velkou částí globalizace z toho důvodu, že je vnitřním jádrem celého procesu komplexní konektivity. V chápání toho, proč je kultura centrálním aspektem komplexní konektivity, je důležité si uvědomit fakt, že kultura má své *následky*. Vnímáme-li kulturu jako konstrukci významů, znamená to, že člověk vždy jedná v širším kulturním kontextu. Kultura je tedy pozadím, na kterém se tvoří události. Kulturní interpretace a kulturní význam vedou člověka k určitým činům. Tato skutečnost vychází z teorie reflexivity společenských aktivit, podle níž má každý jedinec schopnost sledovat sebe sama jako jednající bytost. Toto monitorování sebe sama se odráží i na společenských institucích. Autor uvádí (1999) teorii Giddense o institucní reflexivitě: moderní instituce jsou stejně jako lidské bytosti „učící entity“ a pořád se mění v interakci s lidskou hýbnou sílou. Toto vysvětluje propojenost mezi malými individuálními lokálními činy a globálními strukturami a procesy. Lokální činnosti, styl života a zvyky mají tudíž globální následky. Způsob, jímž

tyto lokální události ovlivňují globální procesy, je přímo hlavním smyslem, jak kultura ovlivňuje globalizaci.

Na druhou stranu globalizace celkem mění způsob, jakým vnímáme samotnou kulturu. Idea kultury byla dlouho fixována na určité lokalitě. Představa o kultuře stejně jako i představa o společnosti byla omezenou entitou, která je fixována na určitém fyzickém a politickém teritoriu. Zároveň i individuální konstrukce významů byly definovány tímto sociálním a politickým prostorem. Tak konektivita, kterou přináší globalizace, narušuje tyto představy o kultuře tím, že proniká do lokalit a zpochybňuje vázanost lokality a kultury. Dále Tomlinson uvádí (1999), že i přes to, že autoři jako Clifford Geertz přisuzují kultuře neposednou kočující podstatu, ve skutečnosti velká část kulturních zkušeností je pořád tvořená každodenním prožíváním fyzické lokality. Autor zdůrazňuje, že hlavní vliv globalizace na kulturu nespočívá jen v možnosti mobility lokální kultury, nýbrž „*[...] the key to its cultural impact is in the transformation of localities themselves*“ (1999: 29). Tudíž transformace kultury nespočívá v možnosti mobility, kterou poskytuje globalizace, nýbrž v ideji deteritorializace.

2.2.3 Velká debata o kulturní globalizaci

Jde-li o kulturní dimenzi globalizace, je důležité zohlednit širokou diskusi mezi zastánci skeptického a globalistického diskurzu globalizace. Velkou roli v dané diskusi hraje otázka národního státu a jeho osudu ve světě globalizace. Zatímco podle globalistů již můžeme mluvit o fenoménu kulturní globalizace určující naše každodenní životy v moderním světě, skeptici tvrdí, že existuje jen malý náznak existence globální kultury. Kulturní globalizace je vize existence jedné kultury, která je společná pro všechny jedinci po celém světě. Dle skeptiků kulturní život jedinců se pořad odehrává v národním kontextu, který je s objevením nových komunikačních technologií naopak zesílen.

Dle skeptického úhlu pohledu (Held a McGrew, 2003) zjevení národnosti, nacionalismu a národních států vedlo k organizaci kulturního života kolem národního a teritoriálního kontextu. Národnost je seskupením lidí, kteří sdílí společnou identitu a kolektivní politický osud. Národnost je společenstvím sdílejícím společnou historii, kulturu a tradici obecných pravidel a povinností na určitém teritoriu. I přes to, že koncept národnosti byl na začátku formování moderního státu vytvořen vládnoucí elitou, národnost je většinou vnímána jako přirozenost a danost. Tak podle skeptiků národní identita a status národa jsou natolik zakotvené v moderní společnosti, že jejich nahrazení globální masovou kulturou je málo pravděpodobné. Národní kultura je spojením mezi politickým

sebepojetím jedince a státem. Proto si jsou skeptici jistí, že národní kultura zůstane hlavním zdrojem etnického a politického směru.

Rozvoj nových komunikačních technologií naopak zesiluje a oživuje tradiční formu národního života tím, jak umožňuje intenzivnější interakci mezi členy komunity a vzájemné sdílení této národní kultury. Kromě toho, s možností komunikace na dálku a poznáváním jiných způsobu života a hodnot, roste uvědomění své vlastní odlišnosti. Přesto, že poznávání nových kultur by mohlo vést ke kulturnímu porozumění, jsou častěji zdůrazněné fragmentované charakteristiky a zvláštnosti daného kulturního života. Tak se zvyšuje porozumění a tolerance spíše uvnitř komunity než za jejími hranicemi. Dále obhájce národní kultury tvrdí, že i s existencí mezinárodního jazyku, každý jedinec vyrůstá a žije v určitém jazykovém kontextu, který nemůže být zohledněný globální kulturou. Takto lokální a národní kultura pořad hraje výraznější roli v každodenním životě jedince. Velkou částí života jsou stále národní instituce, národní televize, rádio a vysílání, které jsou pevně zakořeněné v národní kultuře. Dokonce i cizí kulturní produkty jsou reinterpretovány v lokálním kulturním kontextu národním publikem. Nakonec posledním bodem skeptiků je skutečnost, že neexistuje nic jako globální způsob myšlení nebo univerzální historie, které můžou sjednotit lidé po celém světě. Jen pár věcí na světě patří univerzální globální kultuře nehledě na hromadné toky informací a cestování lidí po celém světě.

Jiný názor na vztah kultury a globalizace mají globalisté, kteří naopak zcela ignorují národní aspekt. V moderním světě národní stát ztrácí svou funkčnost vzhledem k tomu, že dnešní světové ekonomické, sociální a politické síly již nejsou pod kontrolou národního státu. Globalisté kladou důraz na konstruktivní povahu národních kultur. Vzhledem ke skutečnosti, že národní kultury byly vytvořeny relativně nedávno, v globálním světě národní kultura už dál není něčím podstatným a neměnným. Globalisté tvrdí, že ekonomické, sociální a politické síly již nejsou pod kontrolou národních států, které jsou v tomto globálním světě spíše nefunkční. Národní politika má šanci na přežití jedině v případě rozlišení mezi kulturním nacionalismem a politickým nacionalismem. Zatímco první je konceptuálním a symbolickým zdrojem zásadním pro lidský život, druhý je prosazením politické priority národní identity a národních zájmů. Tento politický nacionalismus nemůže dál existovat bez jakéhosi globálního politického náhledu.

Dalším bodem argumentace globalistů je zrození nové formy kulturní globalizace s expanzí evropské moci do jiných částí světa. Takto se šířením technologických výhod Západu jako způsoby dopravy a komunikace ve formě telegrafu, šířily i západní sekulární

filozofie, liberalismus, socialismus a věda, což vedlo k transformaci a rozptýlení lokálního kulturního kontextu většiny společnosti po celém světě.

Dle globalistů aktualita kulturní globalizace se potvrzuje i na příkladu šíření současné populární kultury. V dnešní době je charakteristické rozrůstání trhu televizních, filmových a rádiových produktů. Je patrný vliv velkého nárůstu dovážení a vyvážení kulturních produktů. S rozvojem nových technologií (jako televize, satelit a internet) se stala možná okamžitá komunikace, jejíž kontrola na národní úrovni je naprosto neefektivní. Nehledě na jazykové komplikace mezinárodní komunikace jedinci jsou stále vystaveni tokům cizích kultur, které nesou vlastní hodnoty, představy a zvyky. Tyto kulturní toky se šíří i s tím, jak se anglický jazyk stává dominantním jazykem tohoto světa.

Kulturní globalizace je jevem vedeným nikoliv státy, nýbrž obrovskými mezinárodními společnostmi. Výroba kulturních produktů a zboží a jejich distribuce po celém světě s cílem zisku je hnací sílou kulturní globalizace a způsobem transformace lokálních a národních kultur.

Z úhlu pohledu zastánců globalistického diskurzu, rozvoj technologií komunikace mění vztah fyzické lokality a sociálního okolí. S možností prožívání událostí na dálku jsou geografické hranice již překonané. Lidé si vytváří nové znalosti a vědomosti bez přímého kontaktu s jinými lidmi.

2.3 Globální kultura a západní dominance

V úvahách o globální kultuře (Tomlinson, 1999) je důležité rozlišit mezi dvěma způsoby nahlížení na dopad existence této globální kultury. První představou je vize lepšího utopického světa lidí sjednocených společnou globální kulturou. Druhý koncept naopak vnímá globální kulturu jako jediný dominantní homogenizovaný systém významů potlačující veškerou kulturní rozmanitost: "*[...] the emergence of one single culture embracing everyone on earth and replacing the diversity of cultural systems that have flourished up to now*" (Tomlinson, 1999: 71). Tímto dominantním systémem se často představuje americká mediální kultura, která se kromě toho považuje také za imperialistickou.

2.3.1 Historické představy o globální kultuře

Utopické představy o globální kultuře (Tomlinson, 1999) jsou stejně staré jako samotný proces globalizace. Různé sny a naděje o lepším světě sdílejícím společnou kulturu existovaly během celých moderních dějin. Nejstarší představy spočívaly v

jednoduchém umístění vlastní kultury na centrální pozici a považování této kultury za celý "svět". Později se tento naivní etnocentrismus přetvořil i do vyspělejší ideologické formy s ohledem na odlišnosti jiných kultur, o které se během Evropského osvícenství opíraly mýty hovořící o vlastní kulturní nadřazenosti. Během 18. - 19. století se objevují první představy o jakési sjednocenosti, blízkosti a utopické úvahy o globální kultuře a společnosti. Přesto, že tyto úvahy vychází ze stejného západo-centrického úhlu pohledu, liší se od dřívějších tím, že jejich podstatou je spíše touha po "*[...] a unified and, importantly, pacified realm based in the Enlightenment theme of the 'higher unity of mankind'*" (Tomlinson, 1999: 75). V 19. století myslitelé v čele s Karlem Marxem uvažovali o radikálním utopickém globalismu. Tyto úvahy nesly najednou etnocentrické kulturní rysy, povědomí o jiných kulturách a sliby o společenském dopadu rozvoje technologie. Globální kultura Marxe je tvořena budoucí komunistickou společností. Je to představa o světě bez národního rozdělení a lokálních kořenů, kde jedince spojuje univerzální jazyk a kosmopolitní kulturní zájmy. Přes to, že Marxova vize jednotné kultury je ve své podstatě velice etnocentrická a nejednoznačná, byly to první úvahy o celosvětové společné kultuře.

