

Patríte aj vy ku generácii strachu?

Pred pár mesiacmi som sa rozhodla odstáť sa zo Slovenska, splniť si sen, opustiť skvelú prácu na troch prestížnych miestach, predať auto, prenajať byt a začať odznova niekde inde. Reakcie okolia boli väčšinou nechápavé – ako môžeš opustiť všetky tie istoty? Vzdať sa takého zázemia, materiálneho i ľudského?

Nechýbali však ani pozitívne reakcie, a vetu „Obdivujem ťa, ja by som na to nemal odvalu“ som si vypočula v rôznych obmenách mnohokrát. Nebolo to ľahké rozhodnutie, stálo ma veľa energie a bezsenných nocí, a to, čo mi celé roky bránilo spraviť tento krok, bol strach. A práve strach bráni mnohým ľuďom v mojom okolí byť šťastnými alebo si ísť za svojimi snami. Kde sa však berie?

O kultúre strachu ste už pravdepodobne počuli, tieto teórie sa vynorili najmä v súvislosti s USA a 11.septembrom, a išlo o vyvolávanie neustálej atmosféry strachu zo strany politikov, ktorí tak mohli ľahšie manipulovať obyvateľstvo a schvaľovať rôzne zákony, obmedzujúce slobodu. Stratégia udržiavania obyvateľstva v poslušnosti pomocou neustáleho strašenia rôznymi „hrozbami“ sa ukázala ako nesmierne efektívna – v slovenskej verzii nás namiesto militantných moslimov neustále „ohrozujú“ Maďari (Židia, Česi, homosexuáli...doplňte podľa ľubovôle), ale hanbiť sa nemusí ani vtáčia či prasacia chrípka, finančná kríza, pád eura, krach Grécka, ketamínoví fantómovia, neoliberali, neekologické žiarovky či éčka v NEbio potravinách.

Vyvolávanie strachu a úzkosti pomáha ovládať, ale v prvom rade pomáha predať.

Všetko sa to deje samozrejme prostredníctvom médií. Ako tento proces funguje, popisuje tzv. „kultivačná teória“ a výskum pána Gerbnera, ktorý ukázal, že ľudia, ktorí často sledujú televíziu, sú v dôsledku toho náchylnejší veriť, že svet je zlé, strašidelné a neľútostné miesto. Množstvo násilia, skonzumovaného prostredníctvom médií, v nás nevyvoláva sklony páchať násilie, ako stále tvrdia mnohí „experti“, ale vyvoláva v nás strach. Mediálna masáž takto vytvára vystrašené generácie prehnane úzkostlivých ľudí, ktorým chýba odvaha riskovať.

Mnohí mladí ľudia si stále myslia, že ich sa to netýka, a smejú sa, keď má o nich babička obavy, pretože v televízii a bulvári vidí samých vrahov, nehody a epidémie. Neuvedomujú si však, že na nich sa mediálny obsah podpísal rovnakým, a možno ešte horším spôsobom. Výsledky výskumu, ktorý cituje Kate Fox v knihe „Watching the English“ ukázali, že mladí ľudia sú čoraz viac ovplyvnení kultúrou strachu, a vyhýbanie sa riziku a posadnutosť bezpečnosťou sa stali definujúcimi prvkami súčasnej spoločnosti. Tento trend, ktorý sociológ Peter Berger nazval „kultúrnou klímou prenikavej úzkosti“ je charakterizovaný zakrpatenými ambíciami, opatrnosťou, konformizmom a nedostatkom dobrodružného ducha.

Všetky tieto charakteristiky sa prejavovali u mladých ľudí, ktorí sa zúčastnili výskumu a fokusových skupín.

Ľudia z „generácie strachu“ majú strach myslieť inak. Majú strach podnikať, radšej sa držia istého miestečka v sklenenej krabici za počítačom. Kupujú si drahé autá, lebo bezpečnosť je u nich na prvom mieste. Boja sa ukončiť zlý vzťah, pretože sa boja byť sami. Boja sa vyjadriť svoj názor. Boja sa protestovať. Boja sa osloviť neznámeho človeka. Boja sa ísť domov potme.

Boja sa riskovať. Boja sa oženiť sa. Boja sa mať deti. Ak ich majú, boja sa o ne tak, že im kupujú molitanové helmičky, aby si neudreli hlavu. Boja sa jesť masťné jedlá, pretože sa boja, že by pribrali. Boja sa lásky, pretože by im niekto mohol ublížiť. Boja sa stopovať či cestovať na vlastnú päsť. Boja sa sťažovať sa.

Boja sa vrátiť jedlo v reštaurácii. Boja sa iných ľudí, pretože veria, že ľudia sú z princípu zlí a nemožno im dôverovať.

Ak by sa táto ustráchaná generácia presunula od počítača a televízie niekam von, zistila by, že svet nie je vôbec také hrozivé miesto. Ale ona to nezistí.

Chce byť totiž v bezpečí a mať svoje istoty.

Monika Šusteková, piatok 24. augusta 2012 14:02