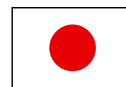




Japonsko, neznámá země na východě



Ostrovní stát daleko na východě, po staletí uzavřený světu, jehož obyvatelé se tísní v přelidněných megalopolích. Pro někoho jsou jeho symbolem precizní hi-tech přístroje, pro jiného je to země se svéráznou, obtížně pochopitelnou kulturou. Země, která v srpnu 1945 po atomových explozích nad Hirošimou a Nagasaki a následné kapitulaci prožívala nejtemnější hodiny svých dějin, se během pár desítek let vypracovala v jednu z vůdčích hospodářských mocností světa. Jaké je tedy dnešní Japonsko?

Lidské mraveniště a boj o čtvereční metr

Běžně sdílená představa o Japonsku jako o zemi, kde si lidé z nedostatku místa šlapou po hlavách, je pravdivá jen zčásti. Většina Japonců žije ve velkoměstech, kde je prostor skutečně více než vzácný, ale tyto aglomerace zabírají jen asi 3 % povrchu státu. Osídlení je nahromaděné při pobřeží a v několika málo nevelkých nížinách (z nich nejdůležitější je Kanto, kde se nachází i Tokio) a většinu povrchu Japonska tvoří možná překvapivě – zalesněná pohoří.

Parametry největších japonských souměstí se ovšem vymykají evropským měřítkům. Největší z nich, Tokio-Jokohama, má téměř 30 milionů obyvatel a bývá označováno jako největší aglomerace (či spíše konurbace) světa. Tak obrovské koncentrace obyvatel přirozeně nemohou mít jedno zřetelně vymezené městské centrum; v těchto tzv. vícejaderných městech je obtížné rozlišit, co je centrum, vnitřní město či periferie. Tlak na prostor je zejména v Tokiu obrovský a ceny pozemků v zastavěné části se pohybují v absurdních výšinách, dosahujících v přepočtu milionů korun za čtvereční metr. Ne nadarmo bývá jedna z prvních

otázek v konverzaci „Jak velký máš byt?“ – odpověď na ni je totiž zřetelným vymezením sociálního statutu. V soukromých bytech, kancelářích i třeba v hotelích se šetří každým čtverečním centimetrem a lidé někdy žijí v těžko představitelných podmínkách. Např. v Tokiu jsou běžně k vidění byty, jejichž okna či balkony jsou vzdáleny méně než dva metry od frekventované (a neustále přečpané) městské dálnice.

S obrovskou koncentrací lidí souvisejí i nároky na dopravu. Tokio i jiná japonská města jsou ucpaná auty neustále, lhotejno, zda jedeme v pět hodin ráno, v poledne či třeba o půlnoci. Městské vlaky, často o patnácti i více vagonech, jezdí v intervalech méně než dvou minut, a přesto nárokům nestačí. Legendární „nacpávači“ v tokijském metru nejsou vymyšlenou legendou: když jde o dopravní tlačeničky, po tradiční japonské zdvořilosti je veta.

Já jsem tady šéf

V japonských firmách panuje velmi tuhá hierarchie. Pracovní pozice a zařazení jsou alfou a omegou a přenášejí se z pracovního prostředí i do soukromého života. Podniky mají výraznou vertikální strukturu a kariérní postup je do značné míry dán věkem: je při-

rozené, že mladý absolvent začíná „od píky“ a během let postupuje na kariérním žebříčku plynule výš a výš. Obvykle se tak děje bez přerušení – změna zaměstnání, byť dnes mírně častější než v minulosti, je stále velmi výjimečná. Tento koncept „job for life“ (tedy jedno zaměstnání za život) může mít i nečekané důsledky. V Japonsku, na rozdíl od západní Evropy, je totiž poměrně běžné otevřeně hovořit o výši svého platu. Důvod je jednoduchý: ve chvíli, kdy z debaty vyplyne přibližný věk diskutujícího a druh vykonávané práce, je velmi snadné si dosadit konkrétní cifru – a pak už není příliš co skrývat. A tak když se diskuse stočila na ceny pozemků a rodinných domů, náš japonský známý bezelstně řekl: „Tady teď stojí jeden čtvereční metr plochy xxx a středně velký dům mi na tom firma postaví za yyy. To dělá dohromady ... (chvilí se zamyslel a převedl sumu na americké dolary) ... tolik a tolik, to znamená, že já bych si na takový dům vydělal asi za dvacet měsíců.“

Disciplína a všemi respektovaná hierarchie v zaměstnání byla cítit ve vzduchu ve všech provozech, které jsme v Japonsku navštívili. V kartografické firmě na ostrově Hokkaidó sedělo asi dvacet zaměstnanců ve velké místnosti a pracovali na svých počítačích; panovalo tam téměř absolutní ticho. Jediný vedoucí pracoviště seděl za stolem na vyvýšeném stupínku, aby měl dokonalý přehled o dění, občas prošel mezi svými „ovečkami“ a zkontroloval práci. Na to, zda je práce přesně rozdělená a termínovaná, nebylo třeba se ptát: precizní organizace a dril byly cítit ve vzduchu.

Ve strojírenské firmě, postavené „na zelené louce“ za městem, byly kompetence znát už na příjezdovém parkovišti. Zatímco zaměstnanci parkovali vozidla na volné ploše asi sto metrů od továrny, pod krytým přístřeškem u hlavní budovy stál jediný automobil – ředitelův tmavý mercedes. I přijetí bylo velkolepé: nejprve nás uvítal ředitel a pronesl krátkou řeč; poté, co domluvil a dal neznatelným gestem pokyn, promluvil jeho náměstek, a když začaly v diskusi padat otázky, členové managementu vždy vyčkali, komu dá ředitel pokyn, aby odpověděl. Co do pohlavi se jednalo o výhradně mužskou záležitost.