V dnešní době je idea globální kultury nahlížena ze dvou perspektiv. První vizí této kultury je možnost vytvoření jednoho mírného světa zaměřeného na řešení globálních ekologických problémů. Druhou je strach z homogenizace kultury, využívání globální kultury a vytvoření jedné dominantní. Současné vize globální kultury se také vztahují k různým ideologickým diskurzům, které mají vztah buď k etnocentrismu, nebo kulturní dominanci. Koncept globální kultury je těsně spojen s idejí globálního jazyku. Během 19. století byl patrný velký zájem o vytvoření jakéhosi umělého jazyku. Nejvýznamnějším pokusem bylo vytvoření esperanto. Cílem tohoto jazyku bylo překonání komunikačních problému v zájmu mezinárodního míru a pochopení. Takový jazyk by v sobě neměl nést žádné náznaky etnických jazyků. Nicméně, esperanto bylo vytvořeno na základě klasických a moderních západoevropských jazyků, což je samo osobě etnocentrické. Přirozené jazyky jako angličtina, čínština, španělština, arabština a hindustánština však mají větší šanci se stát globálním jazykem. S otázkou globálního jazyku jsou spojené různé diskuze, které buď zastupují názor o nutnosti překonání jazykového neporozumění, nebo o nutnosti zachránit menší jazyky, které jsou částečně potlačené.

2.3.2 Teorie o kulturním imperialismu a dominance americké populární kultury

Koncept globální kultury (Ogan, 2002) je také těsně spojen s úvahami o kulturní dominanci Západu, obzvlášť s americkou dominancí. Americká kulturní (obzvlášť filmová

a televizní) produkce se často považuje za imperialistickou i vzhledem k tomu, že hollywoodské filmy dominují v lokálních kinech a americké sitkomy naplňují televizní programy.

Dle Roberta W. McChesney (2003) na přelomu 90. let došlo k velkým změnám v media produkci. Do této doby byly mediální systémy převážně pod kontrolou národního státu. Nicméně, v dnešní době bychom mohli hovořit o globálně komerčním mediálním trhu. McChesney píše: „*Together, the deregulation of media ownership, the privatization of television in lucrative European and Asian markets, and new communications technologies have made it possible for media giants to establish powerful distribution and production networks within and among nations*“ (2003: 260). Autor uvádí, že na současném mediálním trhu je patrná dominance osmi amerických nadnárodních korporací: General Electric, AT&T/Liberty Media, Disney, Time Warner, Sony, News Corporation, Viacom a Seagram, které rozšiřují svou moc i na globální úrovni. Dokonce i Time Warner a Disney, kteří pořád dostávají největší přínosy v USA, míří na mezinárodní trh s cílem potlačení veškeré konkurence. Autor tvrdí, že tyto globální konglomeráty mohou výrazně ovlivnit osud národní a lokální kultury, obzvlášť ve státech se zkorumpovaným mediálním systémem a vysokou úrovní státní cenzury. V tomto případě je velké riziko zanedbání místních tradic s pouhým cílem výdělku, jelikož globální mediální systém představuje spíše korporátní komerční zájmy a hodnoty.

Zajímavým objektem pozorování vlivu americké mediální kultury je globální filmový trh. Dle autorky článku *Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies, national film industries, and transnational film* Diany Crane (2013) jsou v poslední době patrné velké organizační a obsahové změny v systémech médií mnoha států. Světová filmová produkce je podle autorky výrazným příkladem odstrašující strany globální kultury – její homogenizačního efektu. Filmová produkce je jedním z klíčových aspektů národní kulturní politiky, vzhledem k tomu, že film nese cenné symbolické významy, kulturní hodnoty a hraje velkou roli ve stanovení kulturní identity a společenské svědomitosti.

Nehledě na rostoucí rozmanitost filmové produkce a diverzifikace globální kultury, tyto změny se stále odehrávají v kontextu dominance americké mediální kultury. Crane uvádí (2013), že dominance americké filmové produkce by mohla být obecně vysvětlena třemi faktory. Zaprvé, americkou výhodou je obrovská koncentrace talentů a ekonomických zdrojů, které jsou soustředěny ve filmové produkci Hollywoodu. Za druhé, ekonomický rozsah obrovského amerického trhu je schopny zajistit export kulturních

produktů za ceny mnohem nižší než ty, jež jsou schopny poskytnout produkce menších států. Za třetí, efektivní a rozsáhlý distribuční systém amerických filmů v USA a dalších zemích brání rozšíření cizích filmů na americkém trhu a také zajišťuje úspěch amerických filmů v zahraničí.

V souvislosti s touto dominancí nadnárodních mediálních konglomerátů, sídlících většinou v USA, se často mluví o homogenizačním efektu globální kultury. Tento problém odráží *hypotéza o kulturním imperialismu*, která dostala význačné postavení v 20. století. Jak píše John B. Thompson (1995: 135): „*Jedná se o pohled, podle něhož je globalizace komunikace ve vleku komerčních zájmů velkých nadnárodních korporací sídlících v USA a jednajících začasté ve shodě se západními (především americkými) politický a vojenskými zájmy. V této perspektivě je globalizace komunikace vnímána jako proces, který vede k nové podobě závislosti, v níž jsou tradiční místní kultury rozbíjeny nežádoucím pronikáním západních hodnot.*“ Další autor, Johnatan Friedman, popisuje imperialistický charakter globální kultury jako *„[...] an aspect of the hierarchical nature of imperialism, that is the increasing hegemony of particular central cultures, the diffusion of American values, consumer goods and lifestyles“* (1994: 195). Teorie o kulturním imperialismu je jedním z prvních výkladů globalizace, která se poprvé dostala do akademických diskuzí až ke konci 60. let (Štětka, 2007).

John Tomlinson (1991) zdůrazňuje inkoherenci a protichůdnost kulturního imperialismu a navrhuje mluvit spíše o *diskurzu kulturního imperialismu*. Diskuze o kulturním imperialismu zahrnují různé úhly pohledu na daný problém a zdůrazňování jeho různých aspektů, což podle autora pramení i v odlišném chápání samotného pojmu kultury. Proto autor tvrdí, že samotná definice kulturního imperialismu ani neexistuje. Tomlinson uvádí několik způsobů nahlížení na kulturní imperialismus (1991). Zaprvé, se mluví o kulturním imperialismu jako o mediálním imperialismu. Tento způsob chápání daného jevu je postaven na dvou rovinách kritiky: na skutečnosti tržní nadvlády západních mediálních korporací sídlících v USA a obecné problematice kulturní dominance vzhledem k narušování lokální kultury importovanými kulturními produkty (televizní programy, filmy, hudba, reklamy atd.). Další způsob nahlížení na problém kulturního imperialismu vychází z diskurzu národa a národnosti. Jedná se o jakousi představu existence původních kultur a národů a jejich autentických kulturních praktik ohrožovaných pronikáním cizích kultur. Dále může být kulturní imperialismus chápan jako kritika globálního kapitalismu a jeho homogenizačních sklonů. Posledním pohledem na kulturní imperialismus je celková kritika modernity a globálního rozšířeného „moderního způsobu života“. Podle

Tomlinsona (1991) tuto modernitu tvoří několik faktorů jako kapitalismus, urbanizace, systém národních států, technicko-vědecko-racionalistická dominantní ideologie, masová média a zaměření na jakousi formu individuálního sebeuvědomění.

Problém mediálního imperialismu, který je součástí kulturního imperialismu, podrobněji rozebral Herbert Schiller v roce 1969 ve své knize *Prostředky masové komunikace a americká nadvláda (Mass Communications and American Empire)*. Centrálním argumentem Shillera (Thompson, 1995) je skutečnost, že po druhé světové válce dostaly Spojené státy světové dominantní postavení současně s hasnutím moci evropského impéria. Toto postavení USA získaly díky dvou faktorům: ekonomické síle na základě činnosti nadnárodních korporací sídlících ve Spojených státech a komunikační vybavenosti, která dává možnost kontroly nových systémů založených na elektronické komunikaci. Tím pádem dochází k „*globální americké elektronické invazi*“ (Shiller, 1971) především do zemí Třetího světa a narušení lokálních tradic a kultury. Dle autora (Shiller, 1971) světová dominance těchto mediálních korporací vede k vytvoření závislosti rozvojových států na americké kulturní produkci a propagaci konzumních hodnot a kapitalistického modelu společnosti, které společně vedou k procesu kulturní homogenizace celého světa.

John B. Thompson (1995) zdůrazňuje důležitost výkladu Shillera, jelikož pomohl zohlednit skutečnost globálního charakteru elektronických komunikačních systémů a jejich vnitřně rozrůzněné a strukturované povahy. Kromě toho Shiller upozornil na provázanost komunikačních systémů s výkonem ekonomické, vojenské a politické moci a na skutečnost finančního omezení států Třetího světa ve snaze o vybudování vlastního mediálního systému s možností jednoduchého a levnějšího importu cizích mediálních produktů. Nicméně, Thompson považuje koncept kulturního imperialismu jako velice problematický a uvádí velmi rozsáhlou kritiku konceptu založenou na jeho třech základních slabinách (1995).

