



Jan Keller

ABECEDA

PROSPERITY





Městská knihovna v Praze



půjčuje

knihy, audioknihy,
obrazy, deskové hry...



nabízí prostory pro

samostatné studium,
skupinová setkání,
přednášky, konference...



poskytuje online služby

e-knihy, digitalizované dokumenty,
přednášky, kurzy...



pořádá

autorská čtení, přednášky,
koncerty, filmové projekce,
akce pro děti...



podporuje tvoření v kreativních dílnách

DOK16 pro práci se dřevem a papírem
Atelier pro šití a vyšívání

Suterén pro 3D tisk, knižní vazbu, kaligrafii a pyrografii

mlp.cz
e-knihovna.cz
knihovna@mlp.cz
facebook.com/knihovna



Abeceda prosperity

Jan Keller

Znění tohoto textu vychází z díla [Abeceda prosperity](#) tak, jak bylo vydáno nakladatelstvím Doplněk v Brně v roce 1997. Pro potřeby vydání Městské knihovny v Praze byl text redakčně zpracován.



Podle [předlohy](#) z fondu [Moravské zemské knihovny v Brně](#).

§

Text díla (Jan Keller: Abeceda prosperity), publikovaného [Městskou knihovnou v Praze](#), je vázán autorskými právy a jeho použití je definováno [Autorským zákonem](#) č. 121/2000 Sb.



Vydání (obálka, upoutávka, citační stránka a grafická úprava), jehož autorem je Městská knihovna v Praze, podléhá licenci [Creative Commons Uveďte autora-Nevyužívejte dílo komerčně-Zachovejte licenci 3.0 Česko](#).

Verze 1.0 z 8. 4. 2022.



OBSAH

Hrnečku, vař!	10
Abeceda prosperity	13
Atomová elektrárna	13
Automobil	15
Bezradnost	17
Billboard	18
Cigaretka	20
Civilizace	22
Cynismus	23
Čas	25
Čistá řezničina	28
Dálnice	30
Deregulace	31
Dělba práce	32
Dělba rizik	34
Domácnost	36
Dopravní zácpa	37
Drogy	39
Elitář	41
Externality	42
Flexibilita	44
Genové manipulace	45
Globalizace	46
Happy end	48
Infantilizace	50
Kargo	51
Komercializace	52
Kontrola	54
Konzum	55
Kornukopíáni	57

Korupce	58
Kryší reklama.....	60
Lhostejnost	61
Loterie.....	62
Manažer	65
Marginálové	66
Masová společnost.....	67
Mcdonaldizace.....	69
Móda	71
Modernizace.....	73
Nadnárodní společnosti.....	75
Nakupování.....	77
Násilí v televizi.....	78
Návod k použití	81
Nedostatek času	82
Neviditelná ruka	84
Nezaměstnanost	86
Obětování lidí.....	87
Obětování zvířat	89
Organizovaná devastace.....	90
Organizovaná nezodpovědnost.....	91
Organizovaný zločin	92
Osamělost	93
Ozónová díra.....	95
Pivo v plechu	96
Pokrok.....	97
Politické strany	98
Poslední dostihy	100
Potřeby	102
Prodejnost.....	103
Prosperita	105
Prostituce	108

Průmyslový sport	109
Překapávaná prosperita	112
Přetvářka	113
Pseudopragmatismus	114
Public relations	116
Reklama	118
Reklama a posvátné	119
Rituály blahobytu	120
Rizika	121
Ropa	122
Růst	124
Segregace sociální	125
Seriály televizní	127
Silniční daň	128
Skromnost	130
Soukromí	131
Stachanovci konzumu	133
Starosti	135
Stáří	137
Stát blahobytu	138
Strach	141
Super	143
Supermarket	145
Svádění	147
Svoboda kritiky	149
Svobodná volba	151
Technologie	153
Tittytainment	154
Trh	155
Trh práce	157
Turistický průmysl	159
Útěk z reality	161

Velké vyprávění	163
Velkoměsto	164
Veřejné mínění	166
Věda	168
Vynucené výdaje	170
Zábavní parky	172
Zbídačování přírody	173
Život	175

*Děkuji Janovi Patočkovi, vedoucímu ekologického HNUTÍ DUHA,
za to, že text pečlivě pročetl a vyškrtnal z něj všechny pasáže,
jež by snad mohly zavánět extremismem.*

Hrnečku, vař!

V jedné vsi žila chudá vdova a měla dceru. Ta se jednou v lese u studánky podělila o svůj oběd s tajemnou babičkou. Zato dostala od babičky darem kouzelný hrneček a k tomu navíc potřebné know-how:

„Když ho doma postavíš na stůl a řekneš: Hrnečku, vař! navaří ti tolik kaše, co budeš chtít. A když budeš myslit, že už máš kaše dost, řekni: Hrnečku, dost! a hned přestane vařit. Jen nezapomeň, co máš říct.“

Když byla jednou vdova sama doma, dostala chuť na kaši, postavila hrneček na stůl a sama řekla: „Hrnečku, vař!“ Tu se v hrnečku začala hned kaše vařit, a sotva se vdova otočila, byl už plný. Poté se kaše vyvalila plným hrdlem z hrnečku na stůl, ze stolu na lavici a z lavice na zem. Chudák vdova dočista zapomněla, co má říci, aby hrneček přestal vařit. Přiskočila a přikryla hrneček miskou. Myslila, že tím kaši zastaví. Ale miska spadla na zem a roztloukla se, a kaše hrnula se neustále dolů jako povodeň. Už jí bylo v sednici tolik, že vdova odtud musela do síně utéct. Tu lomila rukama a bědovala: „Ach, ta nešťastná holka, co to přinesla. Já jsem si hned pomyslila, že to nebude nic dobrého!“

Za chvíli tekla už kaše ze sedničky přes práh do síně. Čím jí bylo víc, tím jí víc přibývalo. Netrvalo dlouho a kaše se valila jako mračna dveřmi i oknem na náves, na silnici, a kdo ví, jaký by to bylo vzalo konec, kdyby se právě byla naštěstí mladá nevrátila z trhu a nekřikla: „Hrnečku, dost“!

Karel Jaromír Erben zde v dramatické zkratce vystihl nepochybně mnohé z dnešní naší situace. Kouzelný hrneček je, podobně jako například nápoj lásky, divotvorný klobouk či kámen mudrců, založen na naprosto stejném principu jako idea prosperity. Ve všech případech se jedná o modelové vystižení krajně nepravděpodobné situace, kdy maximálních přínosů je dosahováno za cenu naprosto

zanedbatelných nákladů. To vše navíc bez jakéhokoliv časového omezení. V jen poněkud zmodernizované podobě činí dnes právě tato iluze z prosperity jednu z nejvyužívanějších kategorií politické manipulace. Je to zároveň kategorie velice nebezpečná, neboť tím hlavním, co v sobě skrývá malovaný hrneček prosperity, je hrozba zmaru: po překročení rozumné míry růstu začíná kaše působit mnohem více škod než užitku. Z nástroje uspokojení vitálních potřeb se mění v dramatickou hrozbu zničení, jež pohltí a překryje celou vesnici. Globálnější souvislosti Karel Jaromír Erben nenačrtl zřejmě z obavy, aby děti až příliš nepostrašil. Příběh zato obsahuje pro mnohé jistě překvapivý návod na řešení: Mladá se vrátila z trhu a řekla: „Hrnečku, dost!“

Karel Jaromír Erben měl pochopitelně na mysli trh sociálně a ekologicky neregulovaný. Jeho kritiku nezvládnutelných konzumních aspirací staré vdovy vedoucích až k samotnému prahu sebedestrukce a ohrožujících spolu s mlsnou stařenou ve svých důsledcích také celou komunitu a přilehlé ekosystémy je nutno číst právě tímto způsobem. Erben zde v dramatické podobě téměř akčního příběhu neobyčejně plasticky vystihuje tentýž problém, jímž se v současné době, kromě řady vědeckých ústavů a řešitelských týmů, s mnohem menším akčním důrazem zabývá například komise pro udržitelný rozvoj působící již několik let při OSN.

Jedná se o problém vedlejších důsledků neomezeného růstu. Příslib prosperity, jenž se na nás v podobě sladké kaše dennodenně valí z médií, z programů politických stran i z rutinních projevů ekonomů a politiků, je na předpokladu blahodárnosti neomezeného růstu přímo založen. Je tomu tak i přesto, že kaše již máme navařeno tolik, že stále nerealističtěji působí happy end Erbenova příběhu. V něm se sedláci i se svými povozy dokázali pohromou ještě prokousat.

Představy o tom, že růst našