

EDICE
střed

•

Hervé Juvin
Gilles Lipovetsky

Globalizovaný Západ

Polemika o planetární kultuře

přeložil Martin Pokorný

PROSTOR

Rozhodnutí, které myslitele přizvat, nebylo obtížné: Hervé Juvin i Gilles Lipovetsky k tomuto problému právě vydali důležité knihy, které diskusi vdechly novou sílu.¹ Při jejich studiu si člověk mohl uvědomit, že rozdíly mezi oběma protichůdnými výklady sice nezmizely, ale nemíří již ke střetu a ponechávají prostor pro vzájemnou shodu. Přímá diskuse obou autorů by tedy mohla významně přispět i k pochopení problémů dnešního světa. Tak vznikla kniha, kterou nyní držíte v ruce. Zcela jistě nestojíme na konci onoho sporu. Avšak, jak se tato kniha snaží prokázat, už také nelze mluvit o nějakém zásadním „střetu“.

Pierre-Henri Tavoillot

<http://collegedephilosophie.blogspot.com>

1/ Hervé Juvin, *La production du monde*, Paříž 2008; Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, *La culture-monde. Réponse à une société désorientée*, Paříž 2008.

Vláda hyperkultury: kosmopolitismus a západní civilizace

Gilles Lipovetsky

Doba, v níž žijeme, se vyznačuje mocným a nezadržitelným spěním ke sjednocení světa. Ve Francii se užívá termínu *mondialisation*, „zsvětovění“, jinde se hovoří o „globalizaci“. Tato ohromná dynamika je navíc spojena s ekonomickými jevy (liberalizace trhů a vznik planetárního kapitalismu), technickými inovacemi (informační a komunikační technologie) a geopolitickými změnami (zhroucení sovětského impéria). Sjednocování světa sice není absolutní novinkou (jsme spíše svědky „druhé globalizace“) a také není završeno, nicméně představuje všeobecnou a hlubokou změnu v uspořádání i vnímání světa.

Pokud bychom ovšem odvozovali současnou „hypermoderní“ globalizaci pouze z geopolitických, technických a tržních faktorů, dopustili bychom se přílišného zjednodušování. Uvedený trend se totiž kryje s dříve nevidaným kulturním režimem, v němž kultura získává ve společnosti nové místo a novou hodnotu. Globalizace je také typem kultury. Nacházíme se tedy v době, kdy se prosadila a s velkou silou se rozrůstá tzv. kultura „třetího typu“, jakási nadnárodní hyperkultura,

kteřé jsem spolu s Jeanem Serroyem přiřkl název *culture-monde*, „světokultura“.

Co míníme onou světokulturou? Na základní rovině tento pojem označuje revoluci ve sféře informačních a komunikačních technologií, vznik ohromných nadnárodních mediálních sítí a expanzi kulturního průmyslu, který na globální trh vrhá stále častěji stejný objem zboží. To se neobejde bez značného růstu kulturního sektoru: ten se mění ve zcela svébytné ekonomické univerzum, jež sleduje podobné cíle (rentabilitu, marketing, komercializaci) a využívá podobné postupy jako kterýkoli jiný sektor tržních ekonomik. Ze vznešené sféry kultury chápané jako život ducha sestupujeme do „kulturního kapitalismu“, kde se kulturní a komunikační průmysl prosazuje jako nástroj ekonomického růstu a pohybu.

Světokulturou rovněž míníme svět, v němž kulturní počiny hrají stále zásadnější roli dokonce i přímo v komerční sféře jakožto design, estetické, kreativita: kulturní ekonomika je ekonomika „kreativních oborů výroby“. Kultura už není jen povznesenou znakovou nadstavbou; nyní aktivně přetváří hmotný svět výroby a obchodu. Výrobní značky, zboží, móda, turistika, životní prostředí, reklama - vše v tomto kontextu dostává své kulturní, estetické a sémiotické zabarvení. Když se ekonomika promění v kulturu a kultura prostoupí komerci, nastupuje světokultura, která

se vymyká nejen charakteristikám jednotlivých místních kultur, ale také onomu dělení, jež odedávna rozlišovalo mezi produkcí a reprezentací, tvorbou a výrobou, vysokou a komerční kulturou, imaginací a ekonomikou, avantgardou a trhem, uměním a módou.

Jistě, v tradičních společnostech existuje už od úsvitu věků jakési „ukotvení“ ekonomické sféry v kulturním celku a existuje tu hustá změť vzájemných vztahů mezi hmotnou základnou, společenskou organizací a systémem hodnot. Ve světokultuře se však tato kombinace prosazuje strategicky cíleným, efektivním a dokonale homogenním způsobem. „Skutečný“ svět produkce sám sebe představuje jakožto svět kulturní - a kultura vznáší hospodářské nároky.

V tomto ohledu světokultura či planetární kultura znamená konec oněch „kulturních rozporů kapitalismu“, jež vyhlásil Daniel Bell. Když se kultura skutečně prosadí coby plnoprávná a soběstačná hospodářská sféra, začne masový hédonismus fungovat jako významná motivace ekonomického růstu. Ne že by tím strukturní rozpory vymizely - ale spíše než krize kapitalismu se v nich vyjevuje logika nemírnosti, již podléhají různé oblasti společenského života. Finanční a spekulativní bubliny, rekordní zisky a bonusy, hon za novými akciemi, lavina riskantních úvěrů, přepjatá globální likvidita, strmý růst veřejných dluhů, finanční giganti a pohádkové

odměny, ale také patologická spotřeba, chobotnice měst, zahlcení reklamou a komunikací, záplava audiovizuálních a internetových sítí - to vše je nepřiměřenost, úprk a hypertrofie vyjevující se jako organizačně-dezorganizační principy našeho světa a naší hyperkultury.

Lidové a tradiční kultury se považovaly za jedinečné a místní, zlomkovité a nepřesaditelné. „Elitní kultura“ se opájela jedinečností aristokratických či měšťanských symbolů a povýšeně se odtahovala od lidové kultury. Oproti tomu ve světokultuře nastupuje vláda kosmopolitní univerzality, neustálé změny a hojnosti - informací, filmů, audiovizuálních programů, reklamy, hudby, slavností a festivalů, cest a turistiky, muzeí, obrazů, výstav, uměleckých děl a internetu. V hypertrofii kultuře stále vyšší rychlosti a stále širší nabídky novinek, informací a komunikace máme všeho nepřehlednou, nepostižitelnou hojnost.

Doposud bývala kultura tím, co do života vnáší jasný řád a dává životu smysl, neboť jej rámuje souborem božstev, pravidel, hodnot a symbolických soustav. Světokultura působí oproti této starobylé logice přesně opačně: do naší existence a našeho vědomí vnáší neustálou dezorganizaci a nedostatek řádu. Nacházíme se v éře, kdy všechny složky našeho života upadají do krize, jsou nestabilní a zbavené svých souřadnic. Církev, rodina, ideologie, politika, vztahy mezi

pohlavími, konzumní styl života, umění, vzdělání: neexistuje jediná oblast, jež by se vymykala postupnému rozkladu územní jednoty a ztrátě jasné orientace. Světokultura či planetární kultura rozbíjí všechny systémy zachytných bodů a stírá hranice mezi „my“ a „oni“, válkou a mírem, blízkým a dalekým, zbavuje velké kolektivní plány jejich přitažlivosti, rozrušuje životní styly a pracovní metody, bombarduje člověka záplavou zmatených informací. Výsledkem je stav nevidané, všeobecné a téměř naprosté nejistoty a dezorientace. Tradiční kultury vytvářely uspořádaný „celistvý“ svět, ustavovaly silné pouto s kolektivním řádem zaštiťujícím identitu, díky níž bylo možné čelit nesčetným životním obtížím. V éře druhé moderny je vše zcela jinak: svět odvrhl všechny kolektivní symbolické rámce a upadá do nejistoty psychických identit. Dříve existovala jistá míra zcela samozřejmého společenského zapojení a identifikace - ale my přihlížíme sílícímu rozpadu a individualismu vnímané nejistoty.

První předzvěst světokultury samozřejmě nepřišla dnes ani včera: myšlenka kosmopolitismu patří mezi nejstarší náboženské a filozofické vynálezy západní civilizace. Dnes jsme ale svědky něčeho docela jiného: nejedná se o abstraktní humanistický univerzalizmus, nesený určitým morálním a politickým ideálem (jak jej vyznávalo osvícenství se svou snahou osvobodit celý lidský rod), nejedná se o proletářský internacionalismus

s jeho revolučními ambicemi, ale o konkrétní společenskou univerzalitu, o mnohorozměrný celek složený ze strukturních realit, které se navzájem kříží, ovlivňují a narážejí do sebe. Hlavními organizačními principy jsou v tomto případě *trh, konzumní styl života, vědotechnika, individualismus a kulturně-komunikační průmysl*. Kombinací těchto základních a přitom nesourodých faktorů vzniká ideální typ světokultury. Všechny tyto různorodé strukturní vlivy se snaží obemknout celou planetu jedinou společnou kulturou, podobnými spotřebními cíli a postupy, univerzálními normami a názory, všeobecně přijímanými způsoby myšlení a jednání. I když má zeměkoule k jednotě ještě daleko a jistě se nikdy úplně nesejdnou, zřetelně vidíme, že se přes ni přelévají a z podstatné části ji přetvářejí zmíněné prvky nadnárodní multipolární kultury.

Tím ovšem náš výčet nekončí. Světokultura též - na antropologické rovině - znamená nastolení nového žitého vztahu ke všemu vzdálenému a intenzivnější povědomí o světě jakožto planetárním jevu a jednotném celku. Proto je globalizace současně novou objektivní realitou dějin i realitou kulturní, proto je rysem vědomí, vnímání i citění. Nové technologie, hromadné sdělovací prostředky, internet, rychlá doprava, ekologické katastrofy, konec studené války a sovětského impéria - to vše s sebou přineslo nejen „ujednocení“ světa, ale také povědomí o jeho

jednotě: nové vidění, novou existenci, nové myšlení. Dění na opačném konci zeměkoule u nás dnes vyvolává obavy a vede nás k zamyšlení, vzbuzuje nenávisť i soucit. Světokultura v tomto ohledu přináší „časovou a prostorovou kompresi“,¹ rozpad hranic a nový prožitek vztahu mezi „zde“ a „jinde“, domácím a mezinárodním, blízkým a vzdáleným, místním a globálním. Prostor se zmenšil, čas zrychlil a my vstoupili do období světového časoprostoru a globálního kyberčasu (avšak ihned dodejme, že to v žádném případě neznamená setření kulturního odstupu).

Rozvoj médií a kyberprostoru s sebou nese možnost být informován o čemkoli: i ty nejdlehlší kouty světa pronikají na globální scénu. Lidé stále zřetelněji vnímají jednotný svět, v němž sílí vzájemná závislost, propojení a interakce. Ne každý samozřejmě žije stylem globálních elit, které sdílejí stejné zvyky, nakupují stejné luxusní značky a cítí se jako doma ve stejných řetězcích mezinárodních hotelů. Přesto platí, že paralelně s tímto „letištním kosmopolitismem“ se prosazuje i každodenní zkušenost globalizovaného světa, již vytvářejí ekologické hrozby, bleskové šíření virových epidemií, světovládné požadavky trhu, finanční krize, přístěhovalecké vlny, teroristické akce a velké světové

1/ Jak zní klasická formulace Davida Harveye z knihy *The Condition of Postmodernity*, Oxford 1990.

události, jako jsou olympijské hry, mistrovství světa anebo třeba smrt Michaela Jacksona: tyto jevy se přenesou přes všechny hranice a jsou prožívány jakožto světové. Světokultura tak posiluje nové formy nadnárodní existence a přispívá k pocitu, že všichni žijeme v jediném globalizovaném světě.

Konečně pak světokultura posvěcuje dvě velké kosmopolitní ideologie či myšlenkové proudy, totiž ekologii a ochranu lidských práv. Na jedné straně se v dnešní době množí mezinárodní deklarace, zákonné normy a intervence s cílem ochránit životní prostředí a podpořit udržitelný rozvoj. Proti ideologii slepé výroby zboží se staví požadavek rozumné a k přírodě šetrné technologizace, jež ve jménu celého lidstva a jeho budoucnosti bude planetu brát v potaz jakožto celek. Současně s tím se silně prosazuje univerzalistická ideologie lidských práv, která v období první moderny zůstávala v porovnání s národními či revolučními hodnotami jen čímsi druhořadým. Zřetelným projevem tohoto pohybu je především nárůst vlivu humanitárních hnutí a nadnárodních „neziskovek“ (NGO), jejichž jednací prostor se neustále rozšiřuje a jejichž intervence jsou stále průraznější. Tyto mezinárodní organizace, jež sledují humanitární cíle bez ohledu na hranice států, představují altruistickou a nezištnou tvář univerzalistické světokultury.

Jak už jsme zmínili, světokultura plodí otázky ohledně nového uspořádání časoprostoru, všeobecného rozšíření kapitalismu a konzumních hodnot, důrazu na individuální práva a ekologii. Zároveň ale přináší ošemetný problém kulturního osudu planety, přesněji řečeno toho, co někdy nazýváme „okcidentalizací“. Znamená světokultura totéž, co nástup planetární uniformity ve jménu západních principů a hodnot? Anebo naopak ohlašuje „znovuobjevení odlišnosti“ včetně těch kulturních ve světě techniky a komerce? Jedni mávají strašidlem západního a amerického imperialismu a konce dějin jakožto triumfu liberálních hodnot, druzí mluví o vzkříšení etnik a boji mezi odstředivými identitami. Musíme tedy zjistit, zda nejnovější období modernizace přináší kulturní a mezinárodní sjednocení, anebo zda je naopak střetem civilizací.

K naléhavosti těchto otázek přispívá skutečnost, že západní civilizace se svými cíli naráží na překážku dvou naprosto nových jevů. Ekologická krize a globální oteplování vedou některé myslitele k závěrům, že západní styl života založený na ideálu ničím neomezované výroby a konzumu se nikdy nemůže všeobecně rozšířit. Na druhé straně jde druhá vlna globalizace ruku v ruce s kritikou etnocentrismu, ústupem západní hegemonie a vnitřní etnicizací západních národů, ale také s diskreditací

západních hodnot a s demaskováním hospodářské a kulturní agresivity. Ve své extrémní podobě je kritika imperialistické arogance ochotna prohlásit osvícenský univerzalizmus za pouhý příklad západního partikularismu. Právě v tomto novém, polycentrickém a mezinárodním kontextu vzkvétá idea „různých modelů modernosti“, *multiple modernities* - modelů jiných než západních. Ale jak tomuto problému přesně rozumět?

Znamená-li teze o *multiple modernities*, že modernost se v oblasti práva, hospodářského uspořádání anebo národní kulturní politiky prosazuje na různých místech různě, můžeme s tím jen souhlasit. Moderní univerzalizmus vždy vedl - a to i v jednotlivých evropských zemích - k rozmanitým uspořádáním v závislosti na kulturních a historických odlišnostech. Dnes to je zvláště patrné při pronikání modernizace do mimozápadních kultur. Pokud ale někdo tvrdí, že existují i modely modernosti, jež se vymykají hlavním strukturálním principům moderního západního světa, pak se jedná o velmi diskutabilní tezi: přeceňuje vliv politických, kulturních a náboženských faktorů, a naopak podceňuje roli klíčových oblastí, jako je ekonomika, věda, technika, vzdělání a individualizace. Proces modernizace se ze strukturálního hlediska ubírá všude stejnými cestami, a proto se jeví vhodnější mluvit o „variantách modernosti“, a nikoli

o „mnohosti moderností“.¹ Starý způsob okcidentalizace, totiž kolonialismus, se sice vyčerpal, což však nemůžeme říci o jeho hlavním historickém „projektu“ a o klíčových univerzalistických tendencích, jejichž byl ztělesněním. Je snad globalizace - jak se někdy tvrdí - tečkou za onou západní dynamikou, z níž se zrodila modernost, a vyhlášením její provinčnosti? Následující stať tento názor nesdílí: přes veškeré oživení dílčích identit se před námi nevynořuje „hybridní modernita“, ale spíše globální hypermodernita, byť modifikovaná vlivem ekologických nároků a nároků jednotlivých identit. Přes všechny projevy ostrých kulturních odlišností a křížících se vlivů nebudou tyto úkazy stačit na to, aby zbrzdily planetární sjednocování a rozšíření univerzálních institucí a procesů, vycházejících z jedné jediné modernosti - pouze s výhradou, že postupné sbližování různých společností neznamená nastolení jednoznačné podobnosti.

Trh jakožto globální kultura

Světokulturou míníme období, kdy se kapitalismus rozšířil po celé zeměkouli, trh se stal planetárním a všechny státy se vydaly na cestu

1/ Viz Shmuel Eisenstadt, „Multiple Modernities“, v: *Daedalus*, 129, 2000; tuto stať kritizuje Volker Schmidt, „Multiple modernities or varieties of modernity?“, v: *Current Sociology*, 54, 2006.

privatizace a ekonomicko-finanční deregulace. Kapitalismus se sice „objevil v západní civilizaci a nikde jinde“ (Max Weber), ale stal se univerzálním jevem. Všude dnes panuje systém globálního a finančního kapitalismu, jakýsi nezkrotný hyperkapitalismus, na který právě nyní tvrdě dohlážíme. Jistě, světová krize, kterou procházíme a která státu vrací prvořadou roli v ekonomice, s sebou přinese nová regulační opatření; s ohledem na ně budou někteří pozorovatelé ochotni vyhlásit nevyhnutelný rozchod s paradigmatem přebujelého a chaotického „turbokapitalismu“. Nechtějme však zvěstovat smrt hyperkapitalismu příliš brzy: trh je od zmizení východního bloku jednoduše skutečností a poprvé v dějinách nemá žádnou skutečnou alternativu, odnikud nepřichází žádná věrohodná náhrada. Současnost sice nade vši pochybnost nabízí k nastolení nové rovnováhy mezi státem a trhem, na vznik politické síly, která by měla moc nad globalizací, na posílení racionality a vyváženosti ve finanční sféře, na respekt k životnímu prostředí – avšak zdaleka není jisté, zda všechny naznačené změny skončují se závody mezi podniky, se spekulativní horečkou a s „rozhozovačnou opilotostí trhů“.¹

K tomu musíme dodat, že vítězství trhu není pouze hospodářským jevem. Působí i v kulturní

1/ Neobjevila se zatím žádná reforma základních bankovních pravidel, která by mohla efektivně zabránit nerozváznému hromadění rizik a vytváření finančních derivátů.

sféře: trh se stal strukturním schématem většiny současných vazeb a uskupení, všeobecně platným vzorem společenských aktivit a společenské existence. Ovládl kolektivní i individuální představitelství, způsob myšlení, životní cíle a vztah ke kultuře, sportu, umění i vzdělání. Jistou kulturu, tedy systém norem a hodnot, kapitalismus vytvořil již dávno. Byla však bržděna a omezována celou řadou rámců a institucí – církví, socialismem, republikou, národem, uměním, školou, kulturou různých společenských tříd –, které rozhodně bránily všeobecné a celkové legitimizaci trhu neboli nástupu tržní společnosti. To se dnes změnilo: instituce sice přetrvávají, už však nepředstavují účinnou protiváhu k nadvládě trhu, který nyní vystupuje jako jeden z „ústředních imaginativních významů“ současného světa (Castoriadis) a nastoluje globální kulturu bez hranic, dominantní referenční systém, nový zastřešující pohled na to, jak má člověk i společnost žít, chápat sebe sama, plánovat a jednat. Vše dnes nahlížíme prizmatem konkurence a trhu,¹ rentability a výkonnosti, efektivity, prospěchu a maximalizace poměru mezi výsledkem a cenou. Právě díky zevšeobecnění tohoto modelu společenských představ se hyperkapitalismus přecházející na planetární úroveň jeví jako světokultura.