2.3.3 Kritika hypotézy o kulturním imperialismu

První slabina se týká Shillerem popsaného poválečného obrazu rozdělení moci. Vzhledem k tomu, že v době, kdy Shiller zveřejnil svůj výklad, americká nadvláda se zdála samozřejmá a Spojené státy připadaly jako vojensko-průmyslové srdce povalečného celosvětového uspořádání. Nicméně, dle Thompsona daný výklad nabízí *„[…] jen částečný pohled na složité a proměňující se vztahy uplatňování ekonomické, politické a vojenské síly, jež jsou příznačné pro období těsně po druhé světové válce*“ (1995: 137).

Zároveň zmíněné Shillerovy úvahy jsou málo relevantní vůči proměňujícímu se globálnímu kontextu současné doby. Globální ekonomika se stává více multipolární a vztahy mezi uplatňováním politické, donucovací a symbolické moci se výrazně proměnily. Došlo i k velkým proměnám v oblasti informací a komunikace. Nejen, že spojené státy ztratily své vedoucí postavení ve výrobě spotřební elektroniky vlivem přesunu výroby do Evropy, Japonska a Tichomoří, ale i ve výrobě filmových a televizních produktů jsou patrné velké proměny. Přesto, že Hollywood má pořad vedoucí postavení ve světové filmové produkci, mnoho hollywoodských studií již patří zahraničním korporacím. Kromě toho autor tvrdí: *„[…] jakkoliv si Hollywood zachovává svůj význam, stále více nabývají na významu i výrobci, kteří nesídlí v Severní Americe, a prosazují se nejen jako producenti filmů a televizních pořadů pro svůj region, ale i jako jejich vývozci. Sem patří filmový a televizní průmysl sídlící v západní Evropě a Austrálii, ale také podniky operující v jiných částech světa, jako třeba v Mexiku, Brazílii či Indii“* (Thompson, 1995: 137). Došlo k velkým proměnám v hospodářském základu dominantního postavení Spojených států, i když se zachovala dominance USA ve formě a obsahu mediálních produktu. Thompson zdůrazňuje, že chybou Shillera je příliš jednoduchá reprezentace americké mediální kultury a její globální dominance, kdy složení, globální tok a užívání mediálních produktů jsou mnohem komplikovanější.

Druhou slabinou Shillerova výkladu je *„[…] sklon předpokládat, že před elektronickou invazí vedenou Spojenými státy měla většina zemí třetího světa původní, domorodé, autentické tradice a kulturní dědictví, jež zůstávaly ve velké míře nedotčeny hodnotami přicházejícími zvenčí“* (Thompson, 1995: 139). Ovšem tradice a kulturní dědictví jsou utvořené dlouhým procesem kulturního konfliktu, kdy některé kulturní praktiky zanikají a jsou vnucovány cizí hodnoty a představy. Tento složitý proces adoptování a přijímaní vybraných cizích představ, hodnot a přesvědčení, které se proplétají s tradicemi a zvyky existujícími v dané společnosti, je málokdy přímočarou záležitostí. Daný proces má širší historický kontext, který hypotéza o kulturním imperialismu nezahrnuje. Ve skutečnosti bychom mohli považovat většinu kultur za hybridní a kombinující zvyky, hodnoty a přesvědčení různých původů. Tím pádem se dle autora nedá mluvit o možnosti kulturní nadvlády v závislosti na globalizaci komunikace prostřednictvím elektronických médií.

Jako poslední slabinu hypotézy o kulturním imperialismu autor uvádí Shillerovou příliš jednoduchou představu procesů recepce a apropriace mediálních produktů, a jeho přehlížení hermeneutického procesu přisvojování. *„Proces recepce není jednosměrným*

přenosem významu, nýbrž tvůrčím setkáním mezi složitým a strukturovaným sdělením na jedné straně a jedinci, kteří patří do různých skupin a do aktivního procesu interpretace vnášejí různé vlastní zdroje a představy, na straně druhé" (Thompson, 1995: 141). Shiller uvažuje o dopadech cizích mediálních šíření, ale nevěnuje se tomu, co takový proces percepce mediálního obsahu a jeho přisvojování v sobě nese. Zanedbává se důležitost procesu percepce kontext a proměnlivá povaha těchto percepčních procesů. Tato poslední rovina kritiky Shillerova výkladu teorie o kulturním imperialismu souvisí s výkladem globální komunikace Johna B. Thompsona v jeho díle *Média a modernita* (1995), kde se autor věnuje specifikům globálního vysílání a jeho lokálního přisvojování.

2.3.4 Alternativní výklad kulturní globalizace: globální vysílání a lokální přisvojování

Ve svém výkladu globální komunikace se John B. Thompson (1995) věnuje důležitému vztahu mezi existujícím globálním mediálním sdělením a lokálními podmínkami jedinců, kteří tento obsah přijímají. Přestože mediální produkty získávají čím dál, tím větší globální rozsah, tyto mediální produkty jsou pořad konzumovány jedinci, kteří jsou zařazeni do svého místního kontextu. *„Zatímco sdělení a informace jsou stále častěji šířeny na globální úrovni, tyto symbolické materiály vždy přijímají jedinci umístění ve zcela konkrétních časoprostorových souřadnicích"* (Thompson, 1995: 142). V rámci vlastního společenskohistorického kontextu se jedinci snaží použit veškeré známé zdroje pro interpretaci globálního mediálního obsahu a jeho zařazení do svého každodenního života. V tomto případě je důležitá skutečnost, že v procesu tohoto hermeneutického a kontextuálního přisvojování globálních mediálních produktů, procházejí tato sdílení často i jakousi transformací. Takto autor zdůrazňuje nikoliv skutečnost vyřazení lokálního charakteru procesu percepce, nýbrž vytvoření nové symbolické *„osy globálního šíření a lokalizovaného přisvojování"* (Thompson, 1995: 142). Přičemž důležitost dané osy roste spolu s rozšířením samotného procesu globalizace komunikace. V kontextu globálního šíření a lokalizovaného přisvojování informace Thompson (1995) zdůrazňuje 3 vzájemně související témata.

První téma vychází z hermeneutického charakteru procesu přisvojování, podle něhož interpretace a nadělení smyslem přijímaných mediálních sdělení zcela závisí na kontextu příjmu a zdrojích, dostupných jedincům, kteří tato sdělení přijímají.

Druhé téma se týče společenských důsledků lokalizovaného přisvojování globálních mediálních produktů. Dle autora (Thompson, 1995) tento proces v sobě

zahrnuje rozměr *zdůrazňování symbolického vzdálení od časoprostorového kontextu každodenního života.* V podmínkách globálního šíření informace, jedinci dostávají možnost symbolického vzdálení od podmínek vlastního každodenního života. Jde o možnost získání představy o zcela odlišném způsobu života odehrávajícího se v jiném prostředí. Tím pádem jsou jedinci schopni nahlížet na vlastní každodenní život a životní podmínky s jakýmsi kritickým odstupem. Nicméně, za stejných podmínek může interakce globálních symbolických produktů s lokálními zvyklostmi vést i naopak k upevnění ustavených mocenských vztahů. Dále autor zdůrazňuje (Thompson, 1995: 145), že „*vzhledem ke kontextuální povaze přisvojování není možné předem určit, který aspekt (či aspekty) se projeví v příjmu konkrétního symbolického sdělení*“, a proto tyto specifika lokalizovaného přisvojování lze rozkrýt jedině za pomocí důkladného etnografického výzkumu.

Třetím tématem výkladu Thompsona je skutečnost, že toto lokalizované přisvojování globálních mediálních produktů je také zdrojem napětí a potenciálních konfliktů. Globální symbolická sdělení v sobě mohou nést poselství či hodnoty, které mohou být v rozporu s hodnotami a zvyky spojovanými s tradičním způsobem života jedince. Thompson (1995: 145) píše: „*V některých kontextech může být tento nesoulad přímo jednou z příčin, proč mediální produkty příjemce přitahují: pomáhají jim vytvořit si odstup, představovat si jiné možnosti, a tím zpochybňovat tradiční postupy*“. Přičemž míra tohoto napětí a konfliktu také záleží na tom, jakou roli hrály globální symbolické produkty v procesu sebeformování osobnosti. Čím různorodější jsou zdroje symbolických materiálů, tím větší je konflikt mezi konkurujícími si požadavky, které jsou kladené na jedince.

2.3.5 Jiné alternativní výklady globální komunikace

Výklad Johna B. Thompsona není jediným výkladem globální komunikace oponujícím teorii o kulturním imperialismu. Po detailnějších empirických výzkumech publika v osmdesátých a devadesátých letech vznikly další alternativní interpretace globální mediální komunikace (Štětka, 2007:143). Štětka uvádí (2007) několik okruhů argumentů, které nahlíží na kulturní globalizaci spíše z pohledu kulturní pluralizace.

