



## Mýty a identita človeka

Katarína Laučíková, Katedra slavistiky FF Palackého univerzity Olomouc, [kattel@post.cz](mailto:kattel@post.cz)

LAUČÍKOVÁ, Katarína. Man's myths and identity. Individual and Society, 2007, Vol. 10, No. 4.

In the article I deal with a connection between myths and our identity. There are several kinds of identities - personal, pertinence to a family, social group, nation, etc. - as well as a lot of influences that create and develop the individual identity. The main structure of searching for identity can be found in ancient mythological stories. My aim is to show that we still live in old myths that were renewed for the needs of actual conditions and state of society (humanity). The question of myths and identity themselves are very wide, so I briefly present the chosen myths that I find the most visible.

Myths. Individual identity.

Na tejto planéte sme vari jediní, kto si kladie hádanku vlastnej identity. Naše hľadanie sa začalo, keď si prví ľudia uvedomili svoju výnimočnosť medzi inými živočíšnymi druhmi. Pozoruhodné je teda to, že sa jedná o pretrvávajúci proces, ktorý ako ľudstvo, národ, etnikum či iná spoločenská skupina riešime spoločne, no zároveň každý sám. Poznanie sveta a ľudskej mysle sa zachovalo vo forme najstaršej literatúry ľudstva - v mytologických príbehoch. Zdá sa, že sa ľudstvo analyzované cez prizmu mýtov od svojich počiatkov príliš nezmenilo. Staré mýty sa totiž pretvárajú a prispôbujú sa podmienkam súčasnej spoločnosti. Pozrime sa na niektoré vybrané mýty nášho sveta, ktoré sú stále prítomné a aktuálne. Otázky ľudskej identity a mýtov sú nezávisle od seba veľmi obsiahle a takmer nevyčerpatelné témy a tak táto štúdia nech slúži ako indikátor na rozpoznávanie dávnych mýtov.

### Mýty a my

Znalosť vlastnej identity nás odlišuje od iných a spôsobuje, že sme vo vlastnom ponímaní jedineční. Identitu ovplyvňujú viaceré zložky, napríklad príslušnosť k určitému národu, etniku, či k inej skupine ľudí, jej kultúrne tradície, spoločenské prostredie, ale aj osobné skúsenosti, životné ciele, túžby a podobne. Aká je však súvislosť medzi našou identitou a mýtami?

Mnohí filozofi, psychológovia, historici i mytológovia, ktorí analyzovali prastarú otázku ľudstva „kto sme“ sa zhodli na tom, že najlepšou odpoveďou je súpis minulosti, osobnej aj spoločnej. Preto tiež konštatujú, že znalosti vlastnej minulosti majú prakticky najväčšiu hodnotu, pretože v nej má svoje korene každá významná udalosť. Naša identita má teda základ v našej minulosti a naša minulosť určuje našu identitu (Ankersmit, 2003, s. 26). Tú môžeme stopovať cez mytologické príbehy. Tradične poňatý mýtus je odpoveďou našich predkov na otázky vzniku a príčin existencie rozličných javov. Je však aj projekciou myšlienkových foriem a obsahuje mnoho informácií o fungovaní ľudskej psyché. Mýty súčasného sveta, ktoré nás teraz zaujímajú, vychádzajú z vysvetľujúcich mýtov a predstavujú produkt predstáv, v ktorom sa odrážajú „nielen základné ľudské potreby (fyziologické), ale aj pocity a túžby. Mýtus sám odhaľuje príčinu svojho vzniku,“ hovorí americký psychológ a mytológ H. A. Murray (Pankalla, 2000, s. 33). Preto sa v ľudovej slovesnosti aj súčasnej literatúre neustále opakujú staré motívy, ožívajú dávni hrdinovia a objavujú sa známe dejové osnovy a na aktuálnosti nestratili ani príbehy o víťazstve dobra nad zlom, o medziludských vzťahoch, relatívnosti sveta či o maskách človeka... Mytologické príbehy zachytávajú

---

štruktúru sveta a cez archetypy opisujú ľudský údel.