1/ V období šanghajského žebříčku se na poli mezinárodní konkurence ocitají i samotné univerzity.

Různí komentátoři se snaží rozvíjet tezi, že rozkvět tržní společnosti přináší zkázu symbolických soustav a rozvíjí pouze manažerskou logiku kalkulujícího jedince. Začíná prý nová, „nihilistická“ éra, jež se vyznačuje rozkladem kulturní složky světa a nástupem přísně efektivní dynamiky bez humanistických ideálů, plánů i hodnot. Zbývá prý tedy jen kult peněz a posedlost samoučelnou konkurenceschopností bez sebe-menšího ohledu na otázku, proč to vše činíme. Tedy konec symbolizace? Skutečně? Nad současným ekonomickým „totalitarismem“ si jistě můžeme zanaříkat, přesto daný jev nepřináší žádný konec symbolična. Je nástupem nové symboliky, charakteristické tím, že je jen jedna a platí pro celý svět. Nejde tu o konec civilizace ani konec kultury, nýbrž o jinou kulturu, světokulturu, jež plodí vlastní kulturní významy, zásady a mýty. Symboliku již neutváří náboženství ani genealogické vztahy, nýbrž trh, který však nemůžeme redukovat na neutrální systém hospodářské směny. Jak napsal Marshall Sahlins, „jedinečný ráz buržoazní společnosti netkví v tom, že se hospodářský systém vymyká symbolickému určení, ale v tom, že hospodářská symbolika získává určující strukturální roli“.¹

Kultura „byznysu“ všude vítězí, staví se na

1/ Marshall Sahlins, *Culture and Practical Reason*, Chicago 1976, str. 211.

odiv v médiích a magnetickou silou na sebe poutá lidské touhy i naděje. Za vlády hyperkapitalistické světokultury úspěch znamená totéž co peněžní zisk, proměna v celebritu, status „člověka, který prorazil“. Za vzor nám již nestojí státníci a politikové, z trůnu je sesadily hvězdní protagonisté „úspěšných příběhů“. Hodnoty odporující ekonomické logice mizí, každá protiváha vůči nadvládě trhu rychle ochabuje. Levicové strany s podílem na vládě se z valné části reformovaly v souladu s principy globalizovaného hospodářského liberalismu. Veřejné služby jsou řízeny za pomoci metod a kritérií soukromého sektoru. Hlavním posláním školy již není vštěpovat žákům mravní, republikánské či vlastenecké hodnoty; nyní se jedná o službu poskytovanou náročným a kritickým spotřebitelům, kteří se rozhodují mezi školou soukromou a státní. Humanitní vědy už pro elity nejsou přitažlivé – štafetu převzaly velké obchodní akademie. V módě je luxus, všude se bez sebemenších skrupulí roztahují peníze, majetek a obchodní transakce. A to i ve sportu: hypermoderní věk bez zábran slaví sňatek peněz a sportu, jenž se celý proměňuje v hospodářské odvětví, tradiční ideál amatérského sportu byl svržen a místo něj nastupuje sportovní byznys.

Světokultura nabrala tempo během zhroucení sovětského impéria a nyní se může zaštitit planetárním liberalismem bez hranic. Nezvítězila ale

ani „přirozeně“, ani náhodou. Etablovala se jako normativní projekt, jako planetární ideologie, jako revoluce, která má světu přinést hospodářský růst, mír a blahobyt – a to díky výhodám trhu a konkurence, zbavených jha veřejného dohledu. Jednotlivé státy a velké mezinárodní ekonomické instituce se rozešly s praktikami keynesiánské politiky a usilovaly o vítězství privatizace, tržní liberalizace a odstranění ochrannářských opatření po celém světě včetně rozvojových zemí. Globální kapitalismus proto není pouhým ekonomickým fenoménem, založeným na „racionálních“ postojích; je též kulturním fenoménem, zrozeným z jistého ideologického projektu a vidění světa, z určitého mýtu (o seberegulaci trhu, o maximalizaci zisku všech ekonomických aktérů), z víry, jejíž ideje a mocenské nástroje byly užívány všude stejně bez ohledu na národní specifika.

Avšak tlak, který měl společnost osvobodit z dávných pout, vedl ke zrodu ekonomiky, která se z valné části vymyká lidské kontrole, ekonomiky neovladatelné a chaotické, v níž se manévrovací prostor pro zásahy státu neustále zužuje a podléhá nárokům mezinárodní konkurence. Světokultura sice uctívá svobodu a zodpovědnost jednotlivých hráčů, avšak svět, který nastoluje, funguje jako anonymní systém, konající s neúprosnou nutností – tak silně se prosazuje diktát rentability a ekonomické výkonnosti. Souběžně se měla světokultura stát nástrojem pro-

sperity. Přinesla však extrémní rozdíly v životní úrovni, hromadnou nezaměstnanost a profesní úpadek. Klasický kosmopolitismus představoval záležitost vědomí a svědomí, ideologické volby, etické a politické vůle: přinášel emancipaci. U hyperkapitalistické světokultury se však jeví jako hrozba dopadající zvenčí, jako omezení, které nám vnucuje zákony adaptace a flexibility, konkurenceschopnosti a modernizace. Kdo se nepřizpůsobí, bude smeten ze světové scény: globalizace, nebo smrt. Není úniku – od dobrovolného a svobodného kosmopolitismu jsme přešli ke kosmopolitismu nevyhnutelnému, řízenému zákony ekonomického přežití. Na místo svobodné aktivity světoobčana nastoupila „nucená planetarizace“.

Když se zásadní hospodářské problémy světa vymkly mocenským možnostem národních států, na pořadu dne se objevila myšlenka „kosmopolitního vládnutí“. Odtud výstižná poznámka Pierra Hassnera: „Čím víc se svět jeví jako neovladatelný a nezodpovědný, tím lákavější jsou představy o vládnutí a zodpovědnosti.“¹ Klíčová otázka tedy zní, zda a do jaké míry bude světokultura po katastrofě, kterou přivedila přemrštěnost spotřebních úvěrů, schopna vyprostit se ze stavu systémové neovladatelnosti, spjaté s roztříštěnou

1/ „De la crise d'une discipline à celle d'une époque“, v: Marie-Claude Smoutová (ed.), *Les nouvelles relations internationales. Pratiques et théories*, Presses de Sciences-Po, 1999, str. 377.

nadvládou trhů. Jak bude světokultura vypadat poté, co zaznívají naléhavé požadavky na regulaci, „reformu“ a „umravnění“ globalizace? Povšimněme si však, že tuto ohromnou krizi globální doby doprovází odmítání hospodářského protekcionismu a nacionalismu. Politici se snaží uvést globálně v platnost nová pravidla, která by dokázala utlumit výstřelky kapitalismu, obnovit důvěru, zajistit stabilitu bank, posílit etickou integritu finančních trhů a reformovat mezinárodní finanční instituce. Návrat k zestátněné ekonomice a centrálnímu plánování není na pořadu dne – což platí tak dokonale, že krize liberální světokultury v jistém smyslu představuje i její vítězství – žádný stát totiž neusiluje o její potlačení. Je nutno zachránit světokulturu před ní samou a stanovit pravidla, která by zajistila její udržitelný rozvoj. Podrobit globalizaci potřebným regulím, tak zní příkaz dneška. Tím však nikdo nemíní, že by chtěl řídit běh světa. Chceme pouze dokonale ovládnout globalizovanou ekonomiku; zabránit její autodestrukci a vytvořit prostředí, jež by zamezilo vlnám poblázněnosti, finanční hypertrofii a spekulativním bublinám. Liberální světokultura se zcela jistě nevyčerpala: těší se neovladatelné moci nad trhy a jí podněcovaná dynamika zisku pro zisk a nespoutané konkurence nezadržitelně nahrazuje jakoukoli individuální vůli.

Vítězství světokultury – proměny světa a kultury v trh – nám halasně připomíná také oblast současného umění. Příkladnějším od dob Andyho Warhola, který se neváhal označit za „komerčního umělce“ (*business artist*), je jasné, že vzor rozervaného umělce, který zavrhuje etické normy měšťácké společnosti, se stal minulostí. Dnešek už neusiluje o nesmrtelnou slávu, ale o okamžitě uznání, mediální proslulost a komerční úspěch. Revoluční ambice vystřídaly propagační strategie a proměna mladých umělců ve *stars*: nikdo už se nestydí budovat si vlastní *image* s využitím marketingových metod anebo pracovat pro velké firmy a pro reklamu ve světě, kde se hranice mezi uměním a módou, avantgardou a komercí neustále stírají.

Pryč je avantgardní kultura „oběti“ a odpor k zavedeným hodnotám: dnes se stalo ideálem vystupování v médiích, zastoupení na trzích a bienále po celém světě, zmínka v časopise *Kunst Kompass*. O hodnotě díla již v principu nerozhoduje estetická nepředvídatelnost či radikalita, ale komerční hodnota, cena. Umělce vytváří trh. Média systematicky zaznamenávají právě komerční hodnotu děl, z té se stala událost a senzace, stejný příznak slávy, jakým jsou astronomické zisky hollywoodských kasovníků

trháků. V tisku proto Damien Hirst není představován jako zakladatel určitého stylu, ale jako „nejdražší žijící umělec na světě“. Současná díla (a někdy se cenou přibližují velkým uměleckým dílům, která prověřil čas) jsou předmětem cílené nabídky a spekulace; v roce 2008 proto Damien Hirst vydražil 223 novějších prací přímo z ateliéru, bez zprostředkování galerie. Místo podvratného umění nastupuje *art business*.

Tak v internacionalizaci obchodu s uměním přišla nová doba. „Řemeslný“ systém jednotlivých států byl nahrazen globálním trhem, jehož ohnisky jsou dražební síně Christie's a Sotheby's se zastoupením po celém světě, množství mezinárodních trhů a bienále, několik velkosběratelů a nevelký počet významných galerií. Trh se současným uměním se vyznačuje počtem obchodů, obrovskými investicemi, strmým růstem cen a finančními sázkami a nabírá stále zřetelnější rysy světového spekulativního trhu; jeho rozmach nemá obdoby: z celosvětového obratu 27,7 miliardy eur v roce 2002 se vyšvihl na 43,3 miliardy v roce 2006. Centrem tohoto trhu sice stále zůstává New York, ale moderní a současné umění se stále více prodává i v Číně, Indii, Indonésii a Dubaji. Mezinárodní dražební síně pořádají prodej ruského, čínského, indického umění a Asijci na tento trh masivně vstupují i jako kupci, přičemž vedle současných čínských prací si pořizují také Rothka nebo Warhola. Čínský trh

s uměním již dnes zaujímá třetí místo hned za New Yorkem a Londýnem. V roce 2007 dosáhl čínský podíl na trhu se současným uměním 24 % a z pětadvaceti nejvýše ceněných umělců na světě byla polovina Číňanů: Čang Siao-kang byl v roce 2008 druhý za Jeffem Koonsem.

Hypermoderní internacionalizace umění se zároveň opírá o výkonné vedoucí pracovníky mezinárodních institucí (specialisty dražebních síní, výstavní komisaře, kurátory velkých muzejních sbírek) a galerijních sítí, kteří mladé umělce proměňují ve *stars* a využívají k tomu jasných komunikačních a marketingových strategií s cílem navýšit jejich cenu. Systém hvězd, celebrit a jejich mezinárodního kótování pronikl i do umělecké sféry, takže v současných časopisech vycházejí žebříčky stovky nejvýše ceněných současných umělců. Kdo se chce stát „uznávaným“ tvůrcem, musí se začlenit do sítí mezinárodního trhu - mimo ně nic neznamena. Ačkoli je hvězdná role přisouzena jen velmi úzké skupince umělců, hypermoderní mezinárodní umění je zároveň podřízeno účinkům módy a také nové formě akademismu: valná většina umělců je vytlačována na okraj, mediální ohňostroje vystřelují kolem stále stejných jmen, jež okupují velká muzea současného umění. Vítězství světokultury komerce, celebrit a *image* už nestvrzují jen obchodní značky - dnes sem patří i umění, jež má stále blíže k odvětví luxusního průmyslu, který svými

excesy a módními vlnami, iracionálními zisky a celkovou umělostí posvěcuje nadvládu peněz.

Globalizace umění se vyznačuje silnou tržní koncentrací, ale současně i kulturní diverzifikací nabídky, která se nyní otevírá i umělcům nepocházejícím ze Západu. Evropa a Amerika ztratily monopol na současnou tvorbu, Západ již neurčuje ceny a slávu sám. Některá díla východních umělců už byla oceněna astronomickými částkami a jsou vystavována ve velkých muzeích a na světových bienále. Jsou to umělci osvobození od omezujících nároků první avantgardy, vracejí se k vlastní kulturní minulosti a nacházejí inspiraci v dialogu mezi moderností a tradicí vně západního kulturního okruhu. Bylo by však chybou, kdybychom tento multikulturalismus chápali jako nějaké oslabení onoho uspořádání uměleckého světa, které je typické pro moderní a současný Západ. Právě naopak: sledujeme zde jeho planetární rozšíření, kdy všichni umělci světa najednou hrají stejnou hru na „moderní“ umění s jeho komerčními a mediálními nároky, s jeho požadavky na autenticitu, originalitu a novost, s jeho vydražováním, pokusy a „neurčitostí“. Kultura míšení nepochybně představuje jednu ze složek umění v období světokultury – nicméně jeho „zákon“ a jeho společenské místo neurčuje míšení, ale především étos moderního individualismu, vlády médií a obchodu, poháněný deziluzivním Západem. Obsah se může orientalizovat

či afrikanizovat, ale forma, estetická perspektiva a začlenění do tržní společnosti a ekonomiky probíhají v hyper-režimu – ve strukturách nastolených západní modernitou.

Jistě, vazby mezi uměleckým světem a ekonomickou oblastí nejsou žádnou novinkou. Vstoupili jsme ale do nového období: ve světokultuře je sňatek umění a peněz naprostý a dohnaný do extrému. Moderní kulturní svět od 19. století stavěl na zásadním protikladu mezi vysokou a masovou kulturou, mezi kulturou čistou a komerční, uměním a trhem. Na jedné straně bychom našli kulturu založenou na krátkodobosti jejich výrobků a na marketingu, tedy kulturu řízenou obecnými ekonomickými zákonitostmi. A na straně druhé avantgardní umění a literaturu, vyznávající opačnou logiku, která stála v protikladu k ekonomickým zákonitostem – pohrdala komercí a obchodními zájmy. Tento ostrý protiklad se přímo před našima očima stírá ve prospěch nového druhu financování, marketingu a celkové komercializace. „Romantický“ nádech umění, který býval chápán jako nezávislý a vůči hospodářským hodnotám protikladný, dnes vymizel. Kulturní prostor přestal být skrytým, odděleným, protichůdným světem, „státem ve státě“. Dnes je celosvětově strukturován stejnými zákony, jakými se řídí i panující mediální a ekonomický systém.

Výše řečené neplatí jen pro tvůrce a galerie,

ale rovněž pro muzea. Ta je nyní nutno vést jako firmy, které musí s využitím marketingových a komunikačních metod hromadně lákat své „zákazníky“. Po kulturní utopii nastupuje muzeum jakožto kulturní podnik, slučující uměleckou logiku s logikou manažerskou a přijímající postupy, které jsou obvyklé ve firmách usilujících o zisk. Ve snaze rozšířit své prostředky muzea zařizují restaurace, knihovny a obchody, komerčně šíří výrobky „s vlastní značkou“, pronajímají své prostory soukromým agenturám pro galavečery anebo filmová natáčení, vytvářejí komerční webové stránky, vedou mezinárodní politiku „kulturní expanze“ a organizují nové kulturní služby: koncerty, filmová představení, cesty za kulturou, produkce s živými herci, festivaly. Investují do kinematografie: Louvre má koprodukovat tři hrané filmy. Dnes už ani nemůžeme spočítat všechny výstavy konané s vidinou finančního zisku a návratnosti investic.

S rozvojem muzeálního byznysu se tato zařízení snaží napojit na významné turistické proudy, přispívat k rozvoji měst a obnově průmyslových oblastí (viz Bilbao a tamější Guggenheimovo muzeum Franka Gehryho) a podněcovat kulturní turistiku, která například ve Francii představuje v současnosti více než 10 % celého odvětví. Proto se množí muzea ve velkých i středních městech a dochází k jejich jakémusi nadměrnému bujení, typickému pro hyperkulturu trhu, *image*

a kulturního konzumu. Ve snaze zajistit souvislý přísun turistů a vylepšit vnější obraz měst jsou nová muzea často pojímána jako „architektonické atrakce“ nesoucí podpis mezinárodních celebrit (jako je Zaha Hadid, Rem Koolhaas, Christian de Portzamparc či Jean Nouvel), jako muzejní představení, kde je sama budova událostí a znamená vlastně víc než vystavovaná díla. V éře komerční hyperkultury se rozvoj turistické ekonomiky prosazuje jako jeden z hlavních úkolů muzeí.

V tomto procesu komercializace kultury přitom stojíme teprve na začátku. V roce 2008 zapůjčilo Musée Picasso 195 mistrových děl k prezentaci ve dvoraně Paláce emirátů v Abú Zabí, akce vynesla asi 15 milionů eur a umožnila financování rekonstrukce pařížského muzea. Navíc se mezinárodní muzea chystají pracovat s „franšizingem“, snaží se ustavit nadnárodní umělecké koncerty na způsob velkých firem. Muzeum v Bilbao je muzejní franšizou a posiluje značku Guggenheim. Petrohradská Ermitáž ve spolupráci s Guggenheimovou nadací otevřela v roce 2001 muzeum podle Koolhaasova projektu v jednom hotelovém kasinu v Las Vegas, kde jsou vystavena díla ze sbírek obou muzeí, a navíc se Ermitáž chystá otevřít v Amsterdamu pobočku o rozloze 9000 metrů čtverečních. Roku 2012 zahájí v Abú Zabí činnost pobočka Louvru a tento projekt má Francii přinést skoro miliardu

dolarů - výměnou za značku Louvre, za pořádání výstav a půjčování uměleckých děl. Nadešla tedy doba licencování a muzejních poboček, muzeum funguje jako značka, která se prodává, nakupuje a vyvází. Svět velkého umění sám sebe kdysi pojímal jako oddělený svět s vlastními zákony a normami, stojící v ostrém rozporu ke světu obchodu. Dnes se stal jedním ze světadílů hyperkomerční globalizované planety.