První teze o „aktivním publiku“ vychází hlavně z reciproční analýzy a opuštění představy o publiku jako o pasivním příjemci globálního obsahu. Jde o výzkumnou perspektivu, založenou na studiu každodenních forem mediální konzumace a na konceptu „aktivního publika“, které se podílí na vytváření významů odlišných od těch původně vložených jeho tvůrci. Tyto reciproční analýzy vychází hlavně z výzkumu publika

amerického seriálu *Dallas* populárního v osmdesátých letech, který byl považován za ukázku západního kapitalismu a kulturního imperialismu. Tomlinson (1991) zdůrazňuje, že seriál je často uveden jako důkaz dominance amerických mediálních produktů. Nicméně, etnografické výzkumy diváků seriálu (*Sledování „Dallasu": mádlová opera a melodramatická imaginace,* Ien Angová, 1996) dospěly k závěru, že tito jedinci spíše vytváří vlastní interpretační vzorce, které zmírňují konflikt mezi odmítnutím ideologie masové kultury a oblíbením si seriálu. Kromě toho, dle dalšího studia dopadu seriálu Tamary Liebesové a Elihu Katze *Export významů: mezikulturní čtení „Dalasu"* (1990), globální mediální produkty mohou být reinterpretovány z pohledu různých kulturních a etnických identit. O skutečnosti šíření seriálu Tomlinson (1991: 51) mluví o existenci sdílení „meta-kultury", která tyto etnicky rozdílná publika sjednocuje a je jakousi „sdílenou zkušeností sociální modernity". Nicméně, k tomu autor dodává, že není žádný způsob zjistit, nakolik je tato univerzální kultura produktem šíření americké kultury: „*Nelze zkrátka jednoznačně určit, co je příčinou a co důsledkem: zdali globální hegemonie amerických médií (potažmo ekonomicko-politického vlivu USA), jež mají moc prezentovat svoji kulturu, která se následně stává univerzálně srozumitelnou, anebo přítomnost inherentně univerzálních prvků v rámci této kultury, způsobujících její globální přitažlivost*" (Tomlinson, 1991: 53).

Druhým okruhem argumentace jsou teze (Štětka, 2007) o regionalizaci a zpětném toku, které zdůrazňují skutečnost posílení lokálních center produkce a vyrovnání nerovnosti v globální výměně informací a kulturních reprezentací. Argumentace o existenci zpětného toku pochybuje nad představou o jednosměrném toku amerických nebo západních mediálních produktů. Tato skutečnost je nejvíce patrná v oblasti televizní a filmové produkce, kde se v poslední době objevila nová střediska, která odolávají vlivu západních mediálních korporací. Některé z těchto produkcí pochází i ze států třetího světa a stávají se významnými hráči na globálním mediálním trhu. Výrazným příkladem je třeba dominance na lokálním trhu brazilské společnosti TV Globo nebo mexické Televisa. Dalším centrem mediální produkce je Indie, která je velkým vývozcem filmových produktů. Existence těchto silných lokálních center mediální produkce tvoří tezi o regionalizaci. Jedná se o představu o několika geokulturních trzích, kde se odehrává kulturní výměna. Tyto trhy jsou soustředěny na určitý geografický region, ale díky historickým procesům jako kolonizace, otroctví a migrace se hranice těchto trhů překračují. Publikum definované těmito charakteristikami vyhledává mediální obsahy, které jsou bližší jeho pochopení a kultuře. Teze zdůrazňuje přehlížení teorie kulturního

imperialismu vnitřních historických a sociálních dynamik zemí vystavených globálnímu toku. Centrálním argumentem tezí o regionalizaci a zpětném toku je tendence k decentralizaci procesu globalizace.

Další rovinou kritiky je teze o lokální rezistenci publika (Štětka, 2007) vůči americké dominance. Teze zdůrazňuje převažování konzumace mediálních produktů vyrobených na lokálním trhu nad konzumací amerických symbolických produktů. Centrálním aspektem rezistence publika je jeho tendence reagovat na kulturní slevy (*cultural discounts*), kdy jedinec preferuje lokální nabídku v lokálním jazyce proti neznámé, cizí řeči a dabingu. S procesem kulturní rezistence také souvisí politická rezistence. Na příkladu filmového trhu (Crane, 2013) jsou patrné dva druhy státní politiky zabezpečení lokálního národního mediálního trhu: ohraničení vstupu zahraničních mediálních produktů metodou vystavení kvót a celního tarifu nebo podpora domácí filmové produkce přes dotace a daňové úlevy. Přičemž po uznání výjimečného vlivu kulturních produktů a zavedení UNESCO (2000, 2005) práva národních států na ochranu vlastního trhu kulturních symbolických produktů, USA odmítly podepsání *Úmluvy o ochraně a podpoře rozmanitosti kulturních projevu* (Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expression). Místo toho USA zvýšily uzavírání Foreign Trade Agreement s cílem eliminace filmových kvót a podpory exportu amerických filmů. Kromě udělování kvót na zahraniční filmy, jsou zcela efektivní dotace a státní financování místních filmových produkcí, což je vidět na příkladu Francie (Crane, 2013).

Samotné chování globálních mediálních korporací v poslední době svědčí o preferenci publika národně orientovaného kulturního obsahů. Novou strategií korporací již není šíření univerzálních produktů, nýbrž obsahu schopného konkurovat se sílící místní produkcí. Jde o proces glokalizace, pojem zavedený Rolandem Robertsonem (1995), který odkazuje na skutečnost, kde lokální není protikladem globálního, nýbrž globální může být uchopené skrz své lokální specifické projevy. Globální korporace musí přizpůsobovat své obsahy lokálním kulturním kontextům, kde hlavní roli hrají jazyk a kultura. Takto globální korporace s cílem přežit na lokálním trhu nejčastěji zakládají vlastní lokální kanály.

Jiný způsob přežití na místním trhu je patrný na příkladu americké filmové produkce, kdy mediální produkt je spíše zbaven jakéhosi kulturního kontextu a stává se spíše kulturně amorfním (Štětka, 2007). Dle Crane (2013) americké filmy se stávají čím dál tím méně kulturně specifické. Velké množství amerických filmů jsou delokalizované a jejich děj se odehrává v místech neodpovídajících realitě. Takto se filmy stávají kulturně prázdnými. Kromě toho některé americké filmy přebírají motivy z jiných kultur a

zahraničních filmových produkcí. Americké filmy se snaží dosáhnout co největší variability (Štětka, 2007) s cílem zaručení úspěchu filmu a jeho pochopení v jiných státech. Tím pádem debata o kulturní globalizaci se dostává do jiné dimenze, kde klíčovou roli již nehraje země původu mediálních produktů ani dichotomie lokálního a globálního (Štětka, 2007).

3 Praktická část

Po rozpadu Sovětského svazu v roce 1991, mladá republika Kazachstán konečně získala svou nezávislost a stala se jedním z aktérů v globální aréně. Zatímco během své sovětské doby byla země celkem odtržená od globálních jevů, v posledním desetiletí 20. století do Kazachstánu začaly velice intenzivně pronikat globalizační toky. Velkou roli v této proměně hrál i rychlý rozvoj digitálních technologií, přinášejících mediální obsahy již z celého světa. Tato práce je převážně zaměřena na vztah amerického filmu jako globalizačního nástroje a kazachstánské mládeže, která se narodila v již nezávislé

republice. Praktická část této práce je tvořena kombinací sociologického studia dokumentů a sekundárních pramenů a etnografického výzkumů podobě strukturovaných rozhovorů s jednotlivci vybrané skupiny. Sociologická část je výzkumem masmédií nezávislého Kazachstánu, jeho mediální politiky a stavu domácí filmové produkce. Etnografická část práce reflektuje vztah mládeže nezávislé republiky a amerického filmu a interpretaci tohoto globalizačního jevu. Vzorkem etnografického výzkumu jsou jedinci ve věku 16 a 17 let, pocházející ze stejné třídy gymnázia číslo 10 ve městě Ust-Kamenogorsk. Cílem této práce je prozkoumání současné filmové nabídky Kazachstánu a vztahu lokální kultury a amerického filmu jako globalizačního nástroje v každodenním životě kazachstánské mládeže. Z jakých zemí pochází filmy nabízené zkoumaným jedincům? Jaká je podoba vztahu lokální kultury a amerického filmu v každodenním životě těchto jedinců? Jaký je stav domácí produkce, a jak jí hodnotí kazachstánská mládež? Kromě toho, si daný výzkum klade otázku, dochází-li k jakési interaktivitě lokální kultury a globalizačních procesů v podobě amerického filmu? Poslední otázka je předpokladem transformacionalistického charakteru, že za daných podmínek dochází k interakci lokální kultury a globalizace. V tomto případě je domácí kultura nikoliv bezbranná, nýbrž je patrné sebevyjádření této kultury, a tím pádem dochází k oboustranné interakci obou.

3.1 Masmédia Kazachstánu v podmínkách globalizace

Perestrojka Sovětského svazu od roku 1985, decentralizace a mezinárodní situace vedly k rozpadu SSSR v prosinci 1991. Po rozpadu svazu se zjevilo 15 nezávislých mladých států, mezi nimiž byl i Kazachstán. Kazachstán je dnes 9. největší zemi na světě s obyvatelstvem 17,6 milionů. Z historického hlediska je Kazachstán mixem turkických a mongolských národů, které spadaly pod kontrolu Ruska a později se staly součástí Sovětského svazu (Kerry, 2012). Po rozpadu SSSR získal Kazachstán konečně svou nezávislost v roce 1991.

Dle autorů Nurbekova a Donaj (s.d.) s posílením globalizačních tendencí ve světovém měřítku, problém vlivu globálního informačního procesu na národní mediální systém hraje čím dál, tím větší roli. V roce 1998 byla vládou republiky přijata *Koncepce jediného informačního prostoru* a v roce 2001 je prezidentem podepsán *Státní program formování a rozvoje národní informační infrastruktury*. S přechodem na novou úroveň vývoje globální informační infrastruktury realizované na základě konceptu otevřených systémů, vzniká v Kazachstánu nutnost formování vlastní národní informační infrastruktury.

Na základě výzkumu mediální konzumace obyvatelstva republiky (Ileulova, 2012) hlavním médiem dominujícím ve většině domácností je televize. Druhým nejpopulárnějším médiem je mobilní telefon. Ovládání počítače je v Kazachstánu zcela běžné a činí 52% populace, zatímco přístup k internetu má jenom třetina kazachstánců (35%). K satelitní televizi je připojeno 29% obyvatelstva. Mezi mediálními experty v Kazachstánu je běžný předpoklad o dominanci ruských mediálních obsahů. Výsledky ukazují, že ve srovnání s ostatními státy bývalého SSSR, je v Kazachstánu vyšší úroveň popularity zahraničního obsahu, a to nejen ruského. Nicméně, stejně tak nejsou prokázaná ani tvrzení o totální zálibě ruských médií kazachstánskými diváky (Ileulova, 2012).

O filmové preferenci kazachstánských studentů ve městě Karaganda byl proveden kvantitativní výzkum (Mingisheva, 2013), podle jehož výsledku se ukázalo, že většina studentů preferuje americké nebo evropské filmy, na druhém místě jsou ruské filmy, a až na třetím kazachstánské. Většina studentů konzumuje populární kulturu přes internet nebo satelitní televizi. Výzkum zdůrazňuje, že díky globalizaci získala mládež Kazachstánu více autonomie a větší náhled do světové rozmanitosti. Zároveň se ukázalo, že regionální a ruský obsah mají dominantnější pozici v prostředí internetu.

3.2 Filmová produkce Kazachstánu

Regionální filmovou produkci Kazachstánu zkoumá doktorka Lucyann Kerry přednášející na vysoké škole v Almaty KIMEP. Ve svém článku *Regional Film Production for Global Film Market Inclusion* (Central Asia: Regionalization vs. Globalization, 2012) autorka zdůrazňuje skutečnost, že Kazachstán se ziskem nezávislosti v podmínkách globalizace, má jako nově zjevená národnost před sebou velké úkoly v podobě rozvoje národní identity, stanovení stabilního růstu ekonomiky mimo ropný a těžební sektor, a upevnění zahraničních politických vztahů.

3.2.1 Historie filmové produkce Kazachstánu

Kerry (2012) zdůrazňuje unikátní povahu historie filmu Kazachstánu, která byla dlouhou dobu částí sovětského a ruského filmu. Lokální filmová produkce Kazachstánu začala fungovat od 20. let jako výsledek ideologické mise sovětského filmu. Film se stal hlavním nástrojem propagandy kolektivizace, modernizace a boje s islámem.

Během druhé světové války byla hlavní sovětská filmová studia Mosfilm a Lenfilm evakuována z Moskvy do Almaty. Sjednocením těchto filmových studií v Almaty vzniklo COKS, Centrální sjednocené filmové studio, kde právě začalo školení budoucích

kazašských filmařů. Ovšem, v poválečném období kazašská filmová produkce šla výrazně do ústraní.

Za zakladatele kazašského filmu se považuje Šaken Aimov, jehož debutem se stal první film režiséra a herce „Báseň o lásce“ (Poema o ljubvi, 1954). S tím je spojené období od 60. let, které se v historii kazašského filmu považuje za první novou vlnu. Hlavními reprezentanty této vlny jsou filmy Kyz Žiběk (1971) od Sultana Chodykova a „Konec Atamana“ (1971) od Šakena Aimanova. Druhá nová vlna byla tvořena několika kazašskými filmaři, kteří byli vybráni na školení do Moskevského Institutu kinematografu, VGIK. Tato vlna pokračovala ve tvorbě v rámci filmové produkce Sovětského svazu.

3.2.2 Filmová produkce nezávislého Kazachstánu

Zatímco na začátku své nezávislosti nově vzniklá republika produkovala do 10 filmů ročně, na konci 90. let kazašská filmová produkce skoro neexistovala: „*The distribution system has totally broken down since independence, and the number of feature films completed each year dropped from 14 in 1991 to none in 1999*“ (Kerry, 2012). Tato skutečnost je také jednou z příčin, proč po získání nezávislosti, byl program většiny kazachstánských lokálních kin převážně naplněn americkými filmy: „*The few cinemas still running in the country show mostly American films, and the vast majority of Kazakhstan's teenagers have never seen a big screen*” (Kerry, 2012). V tomto období měla kazašská filmová produkce velice tvrdé podmínky pro přežití. Neexistoval žádný státní systém regulování, který by měl povzbudit soukromou filmovou produkci.

Nicméně, druhé desetiletí nezávislosti je pro filmovou produkci Kazachstánu mnohem úspěšnějším obdobím. Například kazachstánská filmová produkce se zvýšila z 5 filmů v roce 2009 na 8 v roce 2011. Hlavním problémem, kterému lokální filmová produkce čelí, je preferování hollywoodských blockbusterů místními domácnostmi a s tím spojené nízké komerční zisky domácích filmů. Hlavním zdrojem financování národní filmové produkce jsou pouze státní zdroje z prodeje přírodních surovin.

3.2.3 Film „Borat“ jako zkreslení národní identity Kazachstánu

Kazachstánská filmová produkce prožívá své znovuvzkříšení nejen díky státnímu investování zisku z prodeje přírodních zdrojů do filmové produkce, ale také díky snaze vlády Kazachstánu o zlepšení svého globálního obrazu po zkreslení kazachstánské národní identity v hollywoodském filmu *Borat* (2006). V roce 2007 byl globálnímu publiku představen film Borat, který se od této doby stal hlavní globální představou o nově vzniklé

republice. Kontroverzní komedie vyvolala ostrou reakci uvnitř státu. Hlavním následkem tohoto mediálního zkreslení se stala nutnost podpory mladého státu v jeho domácí národní filmové produkci investováním zisku z ropného prodeje s cílem zlepšení svého mezinárodního obrazu. Springer (2012) to komentuje: „*Sasha Baron Cohen may have put Kazakhstan on the map half a decade ago, but the country has been working hard to tell the real story since then*". V důsledku dané vládní politiky krátce po filmu Borat, vyšly první globalizované filmy „*Kočovník*" (2005) a „*Mongol*" (2007), jejichž příběhy odrážejí kulturu a historii Kazachstánu. Film Mongol se také stal velkým pokrokem v historii kazachstánského kinematografu díky Oskarové nominaci filmu na nejlepší zahraniční film.

3.2.4 Je filmová produkce Kazachstánu jen vládním PR nástrojem nebo má komerční budoucnost?

Přesto, že současná kazachstánská filmová produkce se snaží dosáhnout globálního publika, zdá se, že hlavním cílem národního filmu však není komerční zisk. Tato skutečnost vyvolává otázku, zda kazachstánský film zůstane vládním PR nástrojem pro zvýšení turismu, nebo tyto filmy mají skutečnou možnost přinášet i ekonomický zisk? Kerry (2012) vnímá kazachstánskou filmovou produkci jako spíše zaměřenou na samotný produkt než citlivou vůči globálnímu filmovému trhu. Filmová produkce státu se stává nástrojem stavění národnosti a jejího dojmu na globálním jevišti než jakýmsi ekonomickým produktem vracejícím investice.

3.3 Metoda a kontext výzkumu

Kromě výše zmíněných specifik filmové nabídky Kazachstánu je také důležité, jak kazachstánská mládež, která se narodila v již nezávislém státu, hodnotí tento stav domácí filmové produkce a svůj vztah k pronikající americké filmové produkci. Pro zodpovězení položené výzkumné otázky, týkající se vztahu lokální kultury a amerického filmu jako globalizačního nástroje v každodenním životě kazachstánské mládeže, byla zvolena kvalitativní výzkumná strategie, jejímž cílem je hloubkové porozumění danému problému. Provedený výzkum má podobu krátkých jednorázových rozhovorů s malou skupinou žaků stejné třídy gymnázia číslo 10 ve městě Ust-Kamenogorsk. Pro daný výzkum je důležitý detailní náhled na interpretaci a způsob přemyšlení zkoumaných jedinců o daném problému. Jde převážně o vlastní výklad jedinců tohoto problému v přirozených podmínkách své každodennosti. Hlavní *výzkumái otázka* zní takto: z jakých zemí pochází filmy nabízené dotazovaným jedincům? Doplňující podotázka je formulována takto: jaká

je podoba vztahu lokální kultury a amerického filmu v každodenním životě těchto jedinců? Kromě toho, si daný výzkum klade otázku, dochází-li k jakési interaktivitě lokální kultury a globalizačních procesů v podobě amerického filmu?

Zvolení zkoumaného vzorku je odůvodněno citlivostí mladé generace kazachstánců, kteří se narodili v nezávislé republice v podmínkách statní otevřenosti. Kromě toho, je mládež více pozorná vůči globálním kulturním trendům a rychleji je absorbuje (Blum, 2007: 3). Výzkumným vzorkem jsou žáci 10. třídy gymnázia číslo 10 ve městě Ust-Kamenogorsk, jejíž věková skupina kolísá mezi 16 a 17 lety. Pro daný výzkumný vzorek je charakteristická homogenita: jedinci pochází ze zcela podobných sociálních podmínek, ze stejné třídy, z kazašských a etnicky smíšených rodin.

Díky získání kontaktu na jednoho z těchto jedinců, bylo možné navázat spojení i s ostatními jedinci, kteří na základě zkušenosti prvního respondenta projevili tomuto výzkumu větší důvěru. Po spojení s každým z těchto jedinců přes sociální sítě, byly domluveny rozhovory přes Skype. I přes limitaci komunikace přes Skype, bylo možné během hodinu a půl trvajícího rozhovoru získat zcela podrobná data o zkušenostech jedinců a relativně hluboký náhled do problému. Dané rozhovory měly polostrukturovanou podobu s předem připraveným soupisem otázek, který se však během rozhovoru měnil nebo byl doplněn v závislosti na kontextu. Nicméně, každý rozhovor měl zcela podobnou strukturu: úvod do výzkumného problému, obecné informace o jedinci (jméno, věk, zájmy apod.), obecný zájem o filmu a jeho role v životě jedince, zkušenost s americkým filmem, digitální preference, trávení volného času, zkušenost s domácím filmem, hodnocení filmové nabídky, role státního vzdělávání ve filmové preferenci, podoba interakce s lokální kulturou jedinců.

