

## Navozovaná panika jako způsob života

*PhDr. Petr Nesvadba, CSc.*

Sociologické publikace vesměs označují výrazem „panika“ spontánní, těžko regulovatelné a úzkostné chování velkých skupin lidí, vycházející z nějakého obecně sdíleného přesvědčení (ať již založeného na něčem reálném, nebo na pouhé fámě). V zásadě s tím souhlasím; mým záměrem však je, zamyslet se nad typem paniky, který se této definici poněkud vymyká – totiž nad panikou nikoli spontánní, nýbrž navozovanou.

Připomeňme: samo slovo odvozujeme od jména starořeckého boha Pana, napůl člověka a napůl kozla, který jak samotným zjevem, tak i svým křikem naháněl strach těm, kdo ho vyrušili ze spánku nebo z toulek po lesích. Pan byl truchlivý bůh; ostatní bohové jím pohrdali, prožil nešťastnou lásku k nymfě Syrinx...

Každá doba měla a má své panické chvíle, v nichž se hroubí jistoty a očekávání, lidé se shlukují do velkých skupin a chovají se nepředvídatelně, na základě prožitků a nikoli racionální úvahy. Něco je prostě ohrožuje (buď reálně, nebo jsou o tom aspoň hluboce přesvědčeni) a oni, protože nemají vypracovaný (a vyzkoušený) obranný vzorec chování, upadnou do chaosu. Známe paniky na burzách, na bojištích, na trzích, v divadlech, na fotbalových stadionech, paniky vyvolané epidemiemi apod. A každý jistě zažil i svou „soukromou paniku“, kdy jej něco k smrti vyděsilo a propadl (dočasně) nekoordinovanému chování a jednání, za které se s odstupem někdy i zastyděl...

Mám na mysli jiné paniky. Nemohu se zbavit dojmu, že naše doba přináší stále více těch, které jsou jaksi navozovány. Nemusí být přímo řízeny určitými konkrétními osobami či organizacemi (nemám v oblibě tzv. spiklenecké teorie!), ale přesto „fungují“ a jsou nesmírně účinné. Dokonce si myslím, že na jisté podobě paniky je celá naše (post)moderní společnost založena!

Mám na mysli stav, kdy se cítíme být objekty působení „čehosi“, čemu nerozumíme, nemůžeme s tím nic dělat – a přesto to na nás naléhá, manipuluje s námi a znepokojuje nás to. Cožpak sama tržní ekonomika není založena na každodenním vyvolávání skupinových obav nakupujících, zda zboží seženou (a kolik bude stát) i prodávajících, zda zboží prodají (a za kolik)? Cožpak reklama a marketing cílevědomě nevyvolávají v příjemcích paniku, že to, co včera platilo, je dnes již „passé“, že nejsou dostatečně „in“ či „cool“ ve svých rolích, že je potřeba stále cválat kupředu? Což nás média ustavičně nebombardují znejistujícím a protichůdnými informacemi, takže v našich duších se stupňuje neklid a obavy? Není snad móda neustálým vyvoláváním pocitu nedostačivosti?

Ano, troufám si říci, že jistý druh paniky je de facto motorem soudobé společnosti, že je vytvářen a přiživován proto, aby „tekutá“ společnost proudila čím dál víc a bouřlivěji. Chcete další příklady? Nic proti politické (i jiné) korektnosti. Nic proti ochraně menšin. Ale chybí-li kultivovaný dialog, stávají se tato témata ve veřejném prostoru námětem panik, jejichž obětí nemusejí být „jen“ pomníky či názvy ulic, ale mezilidské vztahy! Zygmunt Bauman v jedné knize porovnává „masturbační paniku“ 19. a počátku 20. století, jejíž obětí byla autonomie mladistvých a nárůst hysterické péče o ně, s dnešní „panikou z pohlavního zneužívání“, jejíž obětí jsou, bohužel, naopak mezigenerační pouta a lidská důvěrnost. Celkovým výsledkem jakékoli paniky totiž je, snížení „kompetentnosti“ lidí, něco s daným problémem reálně udělat, vyřešit jej. A tak to nechá na „těch druhých“...

Bojme se takovýchto panik, neboť nás zbavují autority, svobody i odpovědnosti. Vzpomeňme si: bůh Pan děsil, protože ho vyrušovali. Nenechme se zastrašit a „vyrušujeme“ dál; budeme-li přitom hrdě stát a nepřijmeme roli ovcí, možná, že ubude panik, neboť přestanou mít smysl.