Planeta konzumentů

O světokultuře musíme hovořit také proto, že dnes se světem neomezeně šíří právě kultura divokého konzumentství. Jsme svědky nástupu hyperkonzumní kultury, opřené o postfordovskou ekonomiku, jejíž osu tvoří neustálé zvětšování výběru a nabídky, hypersegmentace trhů, zrychlení nástupu nových výrobků, vzmach rozmanitosti a nezadržitelný růst marketingu. Etabluje se nová spotřebitelská ekonomika, která je ve všech ohledech *hyper*: stále obrovitější (hypermarkety, komerční centra), stále rychlejší (obchodování on-line), se stále dostupnějšími úvěry a vyšším zadlužením domácností¹ (přičemž katastrofální důsledky jsou obecně známy:

1/ Zadlužení amerických domácností narostlo v rozmezí let 2001–2006 ze 100 na 120 % ročního disponibilního příjmu. Odhaduje se, že celkové čisté zadlužení amerických domácností v současnosti představuje 110 % HDP.

světová recese, kterou právě procházíme, byla na počátku podnícena krizí nesplacených úvěrů), se stále širší nabídkou kvalitních značek, luxusních požitků¹ a obecně vzato zboží, módy, cestování, hudby, her a tematických parků, ale také komunikace, obrazů, uměleckých děl, filmů a televizních seriálů.

Konzumujeme stále více služeb a konzumujeme je všude: v hypermarketech a v obchodních galeriích, v kinech a ve vestibulech metra, na nádražích a letištích. Stále častěji se měníme ve spotřebitele i v neděli, večer, v noci, prostě v kteroukoli dobu a doslova kdekoli - přičemž tuto dynamiku dohání do krajnosti kyberkomerční revoluce. Svátky s původně náboženským významem se proměňují v nákupní slavnosti, v bakchanálie konzumu. Všechna minulá časoprostorová omezení spotřeby se stírají. Žijeme v době, kdy je většina mezilidských kontaktů opatřena cenovkou a všechny naše prožitky se vplétají do obchodních souvislostí. Lidé po celém světě žijí v zajetí individuální volby, pod diktátem značek a obchodních příležitostí. Komerzializace téměř dokonale ovládla nejen věci a zboží, ale také kulturu, umění, čas, komunikaci, plození, život i smrt. Hyperkonzumní kapitalismus se ohlašuje souběhem nadměrného růstu obchodní oblasti

1/ Celosvětový obrat u luxusního zboží narostl z 90 miliard eur v roce 2000 na 180 miliard eur v roce 2008.

a nebývalého rozvoje spotřebitelské logiky kladoucí důraz na individuální volbu - to nyní zasahuje do všech oblastí lidské existence.

S výrobním kapitalismem je v našich zemích konec. Dnešek patří kapitalismu nadměrné spotřeby, v němž se hlavním motorem hospodářského růstu stávají výdaje domácností. Ty v roce 2008 představovaly 71 % hrubého domácího produktu USA. Jistě ani zdaleka nemůžeme tvrdit, že by celá planeta žila v rytmu nadměrné spotřeby: polovina zemské populace musí vyjít s méně než dvěma eury na den.¹ Ještě v roce 2030 bude rozdíl životní úrovně mezi Indií a USA přibližně jedna ku deseti, mezi Čínou a USA přibližně jedna ku pěti, mezi Brazílií a USA přibližně jedna ku šesti. Již dnes se ale ustavuje střední třída, které konzumní životní styl umožňuje libovolné výdaje. V současné Indii čítá střední třída vybavená prostředky k zakoupení velkého množství zboží dlouhodobé spotřeby asi 150 milionů lidí, v Číně se odhaduje na 100 milionů lidí a podle agentury McKinsey by se do roku 2025 mohla zpětinasobit.

Ale i bez ohledu na to představuje západní spotřebitelský blahobyt vytoužený sen pro téměř všechny lidi na zemi: je předmětem univerzálních tužeb a životním stylem s obecným posláním. V blahobytných zemích jsou hyperkonzumen-

1/ Ze dvou a půl miliard obyvatel Číny a Indie žije více než 50 % z méně než dvou dolarů na den.

ty, především hyperkonzumenty obrazů a médií, i nemajetní: i oni již mají vštípeny konzumní hodnoty. Samozřejmě že po krizi se i Spojené státy budou muset naučit šetřit. Ale stačí jediný příklad pohybu v opačném směru: pokud chce být Čína méně závislá na výkyvech světového trhu, bude muset dříve či později povzbudit domácí poptávku a sama vybudovat nějakou formu spotřebitelského kapitalismu.

François Jullien též konstatuje sílící standardizaci životních stylů a globalizaci spotřebitelského životního stylu, nicméně odmítá myšlenku všeobecné platnosti komerční světokultury. Poukazuje na to, že racionalita této světokultury nevychází z žádné zásadní nutnosti či povinnosti, ale řídí se pouze ekonomickou logikou. Konzumní oblast se svou „pseudouniverzalitou“ údajně přináší pouze celosvětovou uniformitu, podobnost a stereotyp, aniž by se opírala o jakýkoli rozumový základ: jde tu jen o zboží, nikoli o nějaký princip či univerzální zákon.¹

Zajisté je užitečné vyjasnit pojmy a ozřejmit hranici mezi univerzalitou a uniformitou. Lze ale spotřebitelské dynamice zcela upřít univerzální rozměr? Spotřebitelský režim přinejmenším v jisté míře umožňuje zlepšení životních podmínek, přináší materiální blahobyt a podporuje lidi

1/ François Jullien, *De l'universel, de l'uniforme, du commun et du dialogue entre les cultures*, Paříž 2008.

v jejich „touze po štěstí“ – a v tomto ohledu je spjat s *de iure* univerzálním nárokem a může se dovolávat jednoho ze zdrojů morální legitimacy, totiž lepšího hmotného zabezpečení mnoha lidí. Přes nepopíratelné úchytky a výstřelky hypermoderního konzumu by bylo příliš zjednodušující spojovat ho pouze s ekonomickou funkcí. Pravda je taková, že o jistý legitimní základ se může opřít. V tomto smyslu tedy nelze souhlasit s myšlenkou, že komerční sjednocení životních stylů představuje „dvojnásobnou deformaci univerzality“.¹ V sekulárním světě se zlepšení životních podmínek a zdravotního stavu, k němuž rozmach životní úrovně přispívá, prosazují jako lidská práva a rozumové nároky, a tedy jako vpravdě univerzální společenský cíl, ne pouze jako ekonomický princip.

Pokud ale hypermodernímu spotřebnímu stylu přes všechny výhrady přiznáme morální dimenzi, je nutno hned dodat, že v sobě má i cosi anarchického, iracionálního a pronikavě nezodpovědného. Podívejme se, jak náš způsob života ničí přírodu a neumožňuje, aby se rozšířil na celé lidstvo: kdyby všech šest miliard lidí žilo stejně jako obyvatelé zámožných zemí, museli bychom k uspokojení jejich potřeb mít k dispozici několik planet. Naše doba si proto vyžaduje zásadní zvraty: neplýtvat, investovat do obnovitelných zdrojů

1/ Tamt., str. 13.

energie, přijmout ekologická pravidla ve výrobě i ve spotřebě. Každý ví, že tyto změny jsou nutné, avšak ve společnostech charakterizovaných individualismem a neustálým tokem inovací se spíše než nástup nové společenské skromnosti dá očekávat *udržitelná hyperkonzumace*. Nic nenavzděčuje tomu, že bychom spěli k ekonomice uskrovnění; mohla by se ale prosadit ekonomika šetrná k životnímu prostředí s nižší spotřebou benzínu, která díky zlepšení energetické efektivity umožní trvalé zvyšování poptávky. Nenechme se uchlácholit, že by „zelená vlna“ anebo návyk nakupovat ekologicky či úsporněji zarazily exponenciální komercializaci životního stylu či moc a oblibu výrobních značek.¹ Nebo že by potlačily zálibu v novinkách, tento charakteristický rys společností odtržených od tradic, v nichž spotřeba plní roli existenčního motivu a vyrovnává životní útrapy. Neunáhlujme se s pohřbíváním ekonomiky opřené o zbytečný a bezúčelný konzum: vyhlášená vláda rozumného a občansky uvědomělého spotřebitele nejspíš brzy narazí na své hranice. Pravdou ale zůstává, že model udržitelného rozvoje představuje jedinou možnou cestu, má-li se hyperspotřeba – ovšem oprostěná od své primitivní formy, jež se nestarala o budoucnost ani o životní prostředí – rozšířit na celou planetu.

1/ Podle agentury Millward Brown hodnota stovky největších světových značek v roce 2008 i přes krizi, jež otfásla světovou ekonomiku, vzrostla o 1,7 %.

Ve spotřebním kapitalismu ve společenském organismu neobíhá jen zboží, ale šíří se v něm také nová kultura a nové významy, jež si podrobují každodenní život. Tato kultura bez ustání oslavuje slasti blahobytu a volného času, módy a zábavy: ideál oběti vystřídala rozkoš smyslů, těla a bezstarostného volna.¹ Vyrůstá celá kultura hédonismu, jež staví na odiv sny o soukromém štěstí, které nám přináší zábavu, lehkost, erotiku a humor. Ideály odříkání vystřídala kultura nevinnosti, pokušení a neustálé stimulace touhy. Hrdinské ideály budoucnosti, typické pro období první modernity, musí ustoupit kultuře, která chce tady a teď uspokojovat neustále obnovované tužby.

Tato kultura nadměrné spotřeby se současně prezentuje jako kultura výrobních značek. Náš svět zabydlela všudypřítomná loga. Značky září na ulicích velkých měst, na sponzorovaných muzeích, na obchodech bezcelních zón všech letišť světa, na webových stránkách. S rozmachem strategie *product placement* se objevují i ve filmech a seriálech. Evropa dnes nabízí více luxusních obchodů - třicet tisíc - než knihoven.

1/ A jde o volno stále více ovládané konzumem: turisté, kteří dnes do New Yorku přijíždějí na nákupy, je dvakrát více než návštěvníků newyorských muzeí. Hlavní turistickou atrakcí Kanady se stal obchodní komplex West Edmonton Mall.

Existuje odvětví, kterému se podařilo uniknout náporu značek? Brýle, hodinky, kožená galanterie, bižuterie, kancelářské potřeby, sportovní vybavení, potraviny, telefony, nábytek - vše vstupuje do epochy značek, ať národních, či mezinárodních.

Světově rozšířené značky jistě nepředstavují nic nového: objevily se už s nástupem spotřební společnosti na přelomu 19. a 20. století (Kodak, Singer atd.). Jejich význam se ale podstatně rozšířil v poslední třetině 20. století spolu s narůstající internacionalizací firem. Značky se zabydlely na všech pěti světadílech, zasahují do všech oborů, množí se a těší se silící mezinárodní prestiží, podporované marketingovými rozpočty faraónských rozměrů. Z některých, před deseti, dvaceti lety zcela neznámých, se staly světové celebrity: sem patří Google, Nokia či iPhone. V epoše planetární kultury pravidelně vycházejí žebříčky tržní hodnoty stovky nejvýznamnějších světových značek, prozatím z valné části ovládaných Spojenými státy. Světokultura je kulturou, v níž triumfuje globální značka a její logo, které každý zná.

Tyto značky se systematicky zaměřují na budování vlastní *image*, posilování své legitimacy a povědomí zákazníků o nich. Značky odkazující k jedinému výrobku vystřídaly postup, kdy značky útočí zároveň různými směry: Virgin je hudební vydavatelství, řetězec multimedialních

obchodů, značka vodky, nízkonákladová letecká společnost a mobilní operátor. Armani dává své jméno hotelům a Porsche hodinkám, zapalovačům, obroučkám a psacím perům. Moc značek zvláštním způsobem dotvrzuje také nevidaný - dnes již celosvětový - nástup padělků a různých napodobenin. Ve světě utkaném ze značek a zaplaveném obchodními obrazy se logo stalo novým fetišem světokultury.

Dnešní zákazník netouží po výrobku, ale především po značce, po jejím stylu a prestiži, po představách, které s ní jsou spojené, a po schopnosti značky naplňovat jeho sny. Nové okouzlení značkami se dnes již neomezuje na západní společenské elity; zasahuje všechny národy, všechny vrstvy populace a všechny věkové skupiny. V současnosti sice pozorujeme jistý nárůst „vnímavosti k cenám“ a pokles citového lnutí ke značkám, nicméně tento úkaz je jen relativní a jeho podoba se neustále mění: spotřebitelé stále častěji spojují nákup značkového a neznačkového zboží. Dříve i ti nejméně majetní znali špičkové značky a toužili je získat - a v době, kdy někteří mladí lidé touží po značkách více než po módě, dávají někteří američtí rodiče vlastním dětem značkové jméno: Chanel, Armani, Porsche, L'Oréal! Dnešní mládež zná názvy značek mnohem lépe než jména z historie či dějin literatury a náboženství a značky samozřejmě představují mnohem víc než jen etikety na výrobcích: tyto

předměty spotřebitelských tužeb jsou tématem nesčetných internetových diskusí i běžných rozhovorů a staly se ustavující součástí každodenní celosvětové kultury.

Světokultura není jen kulturou značek, ale také kulturou hvězd a celebrit. Počet takzvaných „osobností“ neustále roste a obrazy celebrit zaplavují reklamu, časopisy i televizní pořady. Všechny životní oblasti bez výjimky jsou dnes podřízeny „systému hvězd“ a vytváření celebrit,¹ a stále více značek proto svou *image* opírá o se-pětí s „vipkami“. Chcete-li zaujmout publikum, zvýšit prodejnost a zajistit značce vliv a lesk, potřebujete k tomu celebrity. Dnes už nekupujeme pouhé výrobky, filmy, dovolenou, hudbu nebo sport. Jsme spotřebiteli celebrit jakožto způsobu, jak učinit neosobní svět obchodu osobitějším a jedinečným. Posedlost hvězdami a hvězdičkami souvisí také s touhou unikát a snít a s potřebou nacházet ve světě neustále se zrychlujících proměn nějaké známé tváře. Hyperkonzument sice dychtí po novotách a po módě, ale současně touží po pevných záchytných bodech. „Osobnosti“ slučují obě protikladné dimenze a odpovídají na oba druhy očekávání současně.

Čím méně je lidské chování určováno kulturou

1/ To se týká dokonce i „vážné“ politiky: mediální osobnosti (manekýnky, královny krásy, sportovci, novináři) se stále častěji objevují na předních místech stranických kandidátek, aby přitáhly hlasy konzumních voličů, jejichž názory se proměňují.

příslušnou k určité společenské třídě, tím méně dokážou výrobky samy o sobě regulovat směr spotřeby; čím méně zřetelné jsou hranice mezi pravíci a levíci, tím více „neukotvení“ voliči vybírají osobnosti, a nikoli program. Společnost, v níž „každý je osobností“, zaplňuje prázdno, jež přinesla nadměrná individualizace našeho světa, balkanizace kolektivních pravidel a depolitizace a rozpad tradičních tříd. Naše nové múzy vnášejí do světa zbanalizované techniky prvek snu a osobního vyprávění, i když jsou to často jen novinky a klepy.

Zboží a jeho kulturní proměna

Svět obchodní spotřeby tedy přetvořil náš každodenní život. Musíme však jedním dechem dodat, že hospodářská oblast je zase prostřednictvím obchodních značek stále více prosycena znaky kulturní povahy. Čím více se kultura prosazuje jako plnoprávné ekonomické odvětví, tím víc je ekonomika kulturou prostoupena. Zvláště patrné je to ve světě značek, které do své nabídky stále výrazněji začleňují kulturní rozměr módy, umění, kreativity, „hodnot“, vyprávění a smyslu. V hypermoderní době se kulturní významy šíří i v konzumním světě značek: výrobce už nevyrobí jen užitek, ale také hodnotu estetickou a kulturní s poukazem na talent návrhářů, grafiků, interiérových architektů, vý-

tvárných umělců, režisérů a všemožných dalších „kreativců“. Velké firmy světu pečují o své obchody hvězdným architektům, neustále upravují zařízení a *look* prodejních míst tak, aby zlepšili *image* své značky. Luxusní značky si na návrhy doplňků najímají avantgardní umělce, velcí filmoví režiséři točí reklamní spoty a umělecké výstavy nacházejí prostor v módních butikách, které stále věrněji připomínají umělecké galerie.

Řada značek navíc vytváří svou identitu tím, že hovoří se spotřebitelem o svém poselství, etickém poslání, úctě k životnímu prostředí. Svět kulturních představ už nemůžeme ztotožňovat s čistě duchovním prostorem, povzneseným nad výrobní oblast: značky při hledání vlastního místa a jedinečnosti vědomě vstřebávají i estetický, narativní, etický a kreativní rozměr. Každá velká značka chce být dnes vnímána skrze „kulturu“: má představovat nedělitelný celek životního stylu, vzhledu, mentality, hodnot, příběhu a vnímání světa. Dnes se přisáhá na *storytelling* - vyprávění příběhů. Naše nové kulturní období tak přináší jak komercializaci kultury, tak zkulturnění komerce. Světokultura míří k míšení špičkové techniky a módy, obchodních a estetických hledisek, trendů a „hledání kořenů“, marketingu a smyslu života, řízení a narativní komunikace.

Přijetím kulturního rozměru se výroba strukturně přesouvá na pole módy, podléhá stále

rychlejší proměně a obnově, estetizaci a požadavku svůdného vzhledu. Stejně jako splývá kultura s ekonomikou, zabydluje se také ve světě módnosti a včleňuje ji do každodenního světa. Světokultura představuje triumf módy jakožto formy, která bez ustání proměňuje naše životní prostředí, proniká do všech oblastí lidské činnosti, proměňuje pravidla i záchytné body našeho světa a podmiňuje náš vztah k věcem i smyslu života. Světokultura uvádí do chodu extrémní „zkrášlování“ každodenního života: kultura se dříve vyznačovala hloubkou a vznešeností, dnes je ve službách lehkovážné povrchnosti.

V takovém kontextu již kultura není synonymem „plýtvání“ či bezúčelného „utrácení“, naopak: funguje jako prostředek ke svádění nových spotřebitelů, kteří ohrnují nos nad každou banální nabídkou a pídí se po odlišnosti. A zároveň usilují o „kvalitní život“, dnes neodlučně spjatý s estetickým, tvůrčím a imaginativním rozměrem. V době, kdy jednotlivé výrobky jsou si stále podobnější a konkurence stále ostřejší, se z kultury stává ekonomická investice, která podpoří jedinečnost značky, a tím jí pomůže dobýt nové trhy.

Všeobjímající technika

Světokultura není výhradně plodem globálního kapitalismu. V jejím centru stojí jako hnací

síla oblast vědy a techniky - to, co Jacques Ellul nazval „systémem techniky“. Ten vedle trhu a spotřeby představuje třetí klíčovou rovinu světokultury.

Technika s velkým T, tedy kultura všeobecné a ničím neomeзованé efektivity, si dnes už podmanila celou planetu. Nejde jen o všeobecné rozšíření strojů a přístrojů; technika vnesla do všech světových kultur také určitý životní styl, způsob uvažování, organizace práce, výroby i vzdělávání. Dnes už si neumíme představit žádný jiný vývoj než ten, který počítá se strmým růstem technicizace světa, optimálním využíváním prostředků a závratným vývojem špičkových technologií. Západem nastavený systém techniky se na celé planetě prosadil jako absolutní nutnost a jediná cesta k rozvoji. V období první modernity si Západ vyhradil roli výlučného vědeckotechnického centra, jehož posláním bylo zvěstovat celému světu své objevy a výkony. Tato historická kapitola je dnes již uzavřená. V hypermoderní epoše se některé rozvojové země - i když třeba jen zvolna - stávají pro Západ konkurencí v rozvoji špičkových výrobních odvětví, jako je informatika, biotechnologie nebo farmaceutický průmysl. V oborech jako chemie nebo nanotechnologie počet čínských publikací již dnes převyšuje produkci Spojených států. Podobně se pozice nových ekonomik upevňuje v oblasti elektroniky, letectví a kosmonautiky. Jistě, zásadní inovace

se stále rodí jen v několika málo oborech a v oblasti špičkových technologií zůstává nadvláda Západu nezpochybnitelná. Přesto ale ve světové kultuře západní monopol na vědeckotechnický rozvoj postupně zaniká.