Tyto rozhovory s pěti jedinci se postupně uskutečnily během dubna a května roku 2016 s týdenními intervaly. Respondenti byli na začátku rozhovoru požádáni o podrobné odpovědi narativního charakteru. Kromě toho, respondenti byli informováni o nahrávání rozhovoru a o dalším postupu zpracovávání dat. Všichni dotazovaní si zvolili představení křestním jménem po upozornění na anonymitu rozhovoru. Vzhledem k tomu, že dotazování ještě nejsou plnoletí, bylo také požádáno o souhlas jejích rodičů se zúčastněním se daného výzkumu.

Je důležité mít na vědomí možnost jakéhosi rizika ovlivnění výsledků daného výzkumu reaktivitou dotazovatele.

3.4 Výsledky výzkumu

Po analýze nahraných rozhovorů se projevily hlavní aspekty interakce s americkým filmem a specifika lokálního kulturního prostředí jedinců. Výsledky daného výzkumu jsou seřazeny do několika výrazných témat zkoumaného problému.

3.4.1 Role filmu v každodenním životě jedinců a jejích zkušenosti s americkým filmem

S cílem zkoumání vztahu kazachstánské mládeže a amerického filmu je důležité určit, jakou roli celkem hraje film v každodenním životě jedinců. Na otázku, jak často respondent sleduje film nebo seriál, většina jedinců odpovídala buď každý den, nebo minimálně dvakrát týdně. Sledování filmů se často věnují o samotě přes počítač, s přáteli v kině nebo pouštěním filmů na pozadí u dalších aktivit. Hlavním cílem během sledování filmu je většinou zábava a odpočinek. O své interakci s filmem, jedinci zcela jistě tvrdili, že nejčastěji koukají na filmy americké produkce, i když jedna z respondentek uvedla i francouzské animované filmy. Dle odpovědí jedinců je film velkou součástí jejich života: je zdrojem inspirace, ovlivňuje náladu jedinců, je zdrojem nových informací, a je podnětem k zamyšlení se o nových a neznámých věcech. O roli filmu ve svém každodenním životě mluví Daulet, 16 let: „*Líbí se mi, když je ve filmu něco, o čem se dá zamyslet, nebo když mě nějakým způsobem inspiruje*“. Přesto, že nabídka amerických filmů v okolí jedinců přesahuje jakoukoliv další, jedinci občas přichází do interakce s filmy nebo seriály ruské produkce, a to většinou díky starší generaci. Tato filmová nabídka je spolu s americkou patrná v televizním programu kazachstánských kanálu nebo v programu kanálů satelitní televize. Někteří z respondentů však projevovali i negativní vztah k ruské filmové produkci, a vztahovali jí spíše k preferencím svých rodičů. Dle respondentů, mají americké filmy obecně zajímavější příběhy než ruské, a jsou celkem význačně lepší technickou kvalitou produktu, zatímco ruské filmy „*jsou jenom špatnou parodii na americký film*“ (Samrat, 17 let). Filmová nabídka v kině je také význačně americká, i když v poslední době se objevují i ruské a kazachstánské filmy. Co se týče hodnocení domácí filmové produkce, je celkem podporována respondenty, kteří by si přáli její rozvoj: „*je vždy příjemnější koukat na filmy lokální produkce*“ (Alua, 16 let). Nicméně, současná kazachstánská filmová produkce je považována za nedostatečně vyvinutou, neatraktivní a nerozmanitou: „*Myslím si, že jsem zatím neviděl žádný kazachstánský film*“ (Daulet).

3.4.2 Digitální zkušenosti a dostupnost nových technologií

Z provedených rozhovorů se dá usoudit o technické vybavenosti a dostupnosti nových technologií dotazovaným jedincům. Velkou část digitální zkušenosti jedinců tvoří televize, kterou vlastní každá domácnost, a je často centrem společného rodinného trávení volného času. Jedincům je dostupné jak lokální, tak satelitní televizní vysílání. Kromě toho, každý z dotazovaných jedinců vlastní počítač nebo notebook s internetovým připojením. Je patrná preference trávení času s počítačem o samotě, zatímco televize je často centrálním aspektem trávení času s celou rodinou. Každý jedinec vlastní i chytrý mobilní telefon, který je přístupem k sociálním sítím nebo filmům a seriálům. Někteří z těchto jedinců mluvili o častějším používání mobilního telefonu i na zhlédnutí filmů a seriálů než počítače. Co se týče způsobu vyhledávání filmů nebo seriálů, jedinci preferují surfování na internetu nebo aktivní vyhledávání filmů na internetu dle doporučení nebo nálady před hotovou nabídkou, kterou poskytuje televize.

3.4.3 Domácí, ruská a americká filmová nabídka

Jak již bylo zmíněno, respondenti o domácí filmové nabídce mluví jako o nedostatečně kvalitní, neatraktivní a zaostalé. Ve svém vztahu ke kazachstánské filmové produkci část respondentů projevovala patriotické stanovisko jako, například, Daulet: „*Já bych byl moc rád, kdyby se kazachstánská filmová produkce vyvinula tak, aby naše filmy pak překládali do všech ostatních jazyků*“. Podobný patriotický vztah byl patrný u Alua: „*Je mnohem lepší koukat na filmy domácí produkce, které byly natočené tam, kde se člověk narodil. Jsem patriot Kazachstánu*“. Alua dodává: „*I když životní styl zobrazený v amerických filmech vypadá moc zajímavě, je možnost mít stejně zajímavý život i tady v Kazachstánu*“. Nicméně, stejní respondenti zdůrazňují malou a nekvalitní filmovou nabídku lokální produkce. Druhá část zkoumaných projevila i trochu negativní vztah k domácí filmové produkci. Tyto respondenti charakterizují domácí filmovou produkci jako emočně těžkou, nesoucí silný nacionalistický a patriotický charakter. Damir, 17 let říká: „*Mě nikdy nebaví kazachstánské filmy. Nešel bych do kina podpořit domácí produkci. Proč bych se nutil?“*. Další respondent Samrat tvrdí: „*Kazachstánské filmy jsou všechny soustředěné kolem naší národnosti. Celý film je postaven na tom, že jsme Kazaši*“. Dle výpovědi Samrata lokální film nese velké nacionalistické a patriotické poselství, které diváka po chvíli přestává bavit. Je patrná touha po lehčím a jednodušším druhu filmů, jejichž cílem by byla zábava a odpočinek. Samrat také tvrdí: „*Tyto národní filmy buď zesměšňují kazašskou mentalitu, nebo oslavují národní kulturu, tradice a to, jak by se tedy*

mělo podle těchto tradicí správně chovat“. I přes negativnější vztah ke kazachstánské filmové produkci, u každého z respondentů je patrná touha po zlepšení této produkce.

Druhou největší filmovou nabídkou pro diváky Kazachstánu jsou filmy ruské produkce. Každý ze zkoumaných respondentů někdy měl zkušenost s ruským filmem. Dle jejich výpovědi, ruské filmy plní třetinu nebo až padesát procent nabídky místního kina. Kromě toho, ruské seriály plní program televizních kanálů. Ruský film se popisuje respondenty většinou jako „hloupý“ a málo kvalitní film, zatímco ruské seriály jsou často smutné a vyvolávající těžké emoce, a jejich obsah je vybudován „*kolem vztahů mužů a žen, nešťastné lásky nebo kriminálu*“ (Kamilla, 16 let). Kromě toho, se zdůrazňuje snaha ruské filmové produkce o napodobování amerického filmu. Je patrný celkem negativní vztah respondentů k dané filmové produkci. Nicméně, respondenti hodnotí ruský film jako blízký jejich kultuře, a proto je pro ně snadno pochopitelný.

Americký film je nejen preferovaným druhem filmu, ale je také povědomý pro každého ze zkoumaných jedinců již od mala. Jedinci ho nevnímají jako vyloženě cizí film: přestože americký film je plný specifik a praktik americké kultury, které jsou občas neznámé přirozenému prostředí jedinců, tyto zvláštnosti amerického filmu nejsou pro jedince nijak překvapivé. Tato kultura je jedincům povědomá i díky studiu angličtiny, které je částí státního systému vzdělávání. Avšak i přes blízký mediální vztah s danou kulturou, žádný z jedinců se s ní neztotožňuje a udržuje si od ní odstup.

3.4.4 Generační rozdíly ve filmových preferencích

Velmi zajímavým výsledkem daného výzkumu se staly patrné generační rozdíly ve filmových preferencích. Všichni respondenti zdůrazňovali skutečnost, že jejich rodiče častěji preferují filmy nebo seriály ruské filmové produkce: „*Dospělé koukají na ruské filmy, na které už jsou zvyklí a jsou jim jasné*“ (Damir). Většina jedinců má zkušenosti s ruským filmem nebo seriály ve společnosti svých rodičů. Filmy americké produkce často přijdou rodičům jedinců jako „hloupé“ a nejasné: „*Moje mamka kouká na ruské filmy a seriály, které jsou o reálném životě, nešťastné lásce. Jsou moc seriózní a až moc dospělé. Já si nechci dělat starosti a být smutný za každou vymyšlenou postavu. Mamka už je zvyklá na takové filmy, a v těch amerických je hodně humoru nebo různých zvláštností, které mamka nechápe*“ (Samrat). Nicméně, rodiče jsou schopní některé z těchto filmů akceptovat a některé z nich mají dokonce i rádi. Samrat dodává: „*Občas mamka se mnou kouká na americké filmy, které já stahuju na internetu. To je jediný film, na který můžeme spolu koukat, protože já nesnáším ruské filmy. A třeba mamky nejoblíbenější herec je Hugh*

Jackman“. Kromě toho, i přes to, že rodiče většiny zkoumaných umějí ovládat počítač, jejich hlavním médiem je stále televize.