## **Renovácia starých mýtov v osobnom živote**

Jeden z najfrekvencovanejších mýtov súčasného sveta je o ľudskom šťastí. Každý z niekoľkých miliárd ľudí totiž smeruje k tomu istému cieľu - k spokojnosti a šťastiu. Rozdiel je len v tom, že každý má o šťastí vlastnú predstavu a môže súvisieť napríklad s túžbou po dokonalosti, sile, kráse, hrdinstve, obdive, výnimočnosti, atď. Jediniec si svoj sen o šťastí vytvára celý život a snaží sa o dosiahnutie svojho ideálu. V detstve tieto predstavy majú často korene v mytologických príbehoch a rozprávkach. Dovoľujú identifikovať sa s ich hrdinami, byť Herkulom, Jásonom, rytierom okrúhleho stola, Popoluškou, škaredým káčatkom alebo ich novodobou náhradou z románových príbehov, komixov alebo filmov. Tieto role ho budú sprevádzať po celý život a modifikovať sa podľa podmienok, v akých sa jednotlivec nachádza. Identifikácia sa s určitým hrdinom môže niekomu pomôcť zaradiť sa do spoločnosti a slúžiť ako psychická opora alebo dávať návod na riešenie situácií.

Často však dochádza k rozporu predstáv o tom, čím jedinec je, čím chce byť a ako ho vníma prostredie. Preto sa často štylizuje do foriem všeobecne predstavujúcich ideál danej spoločnosti. Tento jav nachádzame zobrazený v jednom z novodobých mýtov, ktorý predstavuje kombináciu osobného a spoločenského ideálu. Typ dvojitej identity zachytáva mýtus Supermana. Mimozemšťan s nadprirodzenými vlastnosťami sa skrýva za masku novinára, človeka nesmelého, nevýrazného a už vôbec nie výnimočného. Dokonca ho zatieniť žena, kolegyňa. Superman symbolizuje utajenú túžbu človeka po úspechu, šťastí, zaradení sa do spoločnosti. Tento prevlek hrdinu s nezvyčajnými schopnosťami je zopakovanie mýtického motívu a má podobnú funkciu ako masky u primitívnych národov (Eliade, 1998, s. 177). Príbeh Supermana je možné chápať ako vyjadrenie presvedčenia, že v každom z nás je ukrytý potenciál jedinečnosti a veľkých možností.

Takýmto spôsobom prastaré príbehy ľudstva ožívajú v moderných spracovaniach. Odrážajú večné ľudské snaženia, túžby a sny, opisujú zákonitosti a postrehy o našom svete a ponúkajú to, čoho je v spoločnosti nedostatok.

## **Ďalšie mýty, s ktorými sme v súčasnosti konfrontovaní**

Nové spracovania mýtov nájdeme v literárnych a filmových dielach, a podľa mytológov práve ony pomáhajú dosiahnuť vlastnú predstavu ideálu.

V túžbe byť úspešný sa niektorí radi stotožňujú so slávnymi a známymi osobnosťami. V očiach bežného človeka predstavujú symbol úspechu a teda vzor hodný nasledovania. Ich život pripomína mýtický svet bohov - pohodlie, blahobyť, luxusné paláce, bazény, veľké záhrady, silné automobily, drahé šaty... Tvár z filmu stelesňuje šťastie a úspech. Predstavuje vrchol kariéry. Tu sa rodí túžba stotožniť sa s obdivovanou osobou, chcieť poznať jej osobný život. Kvôli tomu sa vyvinul hlasný systém informácií o jej životnom štýle a súkromí... (Potkowski, 1965, s. 163 - 164).