Se všeobecným zeměpisným rozšířením technické společnosti se pojí i univerzálnost použitých metod. Technicizace zasahuje všechny oblasti života stejně, jako se zmocnila mikrosvěta a makrosvěta. Působí v reklamě, v oblasti zábavy a informací, v mezilidské komunikaci, v péči o zdraví i v oblasti sexuality. I každodenní nakládání s lidským tělem podleгло globalizaci. Sprchování, mytí vlasů, čištění zubů, vyfukání telefonního čísla, kliknutí myši, oblékání spodního prádla či polykání antikoncepčních pilulek – všechny tyto jednoduché úkony se vlivem techniky stávají univerzálními.¹

Když chceme vyřešit nějaký zásadní životní či zdravotní problém, obrátíme se na techniku. A ve snaze napravit chyby nezkrocené techniky vyhledáme opět techniku, aby nám vytvořila společnost udržitelného rozvoje. Technika již není pouhou součástí civilizace, stala se organizačním prvkem, který vymezuje všechny oblasti života – ekonomické i sociální, kulturní i individuální.

1/ Tyto různorodé příklady, jež ale všechny patří mezi „globální tělesné techniky“, rozebírá Jean-François Bayart, *Le gouvernement du monde. Une critique politique de la globalisation*, Paříž 2004, str. 317–404.

Technika s velkým T v sobě nese určitý způsob existence a myšlení, jehož vlivem se mění podoba všech světových kultur. Zdaleka se neomezuje na oblast strojů a zařízení, naopak představuje univerzální jazyk, intelektuální a kulturní vybavu, díky níž můžeme využívat nabídku jejich jednotlivých oborů. Technický univerzalizmus vede svět k jednotnému životnímu stylu a všude staví do popředí tytéž symboly, tytéž hodnotové a normativní systémy: efektivitu, racionalitu, všeobecnou vypočitatelnost a optimální využití prostředků k danému účelu.¹

Technika tedy nepopíratelně přispívá ke sjednocení světa. Přesto ale nemůže setřít všechny kulturní rozdíly anebo nastolit všude stejné politické instituce. Ať už je sjednocující vliv techniky sebevyšší, každá společnost zůstává dědičkou své historie a kultury. Měli bychom se vyvarovat domněnky, že technicizovaná planeta nezadržitelně spěje k jednotě – neboť na pozadí uniformity vyvstává politická a kulturní mnohotvárnost. Technicizace sice vytváří standardizované objekty a znaky, avšak jednotlivé společnosti se rozpadají na „komunity“ s odlišnými zachytnými body. Zvyšuje se rozmanitost životních stylů, množí se vzory, s nimiž se jednotlivci identifikují, malé skupinky se neustále dělí podle nových a nových

1/ Jacques Ellul, *Le système technicien*, Calmann-Lévy, 1977; viz též Heideggerovy stati k otázce techniky.

hranic, vzkvétá kult odlišnosti a „hledání kořenů“. Čím více se bortí autorita velkých institucí, tím více se sociokulturní sféra tříští do navzájem neslučitelných životných stylů, jež se dovolávají odlišné estetiky, cílů a pravidel. Neztrácejme rovněž ze zřetele, že jedna a táž světokultura může umožnit vznik velmi odlišných politických ideologií a institucí: jak pluralitní demokracie, tak autoritářských a nesvobodných států. Planetární technika v žádném případě nezaručuje konečné vítězství liberálních demokracií.

Nadvláda techniky nás vystavuje ohromným rizikům a globálním katastrofám: znečištění ovzduší, nejasným účinkům geneticky upravených potravin, jaderným haváriím, skleníkovému efektu, nemoci šílených krav, úpadku biodiverzity. Pro všechna tato nebezpečí je typické, že neuznávají hranice mezi jednotlivými státy. Spolu s technickou světokulturou se tak prosazuje i vědomí, že tvoříme součást provázaného světa, zvyšuje se ohled na globální dosah rizik a sílí kosmopolitismus.

S upadající biosférou a globálními riziky, jež přineslo spojení techniky a kapitalismu, se rozvinula i další typická vlastnost světokultury, jež rozlamuje jednoznačné národní hranice: úcta k ekologickým hodnotám a požadavek na dlouhodobé přežití lidstva na obyvatelné Zemi. Proto zaznívají ze všech koutů světa výzvy k „zelenému“ hospodářskému růstu, udržitelnému

rozvoji, využívání nových a čistých energetických zdrojů a k ekologické spotřebě. Tato složka světokultury odkazuje na konkurenci v oblasti globálního kapitalismu. Vydává svůj návod za nevyhnutelnou a jedinou možnou reakci lidstva, pokud chce přežít při střetu se skutečností, jež se z valné části stala nekontrolovatelnou a neovladatelnou.¹ Nikdy v dějinách nepřinášela technika tolik smrtelných rizik a nikdy nevyvolávala tak vyhrcožený pocit, že nemáme moc nad svým osudem ve vlastních rukou. Ale nikdy také neskýtala tolik možností k nastolení rozvoje nového typu, k ustavení nových výrobních způsobů a spotřebitelských návyků.

Technický systém plodí jak obavy, tak utopická očekávání. Snům o dokonalém zdraví, věčném mládí a o člověku s „obohaceným“ intelektuálním a fyziologickým potenciálem dodává dnes novou sílu pokrok, k němuž dochází v oblasti biotechnologií, biochemie, nanotechnologií a mikroelektroniky. Od rozvoje špičkové techniky se dnes čeká více lidského štěstí: již dnes se díky „zázrakům“ techniky neustále prodlužuje očekávaná délka života, lidé se dožívají vyššího věku v lepším zdravotním stavu, porody probíhají pod odborným dohledem a zlepšují se materiální poměry ohromného množství lidí. Přes všechny

^{1/} Ulrich Beck, *Qu'est-ce que le cosmopolitisme?* (orig. *Der kosmopolitische Blick, oder, Krieg ist Frieden*), Aubier, 2006, str. 40–51.

strach, který technika vyvolává, se jistě nedá říci, že by se moderní sny o „zázračích techniky“ jednoduše vytratily. Je ale pravda, že lidské štěstí neroste stejnou rychlostí, jako se rozvíjí technika. Oproti šedesátým letům 20. století spotřebováváme třikrát více energie, je však nepochybné, že zároveň nejsme třikrát šťastnější. Za posledních třicet let se kupní síla francouzské střední třídy téměř zdvojnásobila, dovolil by si však někdo tvrdit, že jsou její příslušníci také dvojnásobně šťastní? Množí se projevy úzkosti a deprese, sebevražedné pokusy i existenční obtíže.¹ Technická společnost očividně dokáže omezit nejhroší životní rizika mnohem účinněji, než navodit pocit radosti ze života.

Kulturní průmysl a moc médií

Čtvrtou oblastí, která formuje světokulturu, je obrovský nárůst kulturního průmyslu, médií a internetu. V tomto směru světokultura přináší období, kdy se nekontrolovaně množí informace, roste komunikace, zábava a medializace, která po celé planetě šíří neustávající proud filmů, hudby, televizních seriálů a sportovních utkání. V tomto smyslu je spotřební hyperkapitalismus kapitalismem kulturním, tj. kapitalismem, v němž se kul-

1/ V západních zemích se počet případů přiznané deprese zvýšil za třicet let sedmkrát. Ve Francii se 11 % šestnáctiletých již někdy pokusilo o sebevraždu.

tura prosazuje jako nepostradatelná hospodářská oblast. V době, kdy si imaginativní průmysl a kyberprostor podrobují celou zeměkouli, již kultura není okrajovým a „éterickým“ odvětvím, nýbrž plnoprávnou výrobní silou a samostatným průmyslem, který stále zřetelněji představuje hnací motor kapitalistických ekonomik a tvoří významnou část hospodářského růstu a zaměstnanosti. Podle odhadu UNESCO se kulturní odvětví podílejí na světovém HDP sedmi procenty; kulturní sektor má obrat 1,3 bilionu dolarů a neustále se rozšiřuje. V zemích OECD dosahuje od roku 2000 ročního růstu v rozmezí 5–20 %. Ve Spojených státech kulturní odvětví zajišťují 5,2 % HDP a podílem na zahraničním obchodu s více než 60 miliardami dolarů předhlonila letecký průmysl, chemii, zemědělství, automobilovou výrobu i obranu: v žebříčku amerického exportu obsadil kulturní průmysl první místo. V Evropské unii zajišťuje toto odvětví 4,6 % pracovních míst. Mezinárodní výměna kulturního vlastnictví se v rozmezí let 1980–1998 zvětšila téměř čtyřnásobně a mezi lety 1994–2002 stoupla její hodnota z 38 na 60 miliard dolarů.

Kulturní průmysl se v ekonomickém ohledu vyznačuje několika charakteristikami, z nichž bychom zde uvedli šest nejdůležitějších.

Za prvé tu vidíme jasnou tendenci k oligopolu a nerovnováze finančních toků. Na distribuci kulturních produktů dohlíží jen malý počet

globálních konglomerací: 75–80 % světové hudební produkce ovládají čtyři velké firemní skupiny, patnáct největších audiovizuálních firem řídí skoro 60 % světového trhu s programy a produkce sedmi největších amerických studií zaplňuje 80 % všech světových filmových pláten. Až 70 % legálně prodaných hudebních nahrávek na celém světě vydávají dva velké vydavatelské koncerny a čtyři největší francouzská studia si dělí 80 % trhu s hudebními disky. Naprostá většina světového trhu s knihami podléhá vlivu pouhých třinácti zemí: Spojené státy, Evropa a Západ je tvoří ze dvou třetin.

Za druhé: kultura proměněná v obchodní odvětví funguje stále zřetelněji jako místo investice, které musí zajistit náležitý zisk z vloženého kapitálu. Ačkoli máváme praporem „kulturní výjimečnosti“, pravda je taková, že logika trhu se nezadržitelně šíří do všech kulturních odvětví. Mezi kulturní a ekonomickou sférou už není žádný strukturální rozpor, žijeme v době, kdy světu vládne finanční a obchodní logika.

Za třetí se stírají hranice, jež kulturu oddělovaly od reklamy a médií. Reklamní výdaje strmě stoupají a kulturní výtvořky jsou vrhány na trh za pomoci marketingových technik tak, aby nalákaly zákazníky, vzbudily pozornost médií a vytvořily „událost“. Média se velkou rychlostí zmocňují kultury, spektakulárních postupů i reklamy. Vzájemné svazky mezi kulturním průmyslem,

reklamou a médií nejsou jistě ničím novým, nyní však překročily jistou hranici: filmy se natáčeji podle marketingových průzkumů, točí se písničky na léto a píšou knihy na objednávku. Systému „hvězd“ – hypermedializaci, literárním cenám a žebříčkům – se podrobila všechna kulturní odvětví. Tradiční způsob kulturní legitimizace proto mizí a nové role se ujímají média. Ta získávají rozhodující vliv na ideové diskuse, na úspěch a veřejné uznání autorů a jejich děl. Vývoj světokultury zbavuje moci tradiční nositele kulturní legitimizace a nastoluje vládu komerční, mediální a reklamní logiky.

Za čtvrté probíhá divoká honba za obměňováním produkce a zvyšováním její rozmanitosti. Ve Spojených státech narostl počet vydaných knih za posledních deset let o více než 50 %, takže každoročně vychází více než sto tisíc titulů. Stejný vývoj můžeme pozorovat ve Francii: v roce 1980 přišlo na knihkupecké pulty 25 000 nových titulů, v roce 2008 už to bylo 64 000. Podobný rozvoj zažívá kinematografie: v roce 2005 se v Hollywoodu natočilo 699 filmů, ve Francii 240 a ve Španělsku 142. Japonsko i Čína vyrobí každý rok 300 filmů, Indie 800. Francouzská studia produkují dvakrát tolik filmů než před deseti lety. Obecně pak díky této světové nadprodukcí mohlo množství filmů promítaných ve francouzských kinosálech narůst za deset let o 40 %. Světokultura se vyznačuje strmým nárůstem

rozmanitosti, bujením novinek a nadměrným rozšiřováním nabídky.

Za páté se úspěch stává záležitostí jen velmi omezeného počtu titulů. Z pěti set šesti dlouhometrážních filmů, jež přišly roku 2001 do francouzských kin, zabralo více než 50 % promítacího času pouhých třicet filmů a čtyři pětiny z tohoto času zastupovalo pouhých pět titulů. Podobně tomu bylo v prosinci 2006: 70 % promítacích pláten obsadilo pět filmů. Světokultura je kulturou hitů a nic nenasvědčuje tomu, že by měla podle teorie „dlouhého chvostu“ (*the long tail*), jak ji hájí Chris Anderson, pro zajímavé „niky“ vytvořit stejně důležitý trh, jaký existuje pro planetární „tahouny“. Odtud pramení paradox naší světokultury: na jedné straně vzrůstá individualizace kulturních potřeb a rozrůžňování vkusu, na straně druhé se lidé řídí logikou stáda a instinktivně se obracejí ke stejným filmům a knihám.

Za šesté s sebou nepřehledná nabídka, nároky rychlé finanční návratnosti a reklamní mašinerie přinesly pokles životnosti kulturních výtvorů. Dokonce i z knihy se stává krátkodobý produkt. Třetina pařížských kin v současnosti nasazuje každý týden nový film. V polovině padesátých let získávaly filmy 50 % příjmů za první tři měsíce v oběhu, zatímco dnes se hlavní část zisku realizuje u neúspěšných filmů za dva týdny a u těch úspěšných za šest až deset týdnů. Duchovních

výtvorů se zmocnilo rychlé tempo módní pomíjivosti.

Od filmů k internetu

Mediální světokultura má hluboké kořeny: výše zmíněný proces začal, zvláště v kinematografii, už na počátku 20. století. Film vykročil směrem ke světokultuře ve chvíli, kdy se obrátil k lidovým masám s prostými výtvyry, dostupnými všem bez ohledu na vlastní kulturu a na zemi původu. S rozvojem kinematografie začala první fáze skutečně moderní světokultury. Prvním dokladem byl rychlý vývoz amerických filmů do všech světadílů, dále pak všeobecná srozumitelnost filmového jazyka a také skutečnost, že film vytvořil nového hrdinu moderního představení, totiž filmovou hvězdu, k níž vzhlíží celá zeměkoule. Zavedením systému hvězd, rozptýlením pomocí velkolepého představení, neustálým střídáním filmů a jejich masovou spotřebou se film stal přímo prototypem světokultury.

V druhé polovině 20. století tuto dynamiku převzala televize, nastolující vládu přímého přenosu, okamžiku, reportérského „úlovku“ a bezvýznamnosti. Díky záběrům přenášeným v reálném čase získali lidé na celé planetě současně přístup k týmž informacím. Televize změnila politiku a politickou komunikaci, reklamu, trávení volného času i kulturu a proměnila celý

svět v informaci, neboť svět a poznatky o něm se nyní lidem odhalují jako záběr na obrazovce a stále jednoznačněji platí, že věci existují jen tehdy, když jsou v televizi a všichni je vidí. Díky televizi vzniká McLuhanova „globální vesnice“; společnost obrazu a *homo ecranis*, u jejichž zrodu stála kinematografie, vítězí.

Dnes už se ale nacházíme v nové etapě světokultury, již zahajuje kybernetická revoluce a vláda obrazovek a displejů, součinnost nových komunikačních technologií a internetu, hyperprostoru, který bezprostředně spojuje jednotlivce napříč kontinenty. Doba všudypřítomných obrazovek nám jednak nepřetržitě poskytuje nekonečné množství obrazů a informací, a navíc ji díky internetu provází roztržitěná interaktivní komunikace, vytvářena samotnými uživateli. Opustili jsme éru hromadných sdělovacích prostředků a jednostranné komunikace, nastal čas společenských *on-line* sítí, základen pro mezilidské vztahy, osobního, horizontálního a skupinového spojení. Zrodila se kultura *všech vůči všem*, která lidem dovoluje opustit škatulku pasivního spotřebitele a naopak více sdílet, diskutovat a podílet se na celku bez ohledu na časoprostorová omezení. Odvrhneme klišé o živé mrtvole zbavené společenských kontaktů, odříznuté od světa a přebývající už jen ve virtuálním prostředí. Podobné závislosti sice nepochybně existují, ale obecně vzato internet přímé kontakty spíše podporuje než oslabuje

- a lidem dovoluje, aby spolu hovořili, vyprávěli si, předváděli se. Dokonce se může projevit jako nástroj k utvoření solidárních pout mezi zastánci stejné myšlenky rozptýlenými po celém světě.

Individuum jako univerzalistická kultura

Pátým pilířem světokultury je kultura lidského individua. Během druhé poloviny 20. století prošly společenské struktury, které do té doby brzdily volný rozmach individualismu (tedy tradice, rodina, církve, velké ideologie, politické strany apod.), o svou někdejší autoritu a na jejich úkor se začal rozvíjet princip individuality. Posílení společenské role lidských práv a rozmach hédonistických hodnot, nedozírná konzumní, informační a obrazově-mediální nabídka společně navodily zhroucení kolektivních rámců a zároveň zvýšily počet existenčních modelů. Odtud vyplynul individualizační pohyb, který přinesl radikální převrat v tradičních autoritářských společnostech a kulturách vzešlých z první fáze moderny.

Zároveň od osmdesátých let 20. století v prostoru ovládaném neoliberálními názory přihlížíme nárůstu moci ekonomického a společenského modelu, který je založen na neomezené tržní konkurenci a na požadavku okamžité návratnosti. Rodí se hyperkapitalismus a ustanovují se jeho základní konstanty: osobní úspěch, soukromá iniciativa, peníze, konkurence a podnikatelský

ideál. Stát a jeho předpisy jsou na ústupu, odborové hnutí ochabuje a na utopie doléhá stín: vítězí naopak individualismus „bojovníka“ a „vítěze“, který každého podněcuje k individuální iniciativě, převzetí otěží, schopnosti rychlé a přizpůsobivé reakce, přijetí rizik a neustálé pružnosti. Soutěživý hyperindividualismus se stále otevřeněji dovolává své nezávislosti a naprosté zodpovědnosti za vlastní osud.

Komerční světokultura sice po celé zeměkouli šíří shodné normy a obrazy, ale současně působí jako mocný nástroj místního rozrůznění a individualizace forem existence a životních stylů. Nauka o lidských právech posvěcuje princip individuální svobody a všeobecné rovnosti, čímž podkopává všechny společenské rámce, které by omezovaly volné zacházení s vlastním životem. Média, televize, filmy a reklama vytvářejí nové sny a nové vzory hodné následování, živí naději na změnu, hájí oprávněnost osobní volby a ideál individuálního štěstí. Současně s tím, jak si celou planetu podmaňují média a normy obchodní spotřeby, roste velkou rychlostí také subjektivní autonomie, posilovaná navíc rozvojem formálního vzdělání u širokých vrstev obyvatelstva. K tomu přistupuje vliv migračních pohybů, neboť lidé zaměstnaní za hranicemi obvykle do země původu v jisté míře přinášejí normy typické pro individualistickou modernost, například západní konzum a antikoncepční metody.