Zatímco generace rodičů je podle respondentů schopna sdílet americké filmy se svými dětmi, je mnohem větší generační rozdíl s prarodiči jedinců. Prarodiče nejsou schopni akceptovat americké filmy, které jim jsou zcela nejasné. Prarodiče jedinců se více drží tradicionalismu, a proto preferují domácí, ruské nebo staré sovětské filmy. Při tom, generace rodičů je schopná sdílet filmové preference jak se svými dětmi, tak i se starší generací.

3.4.5 Ovlivňování filmových preferencí v rámci procesu vzdělávání

Co se týče role vzdělávání, není podle respondentů patrný velký vliv školy na filmovou preferenci zkoumaných. V rámci systému neexistují žádné předměty, které by obsahovaly složku jakéhosi filmového vzdělání. Jediným předmětem, který se týká filmů, je dějepis, kde žáci často dostávají filmová doporučení nebo se věnují sledování filmů v rámci hodiny. Dle výpovědi zkoumaných jsou tyto filmy většinou ruské nebo sovětské produkce, a zřídka americké, které vypovídají o historických událostech. Zároveň americký film je považován učiteli gymnázia za povrchní a nevzdělávací, zatímco ruský nebo sovětský film je učiteli celkem doporučován jako „*nesoucí hluboký smysl*“ film o skutečném životě. Jedna z respondentek mluvila dokonce i o jakési propagandě ruských a sovětských filmu na základě jejich porovnání s americkými: „*Ve škole občas doporučují i dobré filmy, ale většinou je to propaganda ruských filmů. Americké filmy jsou považované za zlé a tomu podobné, zatímco Rusko je tak hodné a dělá všechno správně. Jenomže já tomu moc nevěřím, protože se mě netýká ani Rusko, ani Amerika*“ (Kamilla). Z tohoto vyplývá, že starší generace, k níž patří většina školních učitelů zkoumaných, pořad považují ruskou a sovětskou filmovou nabídku, a dokonce, i kulturní identitu za vlastní a osobně blízkou.

3.4.6 Zdroje interakce s lokální kulturou jedinců

Jedním z cílů daného výzkumu bylo také zjištění toho, jak zkoumaní jedinci přichází do interakce s lokální kulturou, a jaké jsou její zdroje. Dle výsledků bylo patrné, že v prostorách města Ust-Kamenonogorsk mají jedinci malé kulturní zázemí, poskytované městskou správou. Většina jedinců tráví volný čas spíše o samotě u počítače a mobilního telefonu, venku s kamarády, v kavárnách nebo v kině. Jako kulturní zdroje v rámci města, všichni jedinci zmiňovali městské divadlo, kam občas chodí na představení se školou,

avšak nikdy z vlastní vůle: „*V našem městě se dá jít jen do divadla, ale spíše se školou. Nikdo z mých kamarádů tam nechodí jen tak. Tato představení jsou většinou v ruštině, ale kazašsky mluvící divadelní skupinu asi ani nemáme*“ (Samrat). Jinak se dá spíše usoudit o malé nabídce kulturních aktivit v rámci města.

Hlavním spojením s lokální kulturou jsou rodiny dotazovaných jedinců. Starší generace informuje jedince o místních tradicích a praktikách: „*Přes starší generaci se dostávám ke svému kulturnímu dědictví. Starší lidí vždy vypráví, jak se mají věci dělat podle toho, jak se to dělalo dříve, a proč je důležité dodržovat tradice*“ (Damir). Další informátorka Kamilla vypráví: „*Strejda mi často vysvětluje kazašské tradice a zvyklosti. Je to hodně zajímavé*“.

Nicméně, vztah respondentů k místním tradicím je zajímavý aktivní interpretací a analýzou této tradiční kultury. Někteří z informátorů při výpovědi o svém vztahu k lokální kultuře mluvili o svém respektu a zájmu o místní tradice, ale zároveň dané tradice analyzují a nehodlají přijmout ty z nich, které jim osobně nedávají smysl, a se kterými nesouhlasí. Samrat: „*Nemám žádný negativní vztah vůči našim tradicím, ale pokud něco z toho není podle mě pravda, já to dělat nebudu. Například, všechno, co je spojeno s kazašskými tradičními svatebními obřady. Přijímám to, co já považuji za normální. Rozhodně nebudu dělat to, co mi přijde hloupé*“.

3.4.7 Zásah amerického filmu do každodenního života jedinců

Dalším podstatným bodem daného výzkumu je skutečnost velkého vlivu amerických filmů na povahu, charakter a plány na budoucnost zkoumaných jedinců. Někteří z informátorů mluvili o osobních změnách, kterých si všímali po zhlednutí filmů, o snaze o aplikování ve svém vlastním životě toho, co před tím viděli ve filmu. Je patrná snaha o napodobování nejen chování vymyšlených postav, ale i jejich životního stylu. Jedinci vyprávěli o změně vlastního chování, stylu mluvení a oblečení. Kamilla říká: „*Po každém filmu se mi trochu mění charakter. Každý film mě nějak ovlivní. Po zhlednutí pár filmů jsem se hodně změnila a začala myslet na budoucnost*“. Kromě změny osobnosti a chování u dvou ze zkoumaných jedinců je výrazné obdivování amerického životního stylu na základě porovnání se svou realitou. „*Mně se jenom líbí, že v těchto amerických filmech puberťáci mají hodně zajímavý život na rozdíl od nás. Oni už můžou řídit auto nebo být venku, jak dlouho se jim chce, dělat skvělé party. Tady u nás pokud se někdo baví, tak je lidmi odsuzován- Nikdo tady nesdílí stejné názory, a nejsem spokojený s touto mentalitou. Ale v Americe jsou všichni laskavý a mohou pomoci i neznámým. U nás neexistuje žádná*

důvěra" (Samrat). Nicméně zkoumané Alua a Daulet mluvili o tom, že to, co je zobrazeno v amerických filmech, není vůbec skutečné, ale možná realita je úplně jiná a není tak ideální.

U jednoho ze zkoumaných jedinců se projevil vztah k americkému filmu i jako způsobu odpojení od neuspokojivé reality: „*Když koukám na film, všechno je tam tak skvělé, a až ten film končí, musím se vrátit do svého nudného života. Můj život není špatný, ale ve filmu je všechno o tolik zajímavější*" (Samrat).

3.4.8 Vnitřní konflikt jedinců: tradiční kultura a západní individualismus

Posledním význačným aspektem výsledku daného výzkumu, je skutečnost vnitřního konfliktu jedinců mezi novými pronikajícími globalizačními hodnotami, které zčásti nese americký film, a lokální tradiční kulturou, se kterou jedinci jsou hlavně spojeni v rámci rodiny. Zdá se, že prostřednictvím amerických filmů jedinci získávají náhled na jinou kulturu, která podporuje západní individualismus a centrální postavení osobnosti. Se získáním tohoto náhledu, někteří z jedinců přijímají tato poselství a snaží se je aplikovat ve svém každodenním životě. Nicméně, tito jedinci se setkávají s velkým nesouladem svých očekávání s jejich reálnými podmínkami, kde je domácí kultura vystavěna na silných rodinných poutech a tradičních představách. Dochází ke konfliktovému středu dvou kultur velice od sebe odlišných: americké individualistické kultury a kazašské tradiční kultury, založené na silných rodinných poutech. Samrat k této skutečnosti dodává: „*Přijde mi, že ten americký přístup je ten správný. Ve škole nebo v práci ti nikdy nepomůže tvoje rodina. Americký individualismus je mi mnohem bližší. Pak má člověk mnohem větší šance něčeho v životě dosáhnout a být úspěšný. Individualismus neznamená zapomenout na svou rodinu a nemít jí rad, ale znamená to, že ten člověk může všechno zvládnout i sám. Podle kazašských kolektivistických tradic člověk musí být vždy vedle své rodiny. Zatímco v amerických filmech osmnácti letý jedinec sám rozhoduje za svůj život a dělá to, co si myslí, že je správné. V kazašské kultuře všechno rozhoduje rodina*".

4 Závěr

Globalizace je jedním z nejvlivnějších a nejrozsáhlejších procesů současné doby, zasahující a ovlivňující životy skoro celého světa. Globalizace je velice složitým a mnohodimenzním procesem, který se odehrává na několika rovinách. Jednou z podstatných dimenzí globalizace je její kulturní dimenze, která ovšem bývá často zanedbávána. Kulturní dimenze globalizace je tématem mnoha vědeckých bádání. Existující debaty o kulturní globalizaci byly obecně rozděleny do několika myšlenkových škol, které se drží hyperglobalistického, skeptického nebo transfomacionalistického diskurzu kulturní globalizace. Důležitým aspektem kulturní globalizace je dle Tomlinsona (1999) skutečnost oboustranné interakce kultury a globalizace. Zdůrazňuje se nikoliv jednosměrný zásah globalizačních procesů do vnitřního řádu lokálních kultur, nýbrž oboustranná interakce globalizace a kultury. Zatímco globalizace zasahuje do místních kultur a transformuje jejich podobu, odpojením kultury od určitého geografického prostoru, lokální kultury proměňují globální procesy ve smyslu neustále interpretace jedinci veškerých procesů skrz vlastní kulturu, která je pozadím jakýchkoliv událostí odehrávajících se v životě člověka.

Přes to, že existuje množství názorů na globální kulturu, držících se jejího hegemonního charakteru, které byly zformulovány do teorie kulturního imperialismu, střet globalizace a lokální kultury může být pojat z úhlu pohledu jiných alternativních výkladů kulturní globalizace. Jedná se o přístupy, které zpochybňují hegemonní sílu globalizačních toků a zahrnují hlubší analýzu procesů přijímání, přisvojení, interpretace a vnímání vlastní lokální kultury jedinců vystavených těmto globalizačním procesům. Mluví se o globálním vysílání a jeho lokálním přisvojováním, kde hlavní roli hraje aktivní proces interpretace jedincem přijatých informací skrz nové komunikační technologie. Kromě toho, jsou zdůrazněné teze o aktivním publiku, kulturní rezistenci, zpětném toku a hybridizaci kultury.