Variáciou tohto druhu mýtu je tzv. masmediálny mýtus. Typ hrdinky telenoviel a filmov ovplyvňuje predstavy dievčat a možno aj širšej ženskej populácie. Niektoré mladé dievčatá sa s nimi identifikujú a kopírujú ich model správania, afektov a póz. Preberaním „programu“ vzoru si vlastne uľahčujú hľadanie svojho miesta v spoločnosti. Negatívnu stránku tejto identifikácie má na svedomí citová, duševná a aj duchovná prázdnota súčasnej spoločnosti (Eliade, 1998, s. 28). Masmediálne prostriedky takto deformujú vkus, zahmlievajú skutočnosť a sú skôr prostriedkom na zabudnutie.

V súčasnosti sme aj pod drvivým tlakom reklám, ktoré určujú aktuálne vzorce krásy a dokonalosti. Rôzne reklamy, aby dosiahli čo najväčší efekt, využívajú „mýtus slávnej osobnosti“ a variáciu „mýtu raja“. Produkty na predaj často prezentujú slávne osobnosti alebo veľmi pekní ľudia v exotickom prostredí. Napríklad na reklamách športových výrobkov katalógoví turisti svojim dôkladným a perfektným oblečením „presvedčujú, že im nevaďí dážď, zima ani úpek, v každej situácii vyzerajú očarujúco. Vďaka najnovšiemu športovému náradiu zvládnu každú situáciu - zvislé steny, horské rieky, cestu cez nedostupné oblasti. Vďaka vhodnému vybaveniu, špeciálnym spacím vakom, topánkam... sa život stane ľahším a svet bezpečný. Všetci ľudia v katalógoch sú si však podobní - ženy neobyčajne štíhle, dlhonohé, s hladkou, opálenou pokožkou; muži mocní, svalnatí, naozaj mužskí. Nikde ani stopy po nejakom defekte, všetko na nich je dokonalé, ich vybavenie, telo, úsmev... nezáleží na tom, či bojujú s priepaťou, prúdom či vetrom. Nepoznajú strach, námahu či únavu“ (Szpilka, 1994, s. 130 - 131). Cieľom reklamy je zaujať a dobrá reklama nenechá človeka ľahostajným a preto mu ponúkne sen. Aby mala požadovaný efekt, musí siahať nad bežnosť vecí - hory, more, prales, krásnych ľudí, ale zároveň musí dovoliť človeku

stotožniť sa so zobrazovanou osobou napríklad kúpou ponúkaného sortimentu. Predstavuje ideálny stav vecí, prírody i ľudí a nenápadne ponúka ďalší spôsob identifikácie s určitým ideálom.

## Národná identita a mýty

Na osobnú identitu človeka vplýva aj národná identita. Vedomosti o histórii, činoch a úspechoch istého národa kreujú predstavy o tomto národe, vytvárajú ustálené vzorce. Cez ne svet často vnímame – tvoria os, ktorú obalujeme našimi osobnými skúsenosťami. Bez nich by sme boli nútení spoznávať svet vždy nanovo. Klasifikácia skutočnosti podľa istých štruktúr a zovšeobecňovanie (napr. často hodnotíme národ ako celok a ignorujeme jednotlivcov) je prirodzenou vlastnosťou ľudskej mysle; nezáleží na tom, či dané predstavy zodpovedajú skutočnosti alebo nie. Tieto ustálené charakteristické črty, národné stereotypy, sa menia len pomaly, resp. zrušia sa osobnou skúsenosťou s daným národom.

Národom alebo určitým spoločenským skupinám sme pripísali isté ustálené vzorce správania a spoliehame sa, že sa budú zhodne s nimi správať. (Eliade, 1998, s. 180). Napríklad so Škótmami sa nám spája držgrošovstvo, s Francúzmi predstava gentlemanov, s Poliakmi prehnané katolíctvo, Japoncami neúnavná pracovitosť, so Slovákmi život v dreveničkách či divoká príroda. Národné stereotypy sú súčasťou národnej mytológie. Prispievajú k identite a niekedy aj k hodnote národa. Často sú však len skresleným odrazom reality. S obsahom národných stereotypov nemusíme súhlasiť; „svet“ sa však často bude dívať na národ či etnikum cez ne.