Původcem individualizace pak je zcela nepochybně světokultura, neboť zmíněný pohyb můžeme pozorovat ve všech světadílech, i když ne všude se stejnou intenzitou a ve shodných podobách. Strmý vzestup majetnického individualismu, vláda podnikatelského modelu a vášnivý zájem o módu a luxus je dnes realitou v Rusku i v Číně. V Indii nová střední třída s potěšením nakupuje v supermarketech, navštěvuje kosmetická studia a diskotéky, poslouchá na discích mezinárodní hity; zatímco reklamní slogany hovoří zbožně o sebezapření, mezi majetnými vzkvétají daňové podvody a korupce. Ve všech koutech planety žijí manželské páry stále vzácněji se svými rodiči a kultura dohodnutých manželství ztrácí legitimitu, neboť se přičí zásadě nezávislosti a seberealizace. V mnoha zemích – žije v nich třetina zemské populace – je sice stále povolena polygamie, ale zřetelně mizí úměrně dosaženému vzdělání; některé muslimské země (Tunisko, Turecko) ji již zakázaly a existuje celá řada ženských sdružení, která za její zrušení bojují.

Individualizace působí dokonce i v reislamizovaných zemích: v zemích, jako je Írán či Tunisko, nacházíme v poměru na obyvatele stejnou porodnost jako ve Francii¹ – a úpadek porodnosti²

1/ Youssef Courbage - Emmanuel Todd, *Le Rendez-vous des civilisations*, Paříž 2007.

2/ V průběhu padesátí let klesla průměrná porodnost ve světovém měřítku z 5 dětí na ženu na 2,7.

je ukázkovým projevem rozkladu tradice, posunu autority ve vztahu mezi manželi a nárůstu osobní kontroly nad procesem plození. Přistěhovalec-tví, které v současnosti velmi rychle roste a zasahuje všechny oblasti světa (celosvětový počet migrantů se odhaduje téměř na 200 milionů), není způsobováno pouze chudobou či válkami, ale také tím, že jedinci požadují větší kontrolu nad svou budoucností a svým osudem. Když se díky médiím dozvědí, že jinde se dá žít lépe, projevují méně smířenosti s osudem, zaujímají větší odstup od domovského státu a častěji se rozhodnou pro změnu.¹ Na počátku hypermoderního přistěhovalectví stojí vedle bídy a útisku také touha po realizaci osobních tužeb a dosažení nezávislosti, otevřenost „dobrodružstvím“, záliba v riziku, ideál materiálního úspěchu obtíženy fantaziemi o luxusních vozech, značkovém oblečení a špičkové technice.² Přes všechny rozdíly v síle i rychlosti všude probíhá individualizační proces, individuální existence se stává nezávislejší, každý hledá své osobní spotřebitelské štěstí. Individualizace urychluje globalizaci, globalizace umocňuje individualizaci.

1/ Catherine Wihtol de Wendel, *Atlas mondial des migrations*, Autrement, 2009. Jde tu o individualizační dynamiku, která se může zformovat i v tradičních rámcích holistické organizace: rozhodnutí emigrovat je často přijato celou rodinou s cílem zlepšit rodinný úděl.

2/ Ellane de Latour, „Héros du retour“, v: *Critique internationale*, 19, 2003.

Stejným směrem se ubírá současný vztah k religiozité: náboženství je nutno prožívat niterně, jako osobní víru a rozhodnutí. Stává se předmětem zamyšlení, odpoutaným od dříve obvyklé neochvěvné jistoty, závisí na přízni stoupců a již se neopírá o začlenění do skupiny, o zákon nebo o společnost. Individualizační dynamika, která ovládla Západ, pronikla i jinam. Svět je dnes charakterizován rozpadem náboženských tradic a místních omezení, subjektivizací toho, co je posvátné, a velikým počtem konverzí v souladu s osobní volbou. Protestantický evangelismus se dnes šíří v Číně, Brazílii a v muslimských zemích, buddhismus proniká na Západ, Evropané i indiáni v Chiapasu přijímají islám, judaismus se ujímá v Ugandě, u tibetsko-birmanského kmeně i u amerických černochů. Světokultura je kulturou globálního trhu s náboženskými soustavami, na kterém si jednotliví účastníci vyměňují náboženskou příslušnost a vybírají si tu, která jim vyhovuje nejlépe. Dokonce i novodobý fundamentalismus se veze na vlně individuálního náboženství: opírá se o sílu individuálního přesvědčení, nikoli o celospolečenskou nezpochybnitelnost. S ústupem tradičního modelu religiozity se ve všech náboženstvích projevuje tendence k individuálnímu pojmání víry.¹

1/ K tomu viz Olivier Roy, *L'islam mondialisé*, Paříž 2002, a *La sainte ignorance*, Paříž 2008.

Již od Tocquevilla víme, že demokracie neoznačuje jen jistý politický režim, ale také formu sociálního státu. Totéž platí o lidských právech, která nepředstavují pouze nejhlubší základ demokratického politického uspořádání: jsou to též principy, které rozkládají tradiční uspořádání společnosti a přispívají ke vzniku nové společenské formy, neboť nastolují nový a bezprecedentní vztah k rodině i k náboženství, k času i k poznání, k životnímu stylu a k věkovým rozdílům. Všechny společenské instituce procházejí převratnou změnou a přizpůsobují se principu svobodného zacházení s vlastním životem. Takto lidská práva individualizují lidské chování a osobní aspirace a zajišťují pro jeden a týž princip společenského života celosvětový vliv. Planetu nesjednocuje pouze trh; stejným směrem, i když jinak, se ubírají i lidská práva, když z individualizace činí univerzální princip, určující vazbu mezi jednotlivcem a společenským řádem.

Princip individualizace ovšem nijak nebrání vytváření společenství a hledání identity. Na jedné straně spějeme ke kultuře individualizované spotřeby, jiný trend ovšem směřuje k obnově jazykových a náboženských pospolitostí, které nám pomáhají zahnat úzkost ze ztráty identity, již vyvolal proces společenského rozkladu. Jednoznačné povědomí o všeobecně pojaté politické příslušnosti se sice oslabilo, na druhé straně

však stoupá potřeba začlenit se do konkrétních etnických, náboženských nebo místních společenství. Tato obroda kolektivních jednotek rozvoji individualizace nijak neprotiřečí, neboť jednotlivci se dnes ke kolektivu hlásí z vlastní vůle, ne pod vlivem tradice, a „zapouštějí své kořeny“ na základě osobních a vědomých rozhodnutí, která mohou kdykoliv změnit.¹ Současné hledání pospolitosti není s rozvojem individualizace ve sporu, pouze představuje jeden z jeho paradoxních projevů.

Planetární dosah lidských práv

Individualizovaná společnost se neomezuje na oslavu jedince osvobozeného z kolektivních pout a zbaveného tradičních vazeb. Na posílení role konkrétního jedince navazuje rozmach právního individua: tím míníme současný kult lidských práv, vyhlašovaných za všeobecný legitimní princip a za ideál, jímž se má řídit každé kolektivní uspořádání. Lidská práva jsou pojmána výhradně rozumově, šíří se ve znamení univerzální morálky a spravedlnosti a odmítají respektovat hranice. V tomto ohledu představují klíčovou součást světokultury. Ve společenském životě i v právní oblasti je dnes hlavním referenčním

^{1/} Islámský šátek mnohdy není výrazem fundamentalismu, ale sebezpotvrzení - individuálního osvojení tradičního symbolu.

bodem, ústředním smyslem světokultury a jejího univerzálně-humanistického poslání jedinec.

V době, která právě začíná, nemůžeme už lidská práva redukovat pouze na práva „formální“. Jejich role nedozírně překračuje klasickou funkci, která jim byla přiřčena, totiž zajistit hradbu proti svévoli mocenských institucí. Dnes jsou zdrojem politických koncepcí, jež zasahují celý mezinárodní systém, rozdělený na suverénní státy. Lidská práva v současnosti zajišťují princip humanitárního vměšování, který dovoluje přijít na pomoc postiženým a obětem i v cizích zemích. Stojí též u zdroje nových mezinárodních soudních orgánů, jež jsou výrazem odhodlání nadřadit morálku suverenity vlád, odsoudit zločiny proti lidskosti, genocidu a válečné zločiny, a zavést tak spravedlnost v planetárním měřítku. Setřením hranic mezi oblastí práva a morálky zavádí nové pojetí lidských práv jakýsi světový mravní řád - i když nutno dodat, že intervenčního práva se využívá jen velmi výběrově a postižení jsou výhradně zločinci z „malých“ zemí, jejichž počínání vyvolá skandál v západním veřejném mínění.

Ve jménu univerzální mravnosti se také cizí státy mohou vměšovat do vnitřní politiky jiných zemí a vyvolávat války, které mají pomoci rozvoji demokracie a národní svobody. Hypermoderní válka se proto legitimizuje jako „humanitární válka“ anebo „vojenská humanitární pomoc“.

I tyto zásahy vyhlížejí podezřele: principiálně se sice jejich terčem může stát kterákoli země, ale v praxi se podnikají jen vůči některým státům - neboť válčit s Irákem nebo někdejší Jugoslávií je realistické, ale u Číny nebo Ruska to nepřipadá v úvahu. Sotva se tedy můžeme vyhnout myšlence, že tento druh kosmopolitismu jen využívá koncept lidských práv jako nástroj hegemonie jednotlivých států - neslouží ovšem morálce, ale politice, nikoli univerzální spravedlnosti, ale strategickým národním zájmům. Objevuje se i názor, že politika lidských práv je příčinou politické neschopnosti demokratických zemí - musíme však konstatovat, že lidská práva mohou právě tak přispět k posílení intervenční politiky, k legitimizaci mocenských postupů, které jsou spíše výrazem imperialismu než liberálních hodnot. Autoři jako Robert Kagan či Robert Cooper tak mohli s odvoláním na poslání Spojených států hlásat nutnost nového „liberálního imperialismu dobré vůle“, který prostřednictvím „preventivních válek“ a dalších intervenčních praktik prosadí na celém světě principy liberální civilizace.

Samozřejmě není pravda, že by všechny regiony povýšily lidská práva na zakládající normu státu a kolektivního počínání. Jednak se proti těmto zásadám bez uzardění provinují rozmanité neliberální demokracie, jednak někteří ideologové a vlády globálního Jihu v současnosti zavrhuji

osvícenský univerzalizmus, a naopak hájí kulturní rozrůzněnost a „skutečné“ hodnoty Asie, Indie, islámu či Afriky. Na obou stranách je ovšem odsuzován ideologický kolonialismus Evropy a Ameriky a jejich snaha vyvážet demokracii a lidská práva po celé zeměkouli. Sílí názor, že ničím nepodmíněná univerzalita člověka a jeho absolutních práv je vlastně jen eurocentrickou konstrukcí, že tento kulturní koncept je jen plodem jisté konkrétní historie a jistého etnocentrického pohledu na člověka a na společnost: že se tu jedná o specificky židovsko-křesťanskou právní normu.

V roce 1981 tak byla přijata Africká charta lidských a etnických práv, která hlásá nutnost brát v potaz historické tradice a hodnoty africké civilizace. Rovněž některé muslimské země rázně prosazují rozdílné chápání lidských práv, založené nikoli na zásadách univerzalizmu a sekularismu, ale na „duchovních, mravních a socioekonomických hodnotách islámu“. Zásady islámu jsou zde nadřazeny všem ostatním hodnotám: takzvaná Káhirská deklarace práv člověka v islámu z roku 1990 stvrzuje v islámských státech nadřazenost práva šaría jakožto „jediného určujícího zdroje“ nad všemi ostatními zákony včetně rezolucí OSN.

Některé země chápou výzvy k respektování lidských práv jako určitý druh imperialismu a jako ideologii, jejímž cílem je obhájit zásahy západ-

ních zemí do vnitřních záležitostí svrchovaných států a legitimizovat jejich vojenské akce a útočné války. Práva jedince tak splývají s nadvládou Západu a arogantním prosazováním domněle univerzálních hodnot, jako taková jsou pak napadána a odmítána a jejich odpůrci se zaštiťují úctou ke kulturním a náboženským specifickým různým národů.¹ Kritikové porušování lidských práv jsou nyní obviňováni z rouhání a svatokrádeže, z hanění náboženské víry a nověji i z islamofobie. Během první globalizační vlny si velká část politických elit dala za úkol modernizaci své země, politici si dali za úkol dohonit Západ zaváděním západních principů a potlačením zastaralých tradic či náboženského zpátečnictví. Ale poměry se změnily: s rozmachem světokultury nabírá na síle i odpor k Západu a univerzalita morálního a politického rozumu je zpochybňována.

Narazila tedy práva jednotlivce na své nepřekročitelné hranice? Pravděpodobně ne. Posvátná úcta k lidským právům se jistě neprojevuje všude stejnou měrou, nicméně její šíření bude podle všeho pokračovat. Právní jedinci se totiž prosazují jako nejvyšší legitimizační princip moderních společností. Co by v současných podmínkách

1/ Nelze ovšem přehlédnout, že státy, které uvrhují univerzalizmus do klatby, tak často činí ve snaze legitimizovat vlastní nedemokratické zřízení, udržet své vládcy u moci a umlčet opoziční síly nebo zabránit emancipaci žen.

mohlo zastavit celosvětové šíření principu individuality? Vždyť vzdělání, věda, technika, neustálé inovace, větší informovanost i blahobyt dál podkopávají vliv heteronorních modelů společnosti ve prospěch větší nezávislosti společenského i osobního života a důrazu na zájmy svobodného a rovnoprávného jedince. Proces modernizace a individualizace nevyhnutelně spěje k odstranění vlivu tradic ze společnosti i z mezilidských vztahů, díky čemuž práva jednotlivce získávají s ničím nesrovnatelnou legitimizační moc a mění se v základní pilíř společenského života. Ve všech koutech světa lidé bojují proti diktaturám ve jménu univerzalistických hodnot a téměř nepřetržitě vznikají skupiny na obranu lidských práv, bojující za demokracii a osobní svobody. Společnosti stále více ovládané individualizací životních podmínek nebudou moci uznání práv jednotlivce donekonečna odkládat. Musíme tedy uznat, že západní kultura je sice jen jednou z mnoha, nese však v sobě cosi, co ji překračuje, díky čemuž její hlavní zásady získávají univerzální platnost a šíří se po celém světě.

Ač všechno nasvědčuje tomu, že se kultura osobních práv rozšíří po celé zeměkouli, neznamená to, že by jejím prostřednictvím dějiny řekly poslední slovo. Marcel Gauchet právem zdůrazňuje, že společenský život se může opřít pouze o dva legitimizační principy: buď o zdroj práva, který nezávisí na lidské vůli, například

tradice, posvátné hodnoty nebo božstva), nebo o imanentní zdroj.¹ Nutno však dodat, že v druhém případě se systém legitimacy nemusí kryt s původním pojmem lidských práv; může se jednat také o vůdčí roli kolektivního celku, o jeho jednotu, jeho životní a strategické zájmy, jeho bezpečí a moc. Ve společnostech, jež se vymaní zpod institucionálního vlivu náboženství, působí mocný a očividně nezadržitelný trend k uznání nadřazenosti osobních práv. Existuje však i jiná tendence, která může za jistých okolností nadřadit jedinci zájmy společnosti jako celku. Z výše uvedených důvodů dějiny pravděpodobně směřují k všeobecnému prosazení lidských práv, ale pravděpodobnost musíme odlišit od nevyhnutelnosti: v zásadě nemůžeme ani vyloučit možnost zvratu a prosazení druhé tendence.

Pokud se lidstvo vyhne ničivým válkám a dalekosáhlým hospodářským či ekologickým katastrofám, můžeme se odůvodněně domnívat, že liberální nadřazenost práv jednotlivce nakonec zvítězí na celém světě. Pokud se tak nestane, nikdo nezabrání tomu, aby se v nových formách oživila nadřazenost celkového uspořádání nad osobními právy. Tato vývojová logika mohla snadno převážít v první fázi moderny (vzpomeňme vítězné nacionalismy a totalitarismy) a nic nedokazuje, že by se v budoucnu nemohla

1/ Marcel Gauchet, *La condition politique*, Paříž 2005, str. 485n.

objevit znovu - tím spíše, že se může přihlásit k ideálům, jako je kolektivní bezpečnost a blahobyť, ohledy na budoucí rozvoj a podobně. I v případech, kdy jsou individuální práva uznána oficiálně, je politický systém může v praxi snadno ignorovat, aby si tak zajistil vlastní přežití. V tomto směru je naše budoucnost nejistá: je možné, že budou společnosti v praxi jednoduše fungovat v rozporu s okázale vyhlášenými humanistickými hodnotami. Hra pokračuje a dějiny mají zákonitosti, které vždy nelze rozumem předvídat.

Sílicí individualizační proces nás nutí odmítnout tezi o střetu civilizací, jak ji hájí Samuel Huntington. Mezi kulturami nepanuje žádná radikální nesourodost, nejsou uzavřeny v navzájem nepřevoditelných a vnitřně homogenních a neměnných rámcích. Kultury dnešního světa se naopak neustále proměňují, i když nikoli nutně v souběžných drahách; přetvářejí je faktory modernity i hypermodernity. Pod vnější slupkou odlišných civilizací působí prvky jediné světokultury a žádná civilizace už nemůže zcela uniknout dynamickému rozvoji jedince a jeho aspirací. Proces individualizace zasahuje všechny kouty planety, ruší odlišnost kultur a nastoluje univerzální kulturní modernitu. Dnes už nežijeme na planetě, kde každá civilizace žije uzavřena sama do sebe. Sledujeme naopak globální rozvoj kultury jedince, jeho nezávislosti a jeho práv.

Tvrzení, že postup individualizace je nezadržitelný, ovšem neznamená, že by měl vést ke zrodu jednolitého lidstva, jehož příslušníci vykazují stejné vzorce chování i stejné záliby a žijí odpoutáni od jakékoli kolektivní půdy. Způsoby žití, cítění a myšlení jsou vždy zakořeněny v konkrétní kultuře, v souboru zvyků a zvyklostí zděděných z minulosti. Jak by se lidský jedinec - byť bez tradice, suverénní a nezávislý - mohl zbavit všeho, na čem stojí dějiny jeho rodu? Tady se nemůže vyskytovat žádná *tabula rasa*: ani rozvoj lidských práv a celoplanetární rozšíření komerčních značek nemohou vést ke zrodu jedince, který by žil v jakémsi stavu beztlíže bez jediné vazby na živou kulturu. Ani globální individualismus, ani globální konzum neskončí s érou kulturních odlišností a s rozdíly v životních stylech, do jisté míry vždy utvářených dějinami konkrétního národa.

Vysoká kultura a světokultura

Tak tedy v hrubém náčrtu vypadá portrét světokultury: kultury, která je terčem mnoha rozličných kritik. Na prostoru, který zde máme k dispozici, se omezíme na dvě hlavní výtky.