Země moderní, nikoli však „západní“

Z kulturního hlediska představuje Japonsko svébytnou entitu, což je histo-



Na městské dálnici v Tokiu byli dopravní projektanti k cizincům ještě milosrdní a směry jsou tu označeny také v latině. Zdaleka ne všude v Japonsku je to však pravidlem. Foto: V. Štěpánek

ricky dáno mj. dlouholetou izolací od okolního světa. Ač prudký hospodářský rozvoj posledních dekád spojený se stále intenzivnějšími mezinárodními ekonomickými vztahy přinesl do dříve uzavřené země vedle vysoké hmotné životní úrovně také vítr kulturních změn, o překotném přejímání západních norem života nelze v Japonsku hovořit. Hospodářství je organizováno na principu tržní ekonomiky, ovšem s četnými místními specifiky. Šintoismus, tradiční japonská víra se silně nacionalistickými a politickými prvky, sice již není státním náboženstvím, ale zůstává spolu s buddhismem daleko nejrozšířenější. A kultura jako taková? Bez znalosti japonštiny zůstává pro cizince těžko pochopitelná. Že nevíte, co je to čadó, kabuki nebo Meidži? Pro Evropana žádná hanba, leč v Japonsku patří tyto pojmy k základům národní identity. (Vysvětlení přinášíme v rámečku na konci článku).

Znát trochu japonsky – a vzít si dost peněz

V zemi, která patří hospodářskou silou i úrovní vzdělanosti ke světové špičce, bychom čekali obecně dobrou znalost cizích jazyků. Omyl – pravý opak je pravdou. Většina Japonců neovládá na komunikativní úrovni nic jiného než svoji mateřštinu, což pro cizince může představovat značný problém. Japonské písmo je sice o něco „jednodušší“ než čínské, ale v žádném případě nelze předpokládat, že bychom nějakým rychlokurzem zvládli orientaci byť jen v nejjednodušších obrazech. Neznalost angličtiny je místy skutečně překvapující – čelili jsme tomuto problému jak v hotelu v centru Tokia, tak třeba i na velkých nádražích. Cestujeme-li do Japonska na vlastní pěst, není



Ikony globalizace – automaty na Coca-Colu a podobné nápoje – jsou v Japonsku všudypřítomné. Tento stojí jakoby nepatříčně ve volné krajině na ostrově Hokkaidó. Foto: V. Štěpánek

od věci před odjezdem navštívit kamaráda-japanologa (pokud takového máme) a vybatvit se několika frázemi v japonštině napsanými na separátních papírcích. Když se pak na místě budeme chtít na něco doptat, prostě příslušný útržek někomu z místních přistrčíme pod nos a necháme si vše vysvětlit pomocí gest.

Dalším limitem návštěvy země vycházejícího slunce je finanční náročnost takového podniku. Ceny jsou v Japonsku vysoko nad úrovní západní Evropy a místy mohou až šokovat. Pokud bychom např. chtěli z tokijského letiště Narita cestovat do centrální zóny města taxikem, přijde nás to na téměř 200 USD (rychlovlak stojí „jen“ 25 USD). Přespání v hotelu ve městě není za méně než 100 USD, sedmidenní jízdenka na japonské železnice asi za 250 USD. Podobně je

tomu s cenami v restauracích a obchodech se zbožím denní potřeby.

Není tedy divu, že Japonsko nepatří mezi světové turistické destinace. Naopak sami Japonci cestují do zahraničí mnohem více než cizinci do jejich země – o tom se můžeme přesvědčit každý den třeba i na pražském Karlově mostě. Mezi zahraničními turisty v Japonsku převažují Asiaté a Američané, návštěvníků z Evropy přijíždí poměrně málo. Právě proto však cesta na Dálný východ patří k zážitkům, na které se nezapomíná.

Vit Štěpánek,
vitstep@seznam.cz



Japonsko v číslech

Rozloha: 377 835 km² (asi čtyřapůlnásobek plochy Česka)
Počet obyvatel: 127 milionů (dvanáctinásobek obyvatel Česka)
Průměrná hustota zalidnění: 336 obyvatel/ km² (asi trojnásobně vyšší než v Česku)
Hlavní město: Tokio
Podíl obyvatel mladších 15 let: 14 % (stejně jako v Česku)
Populační přírůstek: 0,02 %
Průměrná naděje dožití: 81 let (v Česku 76 let)
Etnické složení: Japonci 99 %
Náboženství: šintoismus a buddhismus 84 %, křesťanství necelé 1 %
HDP na hlavu (podle parity kupní síly): 33 100 USD (téměř dvojnásobný oproti Česku)

Zdroj: CIA World Factbook. Data se vztahují k roku 2006

POJMY POUŽITÉ V TEXTU:

Čadó je tradiční čajový obřad, jehož kořeny zřejmě sahají do konce 16. století.

Kabuki představuje oblíbený typ japonského měšťanského divadla.

Jako **Meidži** se označuje období japonské historie vymezené léty 1868 až 1912, kdy byly mj. uvedeny v život modernizační reformy, Japonsko však tehdy také vedlo četné dobovačné války.

Šintoismus je tradiční japonské náboženství, patří mezi animistická ná-

boženství. Šintoistický způsob myšlení a víra hodně ovlivňuje i dnešní moderní Japonce.

UŽITEČNÉ ADRESY:

<http://www.jnto.go.jp> (stránky Japonské národní turistické organizace)
www.japonsko.tnet.cz
www.gsi.go.jp (stránky Japonského kartografického ústavu)