Národy sú zvyčajne hrdé na svoju minulosť a národné mýty. Ba čo viac, stereotypné predstavy o sebe mnohokrát využívajú pri turistickej propagácii svojej krajiny či regiónu. Príkladom by mohlo byť Francúzsko, do ktorého prichádzajú turisti očarení zvukom francúzštiny, pôvabmi francúzskej kultúry a šarmom Francúzov. Francúzi sú si vedomí svojho národného mýtu a nemusia sa snažiť dopasovať do tejto stereotypnej predstavy cudzincov – úplne stačí, keď mýtus funguje v mysli cudzinca, pretože sa môžu väčšinou spoľahnúť na to, že cudzinec bude „francúzske“ skúsenosti hodnotiť v hraniciach týchto stereotypných predstáv. Mýtus tohto druhu pomáha udržiavať atraktivnosť krajiny. Národné stereotypy môžeme radiť k mýtom o vznešenom pôvode, ktoré medzi inými analyzoval rumunský religionista Mircea Eliade.

Ďalším príkladom by mohla byť etnická skupina goralov v Poľsku. Na územie poľských Karpát prišli počas valaskej kolonizácie medzi 14. – 17. storočím z Balkánskeho polostrova a splynuli s pôvodným obyvateľstvom. Hory ich do určitej miery izolovali pred svetom, preto sa ich kultúra zreteľne líši od materiálnych a duchovných prejavov okolitých regiónov. Zaujímavosťou je, že spisovatelia ich do začiatku 20. storočia opisovali ako dokonalých ľudí, priam nadľudí. Tak začal v predstavách ľudí fungovať mýtus o goralovi – ideálnom človeku z hôr, ktorý však len čiastočne korešpondoval s realitou. Goral si existenciu mýtu uvedomil a začal sa do zidealizovaného obrazu návštevníkov štylizovať. Stereotypný obraz začali využívať v svoj prospech ako lákadlo pre ďalších návštevníkov a založili si na ňom svoj turizmus. Aby podporili svoju exotickosť (a tým aj obchody), dodržiavajú sa hlavne na Podhalí isté zvyky – od rôznych goralských slávností po taký detail, že bača si oblieka v isté (turisticky najfrekventovanejšie) dni goralský kroj a nosí za pásom valašku. Dnešní goralci poznajú svoj mýtus, presne vedia, kým sú (alebo kým by chceli byť). Sú hrdí na goralov minulých storočí, na základe ktorých vznikla predstava o ideálnych ľuďoch z hôr. Avšak ako hovorí historik zaoberajúci sa podhalienskou kultúrou Maciej Pinkwart – Zakopané *„sa stalo trhoviskom ceperstva, čo sa prejavuje v podobe obhajoby deficitu kultúry prezentovanej ako ľudová kultúra, a úžery predstavenej ako folklór a nadinterpretácia takzvaného heroizmu hôr...“* (Pinkwart, 2002, s. 16). Aj tu sme svedkami mýtu o vznešenom pôvode, ktorý sa dnes u goralov prejavuje okrem honosnej reklamy na „goralskú kultúru“ napríklad aj prehnanou hrdosťou na svoj pôvod, a paradoxne aj u tých, ktorí už niekoľko generácií žijú mimo Podhalia či iných podkarpatských regiónov a nemajú nič spoločné s goralskou kultúrou. Povedomie vlastnej minulosti takto prispieva k osobnej hodnote človeka. Mýtus o goralovi prerástol zdravé hranice a výsledkom je negatívny postoj časti poľského obyvateľstva ku Podhalii.

Využitie mýtu vznešeného pôvodu je súčasťou etnického povedomia. *„Ich zámerom je upevniť spoločenstvo, a to neraz spôsobom, ktorý vyvyšuje etnikum nad okolité etniká, prípadne ich znevažuje.“* (Krupa, 2007). Podobný ideologizujúci kvázimýtus nájdeme aj v praxi napríklad na šumavskej internetovej stránke, ktorá ako prednosť tohto regiónu prezentuje *„silní regionální identitu obyvatel Šumavy“*. ([www.iriscrr.cz/regiony/sumava.php](http://www.iriscrr.cz/regiony/sumava.php)).