První z nich se zaměřuje na status a vývoj literární a intelektuální kultury v konfrontaci se smrtí, kterou přináší světokultura. Těžko můžeme popřít, že světokultura bytostně proměnila

symbolickou pozici náročné, „vysoké“ kultury a podkopala obrovskou prestiž, které se „pravá“ kultura dříve těšila. Pokud bychom dnešní vývoj měli shrnout do jedné věty, pak naše doba přibližuje inflaci a deklasování toho, co Paul Valéry nazýval „hodnotou ducha“, *la valeur esprit*. Intelektuální život již není synonymem lidského osvobození a duchovní noblesy; v poslední době spíše navozuje představu úmorných a bezobsažných diskusí a označení „intelektuál“ či „intouš“ má pejorativní nádech. Neustále klesá prodej knih z oblasti humanitních věd a v průměru vycházejí jen v několika stech výtisků. Za posledních třicet let jejich průměrný náklad klesl na polovinu až třetinu. Již se nevyskytují žádní filozofičtí učitelé a iniciační myšlenkové proudy, velké duchovní vize pozbyly svou sílu a atraktivitu. Lesk vysoké kultury je pryč stejně jako kouzlo, kterým byla obestřena. Stále méně nás dokáže podněcovat k snění, probouzet mohutné vášně a vlny nadšení. Hypermoderní epocha je érou úpadku onoho jedinečného postavení, které vysoká kultura dříve zaujímal: „hodnotu ducha“ nahradila zábava, sport, média, cestování a rychlé informace. Zdrojem tohoto vývoje je právě světokultura – kultura obrazu, těla a spotřeby.

Desakralizace nebyla ušetřena ani literatura. Dnešní mládež už nenachází životní vzory v románech ani na jevištích, nýbrž ve filmu a v audiovizuální fikci, na stadionech a v zábavním

průmyslu: obrazy a hudba z valné části nastoupily na místo, které kdysi náleželo literatuře. Kultura slova musela ustoupit kultuře obrazovky, plátna a displeje: čas věnovaný televizi a hudbě výrazně předčí čas vyhrazený četbě. Čtení dnes nepředstavuje nejoblíbenější činnost u žádné kategorie mladých lidí, televizní kulturní programy se přesouvají do pozdních večerních hodin a jejich moderátoři se těší větší popularitě než autoři. Znakem světokulturní epochy je úpadek atraktivity a symbolické autority „vysoké“ kultury.

Podléhá stejnému vývoji i náš vztah k výtvarnému umění? Nikoli. Stačí se podívat, jak ohromné pozornosti se těší významné výstavy. Kdo se dnes ještě ponoří do četby Pindara nebo Danta? Avšak návštěvníci athénských chrámů a florentských muzeí se počítají na miliony. Básně z minulých staletí už dnes nikdo nečte, ale opera si drží své nadšené publikum.¹ To ovšem neznamená, že by náš vztah k uměleckým dílům neprošel zásadní proměnou. Tato díla již nejsou předmětem uctivého a mlčenlivého rozjímání. Jsou předmětem konzumu a zaplavuje je shon chvátajících turistických davů: typický návštěvník muzea či výstavy stráví před jedním uměleckým výtvozem v průměru šest vteřin, přičemž

¹/ Průměrná návštěvnost newyorské Metropolitní opery dosahuje osmaosmdesáti procent.

každé čtvrté dílo ve skutečnosti nepřiláká pozornost ani na vteřinu a u další desetiny se divák zastaví jen na čtyři vteřiny. Je očividné, že i vztah k umění podlehl turistické hyperkonzumaci, jejímž účelem je rozptýlení a zaplnění volného času. Od umění se již neočekává povznesení duše, nýbrž okamžité a snadno dostupné osvěžení, stále nové hédonistické podněty.

Odtud pramení ostré výpady proti dnešnímu kulturnímu relativismu, který boří všechny hierarchie a vynáší na piedestal i populární osobnosti (univerzita v Liverpoolu právě otevřela magisterský program s názvem „Beatles: populární hudba a společnost“) a na stejnou rovinu staví Shakespeara i Stephenii Meyerovou, Bacha a Eminema, Dürerovu rytinu i sprejerské graffiti. Všechno je kultura, všechno je tedy dovoleno – tento nářek vyčteme ze slov mnohých komentátorů. Dovolili bychom si však na tomto místě zapochybovat, že je oprávněný. Mistrovská díla, potvrzená staletími, a současné produkty kulturního průmyslu považuje ve skutečnosti za „stejně hodnotné“ jen málokdo; velcí mistři minulosti jsou vyzdvihováni i nadále a často naříkáme na to, jak tvorba podléhá diktátu médií a trhu. Proti nivelizaci svědčí i údaj hovořící o době, jakou publikum stráví před různými uměleckými díly: čím jsou díla současnější, tím méně má cenu se u nich zastavovat. Hypermoderní publikum nadále z valné části sdílí názor, že existují

nepopiratelná špičková díla a trvale uznávání géniové, které od módních výtvorů, určených k běžné kulturní spotřebě, dělí hluboká propast.

Nivelizaci nepodléhají hodnoty, ale vzorce kulturního chování: velké autory minulosti veřejnost nadále ctí, ale nikdo je nečte. Duchovní život z nich už nečerpá posilu, velká díla vzbuzují respekt, ale nepodněcují už žádné zvláštní jednání. Všude vládne stejná konzumentská lehkovážnost a bezprostřednost. Toto je určující rys naší doby: vysoká kultura sice není sesazena z trůnu, avšak publikum k ní zaujímá stejně uvolněný postoj jako ke konzumaci toho nejobvyklejšího zboží. Zákony turisticko-hédonistické zábavy a světokultury vítězí i v oblasti, která jim původně nebyla vlastní.

V období globalizované kultury se vkus lidových mas demokratizuje vlivem kulturní turistiky, návštěv muzeí, záliby v dějinách a v krajině a vnímání hudby. Zatímco ale zástupy turistů krouží z jednoho konce planety na druhý při objevování nejdokonalejších plodů lidské práce, jejich vlastní kultura se jim začíná jevit jako cizí, tajuplná a neprůhledná. Důraz, který světokultura klade na současný okamžik, úspěšně rozdrolil naše dlouhodobé kulturní ukotvení. Kdo ještě dnes – za ohromného úpadku křesťanství, který Evropa zakouší – rozumí poselství románských fresek, gotických katedrál nebo renesančních náboženských obrazů? Čím více lidí obdivuje

jedinečná díla (od pravěkého umění po buddhistické svatyně, od egyptských pyramid po mayské zříceniny), tím méně je každý z nich schopen porozumět vlastnímu kulturnímu – a zvláště náboženskému – dědictví. Můžeme si prohlížet všechny minulé slohy a styly, ale nic už nedává skutečný smysl. Zbývá jen turistické potěšení hyperkonzumenta „bez minulosti“, odtrženého od vlastních dějin a žádostivého pomíjivých emocí, všeho i ničeho. Vidíme vše, ale nechápeme skoro nic, dokonce ani to, z čeho jsme sami vyšli. Právě v této podobě se ve velkém odbývá estetický konzum „dekultivovaných“ mas. Světokultura demokratizuje přístup k uměleckým dílům, ale současně lidi zbavuje opory ve vlastním kulturním dědictví.

Zbavení kultury ale nejsou pouze jednotlivci: i sama vysoká kultura pozvolna ztrácí obsah a proměňuje se v sofistikované intelektuální hrátky, v činnost bez reálného dosahu, bez osobního zaujetí a hlubších emocí. Kvůli bohům nebo idejím se už přinejmenším na Západě neumírá, důležité věci nacházíme jinde. Již Hegel o uměleckém díle prohlásil, že v naší době není „niternou manifestací absolutna“. Stejná poučka dnes platí o kulturním životě vůbec. Stal se čímsi druhořadým, ztratil svou absolutní moc a zhmotňuje jen paradoxní spojení seriózního životního doplňku a obsahové frivolity. A to právě v době, kdy roste počet muzeí, lidé usilují o di-

gitalizaci globální knihovny a při prodeji uměleckých děl se ceny šplhají do nevidaných výšin.

Vstříc uniformnímu světu?

Druhá velká výtka vůči světokultuře, u které bych se rád zastavil, se týká kosmopolitizace světa a s ním spjaté globální uniformity. Mnohé hlasy brojí proti světu, v němž si spotřebitelé na celém světě volají stejnými telefony, nakupují stejné značky, jedí stejné hamburgery, poslouchají stejnou hudbu. Dívají se na stejné a cíleně uzpůsobované filmy a sledují stejné reklamy s neměnným poselstvím blaženosti. A vůdčí roli tady všude hrají Spojené státy. Připomeňme si, že 85 % prodaných lístků v kinech po celém světě připadá na hollywoodské filmy, 50 % hraných televizních pořadů šířených v evropských sítích pochází z USA a každá třetí hodina v evropských televizních programech je obsazena americkou nabídkou. Světokultura bývá proto často zavrhována jako říše globálního splynutí výrobků, spotřebitelů i kultur pod novou totalitní nadvládou „McSvěta, disneyizace a kokakolizace“.¹

Zajisté nemůžeme popřít, že velké značky se prodávají po celé zeměkouli a že nadnárodní

^{1/} Benjamin R. Barber, *Djihad versus McWorld*, Descleé de Brouwer, Paříž 1996. Viz též George Ritzer, *The McDonaldization of Society*, Pine Forge Press, Thousand Oaks 1996.

kulturní koncerty zaplavují globální trh svými výtvy. Přesto se souběžně s tímto uniformizačním pohybem uplatňuje i princip vedoucí k větší pestrosti a rozrůzněnosti. Můžeme ji sledovat jak u výrobků samotných, tak v osobních postojích spotřebitelů. Nikdy dříve lidé nevyrobili a nešířili tolik hudby, filmů, knih, obrazů a stylů v tolika podobách, nikdy v dějinách lidé nemohli ochutnat tolik různých kuchyní z celého světa. Tvrzení, že světokultura navozuje stejné vzorce chování na celé zeměkouli, je nepřesné: vstoupili jsme do doby extrémní globální nabídky, díky níž se rozostřují standardy lidského jednání. Záliby jednotlivců jsou den ode dne různorodější, eklektické, multikulturní a míchané z různých prvků. Hypermoderní jedinec má před sebou neustále se rozrůstající možnosti výběru: využívá špičkové technické výrobky, ale může se také uchýlit k tradičním metodám léčby, ač poslouchá rap, může holdovat astrologii, chodit běhat do parku s iPodem v uších a cvičit jógu, s teniskami Nike na nohou si obléci splývavý africký hábit, jíst kečup a oddávat se zároveň čínským masážím, tarotu anebo zenové meditaci. Vše je v ohromné směsi obsaženo v nepřehledné a rozkouskované mozaice výrobků a činností, kultur a různých druhů historické paměti.

Musíme se zde ohradit proti představě, že světokultura je továrna vytvářející stále více uniformity a ničící rozmanitost ve prospěch globa-

lizovaného celku. Že podporuje pouze zanedbatelné, stále totožnější odlišnosti. Jistě, rozdíly mezi společnostmi se nepochybně stírají – avšak diferenciací osob a životních stylů uvnitř jedné a téže společnosti narůstá. Spění k nadnárodní uniformitě je provázáno rozmachem odlišných zvyklostí a některých zálib jedince. Diktatura globální jedolitosti kráčí ruku v ruce se strmým vzestupem osobní rozrůzněnosti. Domněnka, že „celosvětový souhrn rozdílnosti“ je čím dál menší, postihuje jen jednu tvář skutečnosti: sklouzávání světokultury k nerozlišené jednotě probíhá současně s vyhrocováním pluralitního principu osobních variací a heterogenizační personalizace vzorců chování i způsobů žití a vnímání.

Hypermoderní doba nepochybně přihlíží rozmachu nadnárodní kultury, přebírané spotřebiteli na celé zeměkouli, ale to by nám nemělo zakrýt hranice a překážky, na něž tento pohyb naráží. Ať už je vliv globalizace sebevětší, jednotlivé společnosti, vzorce chování, existenční, spotřebitelské i osobní vzory jsou i nadále formovány dějinami, jazykem a kulturou. Bylo by naivní se domnívat, že nadnárodní proudy jednou provždy skoncovaly s kulturními rozdíly a s vlivem národních a místních „kořenů“. Kultury se sice sbližují a pozbývají na odlišnosti, ale rozvoj osobní identity stále pokračuje. Současnost není dobou celosvětového kulturního sjednocení, nýbrž nesčetných verzí jedné a téže světokultury,

založené na kapitalismu a vědotechnice, individualismu a spotřebním životním stylu.

Meze světokultury se konkretizují v celé řadě fenoménů, počínaje přetrvávajícím partikularismem jednotlivých národů. Sjednocující se planeta je současně místem, kde bují nacionalismus malých národních celků a vznikají nové státy. V roce 1945 bylo na světě 51 států, roku 2008 jich Země čítala již 192. Globalizované kultuře se očividně nepodařilo delegitimizovat ideu a hodnotu národa a je pravděpodobné, že z dlouhodobého hlediska bude tato tendence pokračovat, neboť nadnárodně působící síly vyvolávají zákonitou reakci: úctu k národní odlišnosti, sepětí s vlastním územím a s národní pamětí coby prostředkem ke stvrzení vlastní identity. Světokultura v žádném případě nezvěstuje konec národních celků. Spíše bychom ji mohli nazvat obdobím geopolitického tříštění na velké množství států a dobou zrodu nových politických velmocí - Číny, Indie, Ruska, Brazílie. Postup světokultury a nový důraz na národní odlišnosti jsou nerozlučně spjaty.

Další velký jev, který nám připomíná, že světokultura naráží na zřetelné hranice, jsme si zvykli označovat jako „návrat náboženství“. Světokultura v žádném případě neplodí všeobecný materialismus, naopak v reakci na obavy vyvolané strukturně dezorientovanou a zúzkostňující dobou podněcuje rozvoj duchovních hnutí. Díváme

se sice na stejné filmy, ale odlišnost našich dogmat a náboženství přetrvává. Ano, i tady dochází k jisté rozrůzněnosti, náboženství ztrácí vazbu na dané území a instituce, množí se výpůjčky, duchovní nomádství a individualizace náboženského cítění. Současný buddhismus nese znaky protestantství, křesťanství absorbuje východní meditační techniky. V období světokultury již Arab nemusí být nutně muslim a Ital katolík. To jsou nepochybně nové fenomény, jejich vlivem však ještě nemizí teologické rozdíly a ani obnova odlišné náboženské paměti.¹ Náboženské formy se mohou sblížovat, náboženská identita však zůstává rozdílná.

Hranice globální kultury určuje rovněž jazyk. Lingvisté udávají, že v současné době se na světě hovoří skoro sedmi tisíci jazyky, z čehož dvěma a půl tisícům hrozí zánik, a někteří odborníci předpokládají, že v průběhu 21. století zmizí 50-90 % všech jazyků. To ale neznamená, že bychom spěli k celosvětové jazykové jednotě. Ano, ve všech světadílech lidé nosí stejné džínsy a poslouchají stejnou hudbu, mluvit chce však každý svou mateřštinou. Samozřejmě vznikají míšené typy *hinglish*, tedy spojení hindštiny a angličtiny, avšak tento jazykový hybrid se omezuje na reklamu, filmy z posledních patnácti let a módní

1/ Viz Danièle Hervieu-Léger, *La religion pour mémoire*, Paříž 1993.

prostředí ve velkých indických metropolích. Globální angličtina se sice prosazuje jako mezinárodní jazyk, avšak skutečnou hrozbu pro jazykovou rozmanitost nepředstavuje angličtina, nýbrž místní jazyky, jež se prosazují na úkor jazyků „malých“. Tak například svahilština ohrožuje desítky jazyků, jimiž se dnes hovoří v Tanzánii. Nic přitom není pevně dáno. Jazyky jsou živé, a tak jedny umírají, jiné se naopak rodí nebo nabírají na síle, jak to pozorujeme například v Katalánsku či Baskicku. Mnoho jazyků mizí, avšak těch několik set či tisíc „velkých“, které nepochybně přežijí, jejich uživatelé velmi zřetelně vnímají jako zdroj své skupinové i individuální identity, která jim pomáhá obhájit jejich odlišnost.

Stejně je to s kuchyní. Pizza Hut anebo McDonald's samozřejmě nabízejí své pochutiny ve všech světadílech a v módě je gastronomická fúze, která kombinuje pokrmy a chutě z různých regionů. Navíc nové druhy kaloricky bohatšího stravování vyvolávají v Asii, Latinské Americe i Africe znepokojivou vlnu obezity, jaké se ještě nedávno musely obávat pouze rozvinuté země, a především USA.¹ Tyto nezpochybnitelné jednotící tendence nám ale nesmějí zastřít, že lidé dál jedí „národní“, velmi specifické pokrmy v závislosti na zemi pobytu: čínské jídlo zůstává čínské, italská kuchyně zůstává italská a je dobře rozpoznatelná. V Evropě sílí

1/ Nadváha již postihla více než čtvrtinu čínské populace.

zájem o domácí kuchyni a místní kulinářské tradice. Stravovací návyky, chutě, recepty, a dokonce i potraviny ze supermarketů se v různých zemích jasně liší. Jde tu o tak výrazný jev, že McDonald's - tento velkolepý symbol globalizace - začal své menu přizpůsobovat místním zvyklostem a chutím. Světové gastronomické sjednocení je pouhým preludem.

Obecně pak platí, že vliv kulturních odlišností se vždy projevuje zřetelněji u výrobků obsahujících estetický rozměr. Číňanky oděné do evropských značek si při svátcích, svatbách a oficiálních recepcích navléknou tradiční róbu *qipao*. Indie si přisvojila evropský vynález kinematografie, ale přizpůsobila ho vlastním, tisíce let starým mýtům, představám a kulturním vzorům. Kosmopolitní indické modelky a celebrity můžeme spatřit v modernizovaných sáří i s tradičním *bindí* na čele - nyní se ovšem používá jako módní doplněk. Bollywood je v Indii mnohem populárnější než Hollywood: v roce, kdy na plátna přišel *Titanic*, představoval v Indii prodej amerických filmů jen 4 % trhu. Celá země s nadšením sledovala televizní adaptaci *Rámájany* a *Mahábháraty*: novou, „mytologicko-elektronickou“ verzi své dávné historie každou neděli sledovalo více než 80 % indické populace.¹

1/ Viz Jackie Assayag, *La mondialisation vue d'ailleurs. L'Inde désorientée*, Paříž 2005.

Úspěch francouzského filmu *Bienvenue chez les Ch'tis* (Vítejte v zapadákově), čerpajícího z místních motivů, se víceméně vyrovnal příjmům *Titaniku*. V Brazílii se ohromné pozornosti těší brazilské telenovely a brazilská hudební produkce ovládá 90 % místního trhu. Hip hop provozovaný v Jižní Koreji revoltuje proti strnulosti korejské společnosti a od stylu, kterému se v Americe říká *gangsta rap*, je na hony vzdálený; nahrávky korejských skupin tu tvoří 70 % celkového obrátu. Je sice pravda, že americký kulturní průmysl ovládá světový trh, ale to neznamená, že by všechny kultury směřovaly k amerikanizaci. Místní jazyky, literatura, náboženství, dějiny a umělecké tradice nadále upevňují kulturní odlišnost a pomáhají tak uchovat „domorodý prvek“ v kulturní produkci i ve vnímání a chování lidí.

V tomto rámci se pak množí hybridní formy kulturního vyjádření, v nichž se mísí různé světové kultury. Důkazem je rozkvět *world music*, v níž se slévají moderní a tradiční rytmy, elektrické a starobylé nástroje a dochází ke křížení jazzu a samby, alžírského rai a blues, indické hudby a rapu, flamenka a rocku. Podobný případ představují japonské komiksy, tzv. mangy, egyptské románky na pokračování nebo brazilské a mexické telenovely – plod setkání amerického vzoru s místní kulturní realitou. Dokladem je též míšení různých kuchyní a přítomnost vietnamských,

indických či pákistánských restaurací uprostřed západních měst. Svěbytný proces „glokalizace“ dokonce probíhá i ve sféře ženské krásy, kde se estetická pravidla moderního západu (štíhlá a sportovní postava, sex-appeal, úzká tvář, jemný nos) spojují s pluralitními a etnickými vzory.¹ Ve světokultuře vedle sebe existují standardizované i „kreolizované“ výtvořky, vzešlé z křížení nejrůznějších módních tendencí a stylů. Globalizace nevytváří jen jednodušnost, ale spíše i k míšení globálního a lokálního, ke směsi kosmopolitních a místních prvků.²

Na všech stranách usilují různá národní hnutí o hrdé a zřetelné sebevyjádření. Odkazují na důležitost „hledání kořenů“ a kulturního a náboženského dědictví. Hledají prostředky, jak zajistit národní hrdost. S růstem spotřeby amerikanizované kultury se ozývá stále zřetelněji volání po vlastní identitě a kulturní odlišnosti. Čím více lidí se podílí na světokultuře, tím jasněji cítí nutnost hájit svou kulturní a jazykovou identitu. V epoše světokultury už být sám sebou neznamená popírat minulost, dějiny a kolektivní dědictví, nýbrž osvojit si je. Jednoznačná tendence

1/ Termín „glokalizace“ vytvořil James Clifford, podle něhož značky a životní styly propagované „globální kulturou“ vždy podléhají jisté adaptaci či reinterpretaci, spjaté s místními kulturami. Viz James Clifford, *The Predicament of Culture. Twentieth Century Ethnography, Literature and Art*, Cambridge (Mass.) 1988.

2/ Viz Arjun Appadurai, *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*, Minneapolis 1996.

k uniformizaci světa je iluzí. Jsme naopak svědky znovuoživení jednotlivých kultur, jehož cílem je zahnat pocit subjektivního vyvlastnění a posílit kolektivní identitu. Kosmopolitismus globalizované kultury obdařuje místní zájmy a kultury novou legitimitou a emocionální hodnotou, neboť jsou způsobem, jak si uhájit sebevědomí a zdůraznit konkrétní identitu v nadnárodním světě.

Ani masovému trhu, ani vedení nadnárodních podniků se nedaří stvořit standardizované mezinárodní profesionály, zcela odpoutané od kultury země původu. Roste tu sice nová nadnárodní elita, „globální třída“ mobilních a přizpůsobivých pracovníků a manažerů s prestižními tituly, kteří se všude snadno zorientují, mluví několika cizími jazyky, obývají stejné hotely, provozují stejné sporty a uvádějí v život původně anglosaský vzor firemního řízení. Řada studií ale ukazuje, že i tyto vysoce kvalifikované elity pohybující se v oblasti mezinárodní konkurence, zůstávají spjaty se zemí původu a hlásí se k vlastním kořenům a dějinám, k hodnotovým systémům odlišným od celosvětového podnikání. Vztah k oboru se sice přizpůsobil západním vzorům, ale v dalších částech jejich identity se projevují jejich národní či etnické odlišnosti. Přes veškerou svou mobilitu, přes přijetí „univerzálních“ standardů racionality a podnikového řízení a přes mezinárodní ráz své kariéry se globální experti a manažeři nadále ztotožňují s komunitou, ke které patří, a udržují

přímé vztahy se svou vlastí.¹ Ani mezinárodní ekonomika a nadnárodní podnikání nestírají prvek kulturní odlišnosti a etnického původu, které představují jednu ze strategií, s jejíž pomocí si jedinec v hypermoderní době vytváří a upevňuje vlastní identitu.² V globálních společnostech je etnická loajalita a národní identita jistě slabší než jinde, nicméně tu zůstávají jako způsob, jak uchopit vlastní původ, jako zdroj jistoty a hodnot a prostředek, jak utvářet vlastní osud. Cílem takzvaného kulturního managementu je vzít tuto kulturní rozmanitost v potaz, a optimalizovat tak lidské zdroje firmy.

Meze globální kultury se projevují také na zkušenosti přistěhovalců a různých diaspor. Naprostá většina migrujících obyvatel planety se snaží zachovat přímý kontakt s rodinnými příslušníky, kterým posílají peníze a pravidelně si s nimi telefonují. Zůstávají spjati s místem původu, když projevují solidaritu s nově příchozími krajany, ale těž když zachovávají věrnost

1/ Nejedná se ale o všeobecný úkaz. Imigrantské elity ze Silicon Valley, hnány konkurenčním individualismem a vyhroceným meritokratiem, projevují menší ochotu hlásit se k vlastním kořenům. Viz Marc Abélès, *Un ethnologue dans la Silicon Valley*, Paříž 2002, str. 52–60.

2/ Viz Philippe Pierre, „Mobilité internationale des élites et stratégies d'identité“, v: *Revue européenne des migrations internationales*, 19/1, 2003. „Globální, částečně denacionalizované sociální vrstvy“, ne nutně kosmopolitní, ale zaujímající střední a nevyhraněnou pozici mezi národním a globálním, zmiňuje Saskia Sassenová, *La globalisation. Une sociologie*, Paříž 2009, str. 173–198.

domácí gastronomii, stylu odívání a estetiky interiérů, někdy proměněné v kýč. Jak píše Fariba Adelkhah, utečenci „odcházejí, ale neopouštějí“. Zachovávají si své kulturní kořeny, národní identitu i citová pouta s vlastí.¹ Vazbu na domovskou zemi si udržují i ekonomicky úspěšní emigranti - prostřednictvím darů a energetických či ekonomických investic v zemi svého původu.² Ani příslušníci diaspory se nenacházejí ve stavu společenské a kulturní beztlíže. Na prvním místě se vyhraňují národním povědomím a někdy též místní nebo oblastní příslušností.³ U některých utečenců dokonce nalézáme „nacionalismus na dálku“,⁴ jehož dokladem jsou především arménská, kurdská, tamilská, chorvatská či sikhská diaspora. Národní cítění emigrantských komunit tu jsou mnohem radikálnější než u krajanů, kteří zůstali ve vlasti.

Světokultura neznamená konec ani národního povědomí, ani etnických městských čtvrtí. Dnešní utečenci si v západních městech určují

1/ Viz Fariba Adelkhah, „Partir sans quitter, quitter sans partir“, v: *Critique internationale*, 19, 2003.

2/ Viz Fariba Adelkhah, „Le retour de Sindbad. L'Iran dans le Golfe“, v: *Les Études du CERJ*, 53, květen 1999.

3/ Abdelmalek Sayad, *La double absence. Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré*, Paříž 1998.

4/ Benedict Anderson, *The Spectre of Comparisons: Nationalism, Southeast Asia, and the World*, Londýn - New York 1998. Viz též Alain Dieckhoff - Christophe Jaffrelot, „La résilience du nationalisme face aux régionalismes et à la mondialisation“, v: *Critique internationale*, 23, duben 2004.

teritoria, čtvrti a sítě vazeb, setkávají se na kontaktních místech a ve squattech, zakládají exotické bary a restaurace, navazují nadnárodní migrační spojení. Všude vznikají smíšené etnické čtvrti, kde se mísí i náboženství, vznikají „glokality“ a nadnárodní místa. Světokultura si ce zbavuje trhy, obrazy a jednotlivce územních vazeb, ale současně obnovuje sociální sítě a zakládá nové formy nadnárodní teritorializace.¹ Světokultura plodí odtržená „ne-místa“, ale také kolektivy zřetelně ukotvené v prostoru, jak o tom na jednom konci společenského žebříčku svědčí bydlení v uzavřených zástavbách (tzv. *gated communities*) a na opačném pólu party a gangy, které navzájem válčí o své „teritorium“.

Světokultura se kryje s nástupem informační a komunikační společnosti pod nadvládou Spojených států. Současně však musíme konstatovat, že obyvatelé třetího světa a různých mezinárodních diaspor ani zdaleka nelpí na informacích, jež se přenášejí s pomocí sítí západního typu. Různé populace si tytéž informace různě tlumočí a ukotvení v kulturní identitě působí jako brýle proměňující skutečnost. Záběry stanice CNN během války v Zálivu anebo po 11. září 2001 byly na globálním Severu a Jihu přijímány odlišně; fotografie vojenských střetů v Libanonu a v Gaze mají jiný smysl pro muslimy a pro židy. Světokultura není

1/ Viz Jean-François Bayart, cit. d., str. 180-195.

uniformní „globální vesnici“. Čím více informací má mezinárodní dosah, tím více vzrůstá u mnoha východních a afrických populací politický, intelektuální i citový odpor proti informacím pocházejícím z USA a proti americkému kulturnímu imperialismu. Právě v této souvislosti si souvislý informační tok stanice al-Džazíra klade za cíl zachytit mezinárodní konflikty způsobem bližším arabskému cítění, než to činí velké západní sítě, a naplnit očekávání muslimů, kteří ve stávající mediální nabídce, ovládané Amerikou, nepoznávají sami sebe. Kulturní odstup nemizí, spíše se vyostřuje odpor k Západu, a k Americe zvláště. Ani stírání hranic pod vlivem komunikačních sítí nedokáže odstranit nepochopení a výčitky, partikulární vnímání světa a různost perspektiv závisející na kulturní identitě.

„Kulturní odvěta“

Přetrvání kulturních rozdílů má ale mnohem širší dosah, a především se projevuje v nových formách násilí a útoků, které provázejí globalizaci. V hypermoderním světě již kulturu nemůžeme chápat pouze jako soubor symbolických systémů, které lidstvo asimilují a sjednocují.¹ Stejně

1/ V prostředí světokultury přivádějí tento sjednotitelský rozměr k nejzazšímu bodu dva jevy: na jedné straně různá humanitární hnutí, na druhé straně „světové kulturní dědictví“, jež vyhláší UNESCO.

zřetelně se totiž projevuje i jako síla přinášející konflikty a zásadní odlišnosti. Ty se v planetárním měřítku projevují v nových válkách mezi komunitami, v etnických masakrech a čistkách, v teroristickém fanatismu, náboženském integrismu a dalších podobách fundamentalismu. Násilí, jež ve světě propuká a doprovází konec rozdělení na geopolitické bloky i ochabnutí státních struktur, skoro vždy nese kulturní a etnický, náboženský a národní rozměr. Čím více je běh světa závislý na tržních mechanismech, tím vyšší jsou nároky kulturní identity. Na počátku těchto konfliktů sice očividně nestojí pouze kulturní faktory, nicméně kultura je stále snadněji zneužívána k vyostření klasických zdrojů napětí, jako je geopolitická nerovnováha či ekonomické zájmy, mocenské vztahy a politické ambice.

Představa o „válce civilizací“ je skoro jistě mylná, neboť nebere v potaz, že k největšímu počtu konfliktů dochází nikoli mezi civilizacemi, ale uvnitř jedné civilizace. To je případ iránsko-irácké války, občanské války na Šrí Lance nebo etnického násilí ve Rwandě a na Balkáně.¹ Uvedená teze má přesto pravdivé jádro: „kulturní“ faktory skutečně hrají v soudobých kolektivních střetech klíčovou roli. V tomto směru musíme konstatovat, že éra hypermoderní globalizace

1/ Na střetu civilizací není založen ani antiamerikanismus: stejně živý jako v islámských zemích je i v Evropě a v Latinské Americe.

neznamená „konec ideologií“ nebo „konec dějin“, vedený čistě hmotnými zájmy a konzumem. Světem se šíří antiamerikanismus a na všech stranách propukají boje a války, vyhánění a masakry živěné národní mytologií, mravní očišťov, požadavkem „autenticity“, novým mesianismem a myšlenkou náboženské nebo etnické čistoty. Vláda ideologických a náboženských představ spojených s identitou nemizí s nástupem světokultury, spíše se objevuje s novou tváří.

Dokonce i v rozvinutých demokraciích kultura funguje jako oblast ostrých polemik. Důkazem jsou nově vzplanuvší rozepře kolem sekulárního státu, historické paměti, jazykových otázek a náboženských sekt. K nim můžeme připočítat etické spory kolem eutanazie, potratu, antikoncepce, genetické manipulace, legalizace drog, adopce dětí homosexuálními páry a chemické či přímé kastrace sexuálních deviantů. Kultura se zjevně stala novým polemickým ohniskem a zdrojem společenských konfliktů, jež nacházejí odezvu i v politice. V době, kdy nás děsí spíše ekonomika, paradoxně přihlížíme i tomu, jak se centrem kolektivního napětí stávají kulturní otázky: narůstá moc etických diskusí a kulturních požadavků či deklarácí, které zaměřují kolektivní život stále zřetelněji k tématům paměti a etnické příslušnosti, kulturního uznání a odlišnosti. V tomto smyslu můžeme mluvit o kulturní odvetě.

Odmítněme domněnku, že jde o pouhou tradicionalistickou vlnu. Kulturní odvěta je spíše jen další etapou demokratizace a individualizace, která zasáhla svět našich „hodnot“, odpoutaných od tradice a vystavených svobodným sporům či individuálnímu i kolektivnímu tázání v situaci, kdy už církve nemůže suverénně určovat, co je dobré, a co zlé. Etické hodnoty, kolektivní identita, paměť: v hypermoderním sekularizovaném světě není nic samozřejmé, žádná instituce nedokáže lidem vnutit neochvějný světonázor a hodnotový systém, nic neunikne zpochybnování a silicím nárokům různých skupin na specifické uznání. Zároveň je kulturní odvěta výrazem nedokonalosti nadměrně konzumního světa, který už lidem nedokáže poskytnout žádný smysl života. A to je vlastně povzbuzující: je to důkaz, že se konzumnímu způsobu života nepodařilo podmanit si všechny lidské naděje. Ať si nákupní horečka zuří sebevíc, lidé neztratili schopnost mravního pobouření, odhodlání přispět k vítězství spravedlnosti a definovat se i něčím jiným než vztahem ke značkám, cestování a komerční zábavě.

Kulturní odvěta ještě zdaleka nekončí. Těžko si můžeme myslet, že se nám komerční světokulturu podaří v dohledné době překonat, lidé se však skutečně snaží stvořit kulturu novou – ať už bojem za udržitelný rozvoj, kritikou finančních výstřelků a extrémních příjmových rozdílů či hledáním alternativního „smyslu života“. Politické

regulace ani vývoj vědy a techniky nemohou tuto cestu samy prošlapat. Máme-li pochopit podstatu dnešního světa a uniknout vládě povrchnosti, předvádění a okamžiku, potřebujeme k tomu nové kulturní základy.

Hypermoderní doba spěje k deregulaci a k rozkladu institucí. Důsledkem je všeobecná nejistota, ztráta záchytných bodů, rozrušení našeho vztahu ke světu a podlomení naší důvěry ve velké instituce. Rozdíl mezi pravíci a levíci, idea pokroku, globalizace, liberální ekonomie, technika, média, výživa, výchova, umění - všechny hlavní i vedlejší struktury našeho světa jsou v hypermoderní době rozrušeny. Svět se stává nečitelným, zmateným a chaotickým: občan žijící v době světokultury již neuznává žádné vyšší autority a nemá směr ani perspektivu, které by ho mohly vést. Dříve kultura dávala lidskému životu trvalou strukturu symbolů a činila zkušenost světa, života a společnosti smysluplnou. To se dnes změnilo, a mnohdy v pravý opak. Světokultura lidi připravila o klíč k porozumění vlastnímu světu. Neobjasňuje již přítomnost ani budoucnost, nestanovuje směr, nýbrž rozkládá struktury, které formovaly naši dosavadní existenci. Dříve kultura budovala dobře známý a společný svět; hyperkultura nám svět činí cizím přesně ve chvíli, kdy se vzdálenosti zkracují, informace hromadí a vše máme na dosah jednoho kliknutí myši. Čím větší zodpovědnost nese

jedinec sám za sebe, tím více je dezorientován a zbaven možnosti žít ve srozumitelném světě.

Odtud pramení naléhavý úkol - lidem je třeba pomoci vydobýt si znovu srozumitelnější a „obyvatelnější“ svět, vrátit jim moc nad vlastním životem. Budeme muset vytvořit *všeobecnou kulturu*, jejíž obsah a kontury je třeba nově promyslet. V tomto ohledu je vše teprve před námi: stará všeobecná kultura už prostě nevyhovovala požadavkům doby. Novou všeobecnou kulturu musíme vymezit jako *kulturu dějin*, která popíše směr, strukturu i zásadní tendence lidského vývoje, a pomůže nám tak lépe chápat svět, v němž žijeme. Pokud již duševní sféru neovládá náboženství a politika, musíme zřetelně definovat základní struktury lidských dějin, hlavní zlomy a revoluce v oblasti poznání, smýšlení i umění. Čím více vítězí okamžitě informace, tím jasněji musíme zdůrazňovat dlouhodobou perspektivu a trvání historického času. Jedině tak učiníme dnešní svět srozumitelným a vyhneme se chaosu a uzavření jedince do sebe sama.

Po kultuře však musíme chtít více. Lidstvo musí zmobilizovat aktivní schopnosti každého jedince a dát tvůrčím talentům možnost uplatnění ve všech oblastech lidské činnosti. Tady můžeme hledat smysl a novou roli kultury: měla by být protiváhou impéria pasivní spotřeby a uvolnit přehradu imaginace. Kultura bývá často ztotožňována s mistrovskými díly, která

odolávají zkoušce času a utvářejí a povznášejí ducha. Takový přístup je sice legitimní, nikoli však postačující. Kultura a na antropologické rovině všechny oblasti, které utvářejí symbolické a imaginativní světy, formuje člověka tím, že mu vytváří pravidla, cíle i hodnotovou hierarchii. Z toho mimo jiné vyplývá, že kultura dnes musí člověka globálně vychovávat – tato její role předčí dokonce i její duchovní či intelektuální poslání. Z tohoto hlediska musíme kulturu chápat jako oblast, která má lidem otevírat nové horizonty, podněcovat v nich silné emoce a nést je za hranice pouhého konzumního životního stylu.

Takový by měl být i hlavní humanitně-sociální úkol školství. Žáci by tu neměli pouze nabýt základní poznatky a seznámit se s nesmrtelnými díly, škola by v nich měla podnítit tvůrčí touhu a aktivní nadšení všeho druhu a podporovat potenciál mladých lidí v nejrozmanitějších oblastech: kreslení, video či hudbě, ale také v práci, podnikání nebo charitativní činnosti. Očekávat v éře světokultury spásu výhradně od vysoké kultury by bylo naivní. Hlavním posláním školy a kultury je poskytovat člověku návody, jak překonat sám sebe, kultivovat v něm bohaté a čínorodé emoce a probudit tvůrčí představivost v libovolné oblasti jeho života.

Nemůžeme jen vychvalovat „duchovní hodnoty“, musíme také rozvinout koncept základního vzdělání, který lidi přiměje žít i pro něco jiného

než pro efemérní všepožírající spotřebu. V epoše hyperkonzumní společnosti by tak mohla vypadat nová kulturní odvěta, pozitivní, zaměřená do budoucnosti a stvrzující vznešenější chápání člověka: nakupování značkových výrobků a jejich neustálé střídání není přesně to, co bychom měli od lidského života očekávat. Naše doba potřebuje více než kterákoliv jiná reformu vzdělávacího systému, která by žákům a studentům dala pevné základy a učinila je duchovně a existenciálně vnímavějšími k rozmanitým rozměrům života a posílila jejich sebeúctu. Měla by je nasměrovat k aktivitám, jež člověka nutí překonat sama sebe a vzít život pevně do vlastních rukou.

Kultura disponuje značnými možnostmi a my se je nyní musíme pokusit co nejlépe využít, pokud si globalizace a náš životní styl mají udržet civilizovanou podobu. Globalizační pohyb se sice z velké části vymyká vědomé kontrole jednotlivců, nicméně podobu výchovy a vzdělání můžeme podstatně ovlivnit. Musí přijít mnoho změn, imaginativních koncepcí a objevů, aby se nám podařilo lidský život nasměrovat k novým obzorům. Tak by mohla vypadat pravá a pozitivní kulturní odvěta na nekontrolovatelné mechanice finančních toků.

Globalizace a okcidentalizace

Nové hledání identity, obroda tradic a míšení kulturních vlivů nebrzdí pouze světovou

uniformizaci a amerikanizaci. Jsou zároveň, společně s dalšími jevy, vyjádřením hranic, na něž naráží odvěká hegemonie Západu. Západ se dlouho těšil z naprosté převahy v oblasti vědy a techniky, hospodářství a vojenství, kolonizoval celé kontinenty a považoval se za univerzálního nositele civilizačního poselství. Ale doba se změnila a Evropa se již nepovažuje za šířitele univerzální civilizace. Ano, Evropská unie představuje nepochybně největší obchodní mocnost na světě – avšak není jednotná, brzdí ji byrokracie a v současnosti není schopna zasahovat do mezinárodních záležitostí jako významný hráč, vybavený nástroji politické a vojenské moci. Starý kontinent láká způsobem života a demokratickými hodnotami, ale jeho schopnost ovlivňovat světové dění není velká. Postavením Spojených států jakožto hypervelmoci otřásá vznik nových center ekonomické a politické moci,¹ neschopnost vtisknout světovému kapitalismu s jeho ekonomickým modelem založeným na extrémním zadlužování a nekontrolovatelné spekulaci jistotu stabilitu a také vstup do války v Iráku a v Afghánistánu. Novinkou je také skutečnost, že Západ

1/ Vyvarujeme se však toho, abychom rozmach nových mocností považovali za znak nevyhnutelného úpadku Spojených států. Podle bankovního domu Goldman Sachs bude podíl USA, Kanady a Mexika na celosvětovém HDP tvořit v roce 2050 23 %. To je údaj blízký podílu Spojených států v roce 1960 (26 %) a 1980 (22 %), jak jej zaznamenává Michael Lind, „Le mythe du déclin américain“, v: *Le Débat*, září–říjen 2008, str. 93.

už sám o sobě není reprezentantem hospodářské a technologické modernity: centrum globálního kapitalismu se velmi rychle přesouvá do Asie. Západ v období světokultury již není středobodem globální ekonomiky: čas jeho absolutního a nepochybnitelného prvenství uplynul.

Spojené státy, největší světová velmoc, stále znovu prokazují finanční a hospodářskou závislost na zbytku světa, zvláště na Číně, a také neschopnost regulovat všeobecný chaos, příznačný pro hypermoderní éru. USA nedokázaly vlastními silami zvládnout zemětřesení v roce 2008, nejsou s to samostatně potírat teroristické hrozby, šíření jaderných technologií či vysokou ekonomickou a finanční kriminalitu a nedokážou řídit ani imigrační pohyb – do země každý rok ilegálně vstoupí půl milionu osob. V éře světokultury západní vůdcovství, se Spojenými státy v čele, končí stejně jako moc Západu prosazovat se jako vzor jiných kultur a civilizací.

Ztráta ústřední pozice, které se dříve Západ těšil, se zdaleka neomezuje na oblast ekonomiky. Dotýká se i roviny symbolické, myšlenek a hodnot: etnické odlišnosti jsou oslavovány, americká arogance nenáviděna. Lidé na mnoha místech světa pohrdají jejími bezvýznamnými materiálními hodnotami a projevují odpor k její „dekadenci“ v sexuálních otázkách. „Americký sen“ jistě na mnohé působí dál, nikdy ale nebyla tak ostrá i nenávist k Americe. Dříve z Ameriky

vyzařoval příslib rovnoprávnosti a blahobytu, dnes je zdiskreditována a nenáviděna, byť zde cítíme jistou ambivalenci, jakožto imperiální velmoc, která chce jen zvýšit svůj tržní podíl a vnutit druhým vlastní hodnoty - hodnoty lidských práv a liberální demokracie - prostřednictvím válek, brutálních ekonomických sankcí a předpisů, které diktují Mezinárodní měnový fond a Světová banka, kulturní kolonizací a podporou Izraele. Světokultura je na jedné straně dokladem vítězství kapitalismu, ale zároveň jde ruku v ruce s pohrdáním Spojenými státy, které jsou přitom jeho svrchovaným ztělesněním. Antiamerikanismus - kulturní a politický odpor, který si ale zachovává hluboce ambivalentní ráz - může kupodivu existovat v těsném sousedství touhy začít v Novém světě nový život, nevylučuje se s přitažlivostí jeho kulturních produktů a s fascinací jeho bohatstvím i politickými a osobními právy.

Americká svrchovanost v oblasti kulturního průmyslu je zatím nezpochybnitelná. Zitřejší poměry ale nejspíš budou jiné, až se do mezinárodní výměny vloží další velcí ekonomičtí hráči. Japonsko je již dnes druhým největším vývozcem kulturní produkce a některé země - Indie, Mexiko, Brazílie, Egypt či Hongkong - se významně prosazují na regionálních trzích. Čína se stala třetím největším vývozcem kulturní produkce a Indie se pyšní druhou největší kinematografií

na světě. CNN čelí konkurenci nových zpravodajských stanic. Doba, kdy globalizace a amerikanizace byly synonymy, je za námi: s rozmachem nových hospodářských mocností a zrodem multipolárního světa je budoucnost světokultury zcela otevřená.

Jiným dokladem toho, jak se vyvíjejí západní aspirace a kulturní odkazy, je konec víry v nadřazenost západní kultury a v její možnosti stát se vzorem celé zeměkouli. Imperiální vývoz našich vlastních kulturních norem vystřídal naopak dovoz cizích kulturních prvků. Současný Západ se decentralizuje a pluralizuje a vstřebává tradice, které kdysi považoval za podřadné nebo neslučitelné s vlastními hodnotami. Přihlížíme orientalizaci a obecněji vzato „austrinizaci“ či „zjižnění“ Evropy a Ameriky. Western - tento specificky americký žánr - postupně mizí. Rostoucí zástupy západních zájemců naopak přitahuje buddhismus, vzkvétá jóga a východní meditace, japonská estetika výrazně ovlivňuje výzdobu bytů a obchodů i gastronomii, v čínských restauracích v Paříži a v New Yorku se pije čaj, v suši barech saké. Západní kultura vítězí jen díky tomu, že současně ztrácí svoji někdejší ústřední roli, pojímá do sebe vnější vlivy a přestává se jevit jako jediný legitimní vývozní model.

Odtud pochází myšlenka, že Západ přestává být ohniskem hypermoderního světa a započala nová moderní éra, která se svou směsicí kultur

vzdaluje své západní základně. Opravdu ale zánik eurocentrismu znamená, že se celá planeta zbavuje západního vlivu? Opravdu protizápadní tendence, hledání vlastní identity a kulturní míšení znamenají radikální zlom a zrod nového, již ne západního světa? Přesvědčivější se nám jeví jiná interpretace globalizačního procesu. Ať pohlédneme kamkoli, globalizace vždy v nějakém ohledu odpovídá okcidentalizaci, tedy proměně a restrukturalizaci, jejíž ohniska pocházejí z Evropy. Kapitalismus ve všech světadílech diktuje ekonomickému životu své zákony, výrobní a komunikační techniky jsou všude stejné, megapole a architektonické postupy se navzájem podobají, šíří se mezinárodně přijímaný oděvní styl. Severu i Jihu vládne technika a komerce, konzumní hodnoty a individualizace – základní rysy moderního Západu. Jistě se neproviníme etnocentrickým viděním, pokud jednoduše konstatujeme, že světová okcidentalizace je na postupu díky planetárnímu rozšíření oněch pěti hlavních os světokultury, které objevila Evropa. Samuel Huntington napsal: „Lidé na Západě si musí přiznat, že jejich civilizace je sice jedinečná, ale není univerzální.“¹ Tuto interpretaci bychom zde chtěli odmítnout: západní civilizace je jedinečná²

1/ Samuel Huntington, *Le choc des civilisations* (orig. *The clash of civilisations*), Paříž 1997, str. 17.

2/ Stejně tak musíme odmítnout tezi Bruna Latoura, který zpochybňuje radikální odlišnost západní civilizace od jiných kultur.

i univerzální – i když na ní samozřejmě není univerzální úplně vše.

Je pravda, že z této *strukturní* okcidentalizace světa nevyplývá, že všechny kultury splynou se západními hodnotami, představami a mýty: jedna společnost se dovolává reislamizace, druhá hindské nebo čínské identity, někde se hlásí k Indii, a jinde k Africe. Asijské autoritativní mocnosti sice přijímají kapitalismus, ale jejich politický systém nezaručuje jednotlivci práva, tvořící základní princip západních politických režimů. Strukturní základ je sice společný, ale jeho politické, ideologické a kulturní ztvárnění nikoli. Druhá vlna globalizace v sobě spojuje kapitalismus a odvržení liberalismu, kosmopolitismus a domácí identitu, univerzalismus i partikularismus, kult spotřeby a „eticitu“, rozumný kalkul a nový důraz na tradici. V tomto smyslu skutečně přihlížíme pluralitní, anebo lépe řečeno diferencované modernitě.

Nezapomínejme ale, že přes všechny nárůst kulturních odlišností celou planetu skutečně ovládá jeden a týž modernizační proces. Kultury se sice promíchaly, ne vše je ale objektem míšení. Co platí v kulturní oblasti, to nemusí platit

Přes všechnu heterogenitu a všelijaké kulturní míšení, jež provází běh moderní doby, zůstává pravdou, že strukturní rysy, jež modernitu vymezují, neznamenají pouhý „rozdíl kvantity“ a „rozdíl v mobilizaci“ lidských a jiných zdrojů. Nástup moderny naopak znamená v lidských dějinách absolutní předěl. Viz Bruno Latour, *Nous n'avons jamais été modernes*, La Découverte, Paříž 1997.

jinde. Najdeme snad nějaké křížení ve světě finančních operací, ve vědecké práci, v oblasti techniky, v lékařských praktikách? Rovněž duch svobodného zkoumání odmítá autority a uplatňuje individuální rozum stejně na celé planetě. Přinejmenším v těchto oblastech je modernita zcela prosta nádechu „domorodosti“ a funguje všude stejně bez ohledu na kulturní prostředí. Jistě, moderní dynamika se uplatňuje vždy v rámci nějaké konkrétní kultury a ta jí vždy vtiskne specifickou podobu; odtud odlišnost koncepcí i konkrétního provedení. V tomto smyslu proces globalizace a vytlačení Západu z centra dění jen dále rozevírají škálu možných kulturních výkladů modernity. Přesto je moderní doba definována jistou strukturální logikou a procesem společensko-historické transformace (kam patří vědecká a technická racionalizace, funkční diferenciacce, společenská autonomizace, komercializace životního stylu, individualizace atd.), který na celé zeměkouli zůstává totožný. Striktně vzato je proto lepší mluvit o různých modernitách, a nikoli o „smíšené modernitě“,¹ neboť takové označení příliš zdůrazňuje kulturní a civilizační prvek.

S pojmem hybridního světa - jež se nám pokouší namluvit, že váha tisícileté minulosti

1/ Jean-Claude Guillebaud, *Le commencement d'un monde. Vers une modernité métisse*, Paříž 2008.

a uhájeného kulturního obsahu stojí významem naroveň novým strukturám společenského fungování - musíme pracovat obezřetně. Je to klamná perspektiva: podoba jednotlivých společností je v období globalizace mnohem podstatněji utvářena moderními faktory. Jak podotýká V. H. Schmidt, současné Japonsko toho má více společného s moderní Kanadou či Německem než s předmoderním Japonskem.¹ Při míšení modernosti a tradice nestojí obě síly na stejné rovině. Nezaměňujeme základní uspořádání s výmluvností, nástroj s obrazem, strukturální zásady s konkrétními kulturními projevy. Pro stromy bychom neviděli celý les: ať už se tradiční identita probouzí jakkoli silně, je to právě světokultura, jež s nevidanou silou proměňuje všechny společnosti na zeměkouli a vede je jedním směrem. Rozmach morálního rigorismu v islámském světě není v Dubaji či Abú Zabí na překážku bujícímu, bytostně západnímu spotřebnímu životnímu stylu, špičkové moderní architektuře, hotelovým a turistickým výstřelkům, spektakulárnímu hýření a kulturním megaprojektům. Íránci sice pálí americkou vlajku, ale zároveň usilují o ovládnutí zdrojů jaderné energie; pohrdají osvícenstvím, ženy tu však získávají stále více univerzitních diplomů. Nový fundamentalismus se může ohánět odporem

1/ V článku citovaném výše.

k Západu a požadovat návrat k „pravému islámu“, přesto se opírá o logiku individua, jež se oprostuje od tradiční religiozity. Proces islamizace probíhá a je nepopíratelný, ale ve větší hloubce nacházíme proces zrychlené společenské modernizace a proměny společnosti podle univerzálních principů světokultury: racionality, efektivity a individualizace. Je naivní myslet si, že po nástupu světokultury mohou zůstat původní kultury v podstatě neměnné. Způsoby myšlení, jednání, výchovy a vzdělání i v těchto kulturách nenápadně přebírají znaky moderního a hypermoderního světa.

V hypermoderní době lidé oslavují svou jedinečnost a ožívují své kořeny právě proto, že jsou všichni unášeni stejným modernizačním proudem, což odpovídá – ač se to zastáncům politické korektnosti nebude líbit – tak či onak okcidentalizaci světa. Vezměme si například fenomén módy. Je pravda, že módní tvůrci dneška někdy čerpají z mimozápadních tradic – tato úlitba odlišnosti je jen jinou tvář mnohem rozsáhlejšího jevu, totiž celkové univerzalizace módního světa (pravidelně a stále rychleji obměňované kolekce, stylisté, značky, přehlídky, topmodelky, časopisy), který se zrodil právě na Západě.¹ Západ podrobil svět jak vědecko-technické nadvládě

1/ Gilles Lipovetsky, *Říše pomíjivosti. Móda a její úděl v moderních společnostech*, 2. vyd., PRŮSTOR, Praha 2010.

rozumu, tak systematické pomíjivosti vnějšího zdání: žádná země dnes neunikne rozmarům a zákonitostem módy, tohoto evropského objevu. Dokladem uvedeného procesu je dokonce i ženská krása a její měřítka. „Glokalizace“ ideálu krásy by nám neměla zastřít fakt, že právě západní estetické normy vzhledu tváře (velké oči, „bělošský“ nos) i těla (štíhlost, erotické křivky) stále zřetelněji vítězí nad všemi ostatními kritérii a proměňují lidská očekávání i soudy, individuální počínání i obrazy v médiích.

Nenechme se mýlit: současné záchvaty „hledání identity“ nepřinášejí obrodu tradiční či náboženské existenciální dimenze, nýbrž se zařazují mezi strategie moderního politického provozu, zaměřeného na sekulární moc. Přes veškeré zdůrazňování odlišností a vlny protizápadního hněvu se základní principy modernity nezadržitelně prosazují. Žádné společenství a žádný národ již nestojí mimo dosah západní dynamiky a neubrání se rozpadu svých tradic. Čím ostentativněji jsou místní tradice předváděny navenek, tím slabší postavení mají uvnitř. Nikdy dříve nebyl Západ tak očernován – a nikdy dříve se do individuální mysli každého jedince nezapsal tak pronikavě jako jazyk, ambice a základní struktura.¹ Moc Západu jakožto geopolitické jednoty sice oslabuje nebo se stává relativní, nicméně

1/ Hélé Béji, „L'Occident intérieur“, v: *Le Débat*, 42, 1986.

organizační a životní model ustavený Západem si podmaňuje svět. Hypermodernita neznamena „zánik Západu“, ale především období, kdy celosvětové šíření principů modernity, jak je objevila Evropa, vyvolává na všech stranách důraz na vlastní identitu. Ten je reakcí na ony ohromné strukturální proměny, které s sebou světokultura přinesla, je výrazem snahy osvojit si cosi cizího a vnějšího, aniž by přitom dotyčný přestal být sám sebou.¹ Historické „vítězství“ Západu nesmíme chápat jako triumf jednoho konkrétního kulturního obsahu, ale jako vítězství *formy* (vědecko-technické racionality, ekonomického kalkulu, individuálních práv), jejíž univerzální význam a hodnota se nejdříve uplatnily v jednom konkrétním regionu a poté se prosadily na celé planetě. Onou vítěznou okcidentalizací není ani nadvláda Západu či bělošské kultury, ani americký způsob života coby vzor vnucený všem ostatním civilizacím. Je to proces moderní racionalizace všech národů, zasahující jejich smýšlení i konání. Jsme svědky celosvětové kosmopolitizace a rozšíření univerzalistických tendencí, které jsou základem moderní éry, jak se vyvinula v západní civilizaci.

1/ Marcel Gauchet, cit. d., str. 487.

Kultura a globalizace

Hervé Juvin

*Patřit někam je mnohem těžší
než patřit své době.
Pierre Jakez Hélias*

Kultura: prostředek vztahu k sobě samým, k druhým lidem a ke světu; prostředek vyjádření a prostředek úniku; prostředek, jak být tady a teď, jak být počátek i cíl, skleněný palác i nekonečná stavba; pramen pravdy, která se říká, i té, která se neříká, prostředek odlišení jedněch lidí od druhých, vazba mezi tím, co dělá jeden a co druhý, studnice lidských společenství v jejich jedinečnosti, dialogu i odloučení, jež umožňuje mír.

Kultura: to, čím globalizace chce být, aby získala svůj nejmocnější nástroj - neboť odtud se vše bere a zde se vše udržuje; neboť všemi žádaná pravda leží ve světě, který noci naplňuje sněním a neznámými obrazy.

Kultura: také by mohla nést jméno „krize“; potí se, vrhá stín a rezaví omývána kultem bratrství, solidarity, usmířeného lidství - konečně usmířeného díky světokultuře; kultura je to, co vrže a skřípe v precizním soukolí továrny na spokojenost, výrobu veřejného mínění, souhlas a rezignaci.