Interakce globalizace a lokální kultury lze pozorovat na příkladu interakce amerického filmu a mladé generace kazachstánců, kteří se narodili ve státu, kam globalizační toky začaly aktivně pronikat poměrně nedávno, až po rozpadu SSSR a získání Kazachstánu své nezávislosti.

Dle výsledků výzkumu je možné usoudit o původu filmové nabídky Kazachstánu, na který se ptá první výzkumná otázka. S mediální politikou otevřenosti mladého státu, je

patrná vysoká úroveň konzumace zahraničních mediálních obsahů. Na základě kvantitativního výzkumu Mingishevy (2013) hlavní preferencí zkoumaných jedinců je americký film, druhou je ruský, třetí je domácí film. Výsledkem daného etnografického výzkumu se totiž ověřila největší filmová nabídka americké produkce dle výpovědi zkoumaných, která je velkou součástí jejich každodenního života. Druhá největší nabídka pochází z ruské filmové produkce. Na posledním místě je domácí filmová produkce, kterou zkoumaní jedinci hodnotí jako malou a nekvalitní.

Výsledky výzkumu dovolují odpovědět i na druhou výzkumnou otázku o stavu domácí filmové produkce a její hodnocení kazachstánskou mládeží. Lokální filmová produkce po rozpadu Sovětského svazu prožívala svůj úpadek. V současnosti domácí produkce dostává velké státní investice na rozvoj kazachstánského filmu s cílem vytvoření dobrého dojmu mladé neznámé republiky v globální aréně, po zkreslení kulturní reprezentace Kazachstánu v úspěšném hollywoodském filmu „*Borat*“. Domácí filmová produkce nese silné patriotické a nacionalistické poselství, které by mělo seznámit globálního diváka s kulturou nově vzniklého státu. Zajímavým výsledkem výzkumu je hodnocení lokální filmové produkce informátory v etnografické části výzkumu jako obsahově nudné a náročné vzhledem k soustředěnosti příběhů kolem kazašské národnosti a patriotismu.

Na začátku výzkumu byl stanoven předpoklad transformacionalistického charakteru o existenci jakési interaktivity mezi lokální kulturou a globalizačními procesy v podobě amerického filmu. Výsledky etnografické části výzkumu ukázaly možnost vzájemného ovlivnění obou. Americký film v procesu pronikání do každodenního života jedinců prochází jakýmsi interpretačním procesem v kontextu lokální kultury. Přijmeme-li výklad Tomlinsona (1999) o neustálém jednání jedince v kulturním kontextu, který je pozadím veškerých událostí, lokální kultura je jakýmsi prizmatem, skrz nějž probíhá přijetí globálního obsahu, který v sobě nesou tyto americké filmy. V kontextu daného výzkumu, lokální kultura jedinců ovlivňuje vnímání amerického filmu tím, že ve výkladu jedinců je neustále interpretován ve vztahu k vlastní kultuře, zároveň kulturní obrazy, které tyto filmy obsahují, byly porovnávány s vlastním životem jedinců. Toto porovnání svědčí i o opačném procesu ovlivňování globalizací vnímané jedinci vlastní lokální kultury. S proniknutím globalizačních toků v podobě amerického filmu do lokálního prostoru Kazachstánu, přišla jakási proměna v myšlení mladé generace. Díky zkušenosti s americkým filmem jedinci získávají náhled na jiný způsob života, jinou kulturu a hodnoty, což vede k možnosti porovnání vlastní kultury s představou o jiné kultuře. Tím

pádem jedinec získává jakýsi odstup od vlastního kulturního kontextu a možnost kritické reflexivity vlastního života, jeho hodnot, místních tradic apod. Někteří ze zkoumaných jedinců kritizovali vlastní kulturu, analyzovali její tradice a rozhodovali o jejich přijetí do vlastního života nebo ne. V této možnosti porovnání vlastní kultury a jiných díky získání mediálního náhledu skrz americké filmy spočívá interakční charakter střetu globalizace a lokální kultury v každodenním životě jedince.

5 Seznam použité literatury:

ANG, Ien. *Watching Dallas: soap opera and the melodramatic imagination*. Reprint. London [u.a.]: Routledge, 1996. ISBN 0415045983.

BENEŠOVÁ, Jitka, ed. *Velký slovník naučný*. Praha: Diderot, 1999. Encyklopedie Diderot. ISBN 80-902723-1-2.

BLUM, Douglas. *National Identity and Globalization: Youth, State, and Society in Post-Soviet Eurasia.* New York: Cambridge University Press, 2007. ISBN 0-521-69963-0.

CRANE, Diana. 2013. Cultural globalization and the dominance of the American film industry: cultural policies national film industries, and transnational film. [online]. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10286632.2013.832233>.

DAVID HELD.. [ET AL.]. *Global transformations: politics, economics and culture*. Stanford, Ca: Stanford University Press, 1999. ISBN 0804736278.

FRIEDMAN, Jonathan. *Cultural identity and global process*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1994. Theory, culture & society (Unnumbered). ISBN 0-8039-8637-8.

GIDDENS, Anthony. *Důsledky modernity*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. Post (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-86429-15-6.

GIDDENS, Anthony, SUTTON, Philip W., ed. *Sociologie*. Praha: Argo, 2013. ISBN 978-80-257-0807-1.

HELD, David. a Anthony G. MCGREW. *The global transformations reader: an introduction to the globalization debate*. 2nd ed. Malden, MA USA: Distributed in the USA by Blackwell Pub., c2003. ISBN 0-7456-3135-5.

Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt a Jonathan Perraton. c2003. „Rethinking globalization“. In David Held a Anthony G. McGrew (ed.). *The global transformations reader: an introduction to the globalization debate.* 2nd ed. Malden, MA USA: Distributed in the USA by Blackwell Pub, s. 67-74.

Held, David, Anthony McGrew. c2003. „The Great Globalization Debate: An Introduction“. In David Held a Anthony G. McGrew (ed.). *The global transformations reader: an introduction to the globalization debate.* 2nd ed. Malden, MA USA: Distributed in the USA by Blackwell Pub, s. 1-43.

Ileulova, Gulmira. 2012. “Сравнительный анализ особенностей медиапотребления в Казахстане и некоторых ННГ“. *ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ПАРЛАМЕНТАРИЗМ* 1 (15).

Keohane, Robert, Joseph S. Nye Jr. c2003. „Globalization: What’s new? What’s not? (And So What?)“. In David Held a Anthony G. McGrew (ed.). *The global transformations reader: an introduction to the globalization debate.* 2nd ed. Malden, MA USA: Distributed in the USA by Blackwell Pub, s. 75-83.

KERRY, Lucyann. 2012. „Regional Film Production Prospects for Global Film Market Inclusion“. *IX KIMEP International Research Conference (KIRC2012) „Central Asia: Regionalization vs. Globalization“*. Almaty: KIMEP University Language Center, s. 30-38.

LIEBES, Tamar a Elihu KATZ. *The export of meaning: cross-cultural readings of Dallas*. 2. ed., reprinted. Cambridge [u.a.]: Polity Press, 2005. ISBN 0745612954.

MINGISHEVA, Nazgul. 2013. *Globalization and Youth Culture in Kazakhstan: Postcolonial and Gender Aspects.* Karaganda: State Medical University. Dostupné z: < https://www.researchgate.net/publication/267029335_Globalization_and_Youth_Culture_in_Kazakhstan_Postcolonial_and_Gender_Aspects?ev=prf_high>

McChesney, Robert W. c2003. „The New Global Media“. In David Held a Anthony G. McGrew (ed.). *The global transformations reader: an introduction to the globalization debate.* 2nd ed. Malden, MA USA: Distributed in the USA by Blackwell Pub, s. 260-268.

NEDERVEEN PIETERSE, Jan. *Globalization and culture: global mélange*. Lanham, Md.: Rowman & Littlefield, c2004. Globalization (Lanham, Md.). ISBN 0-7425-2749-2.

Nurbekov, Saken, Lukash Donaj. *Masmédia Kazachstánu v podmínkách globalizace*. [online]. Dostupné z: < https://wnpid.amu.edu.pl/images/stories/ssp/ssp_2011_1/093-102.pdf >.

OGAN, L. Christine. 2002. „Communication and Culture“. In Yahya Kamalipour, Ed.,*Global Communication*. Belmont, Calif.: Wadsworth, 2002. Second Edition revision, 2006.

ROBERTSON, Roland. *Globalization: social theory and global culture*. London: Sage, 1992. Theory, culture & society (Unnumbered). ISBN 0-8039-8187-2.

SCHILLER, Herbert I. *Mass communications and american empire*. Boston: Beacon Press, 1971. ISBN 0-8070-6175-1.

Springer, Kate. 2012. „Kazakhstan's growing film industry aims to counter Borat image“. *Time*, 29 ledna. Dostupné z: < http://newsfeed.time.com/2012/01/29/kazakhstans-growing-film-industry-aims-to-counter-borat-image/>.

ŠTĚTKA, Václav. *Mediální integrace národa v době globalizace*. Brno: Masarykova univerzita, Mezinárodní politologický ústav, 2007. ISBN 978-80-210-4376-3.

THOMPSON, John B. *Média a modernita: sociální teorie médií*. Praha: Karolinum, 1995. Mediální studia. ISBN 80-246-0652-6.

TOMLINSON, John. *Cultural imperialism: a critical introduction*. London: Continuum, 1991. ISBN 1597405698.

TOMLINSON, John. *Globalization and culture*. Reprinted. Oxford: Polity, 1999. ISBN 0745613373.

WUNDERLICH, Jens-Uwe a Meera WARRIER. *A dictionary of globalization*. London: Routledge, 2007. ISBN 978-185743-332-6.