## Hra s mýtami a identitami pokračuje

Takmer všetci sa niekedy pristihneme pri tom, že sa prispôbujeme rôznym obrazom ideálov, preberáme

---

dočasné role a masky. Otázkou je, či sa dá vyhnúť tejto hre s identitami. Zdá sa, že viac nie ako áno. Aj keby sme sa utiahli do pustatiny a žili uzatvorene, stále budeme podliehať zákonitostiam ľudskej mysle tak precízne opísaných v starých mýtoch, kategorizovať javy okolo nás v reláciách zaužívaných stereotypov a v svojich predstavách budeme centrom svojho vesmíru. Cez tieto hry môžeme analyzovať svet a rozoznávať archetypy. Budeme Supermanmi, Popoluškami, škaredým káčatkom, Janom, ktorý sa vybral do sveta...

Podobnosť nášho sveta technického pokroku a svetom ľudí spred niekoľkých storočí či tisícročí ma ohromuje a zároveň okúzľuje. Vlastnú identitu riešime stále znovu, a hlavne každý sám za seba... a stále sa pohybujeme v tých istých dimenziách. Môžeme to považovať za dôkaz, že žijeme vo svete starých mýtov, alebo potvrdenie hypotézy, že staré mýty sú nesmrteľné a stále aktuálne. Súčasná civilizácia z nich (vedome - nevedome) čerpá a prispôsobuje požiadavkám súčasného človeka - odvážneho, silného a neporaziteľného Herkula ozbrojila samopalom a ručnými granátmi, z Minotaura sa stal agresívny návštevník z vesmíru, Popoluška začína svoju kariéru na podradnom poste v kancelárii plnej ambiciózných úradníkov a dnešný Prométeus sa kvôli blahu všetkých obetúva znovu a znovu. Ako vidíme, podstata túžob ľudí po jedinečnosti, šťastí, láske, kráse či uznaní sa počas mnohých vekov teda vôbec nezmenila.

### **Literatúra:**

- ANKERSMIT, F. R.: Wzniosłe odłączenie się od przeszłości albo jak być/ stać się tym, kim się już nie jest. Konteksty. Varšava, 2003, č. 3 - 4.
- ELIADE, M.: Aspekty mitu. Varšava, 1998.
- ELIADE, M.: Mýty, sny a mystéria. Praha, 1998.
- FROMM, E.: Umenie milovať. Bratislava, 1966.
- KOLBUSZEWSKI, J.: Tatry i górale w literaturze polskiej. Kraków, 1995.
- KRUPA, V.: Revitaliácia jazykov vo vzťahu k etnickej identite. In: Človek a spoločnosť, roč. 10, 2007, č. 1. Dostupné na internete: [www.saske.sk/cas/1-2007/index.html](http://www.saske.sk/cas/1-2007/index.html).
- LAUČIKOVÁ, K.: Mýtus gorala. Zborník TANAP-u. Tatranská Lomnica, 2006.
- PANKALLA, A.: Psychologia mitu. Warszawa, 2000.
- POTKOWSKI, E.: Mity. Varšava, 1965.
- SZPILKA, W.: Raj nieutracony v: Mitologie popularne. Krakov : Universitas, 1994.
- Tygodnik Podhalański, Zakopane, 25/2002.
- [www.iriscrr.cz/regiony/sumava.php](http://www.iriscrr.cz/regiony/sumava.php).

### **Man's myths and identity**

In the article I deal with a connection between myths and our identity. There are several kinds of identities - personal, pertinence to a family, social group, nation, etc. - as well as a lot of influences that create and develop the individual identity. The main structure of searching for identity can be found in ancient mythological stories. My aim is to show that we still live in old myths that were renewed for the needs of actual conditions and state of society (humanity). The question of myths and identity themselves are very wide, so I briefly present the chosen myths that I find the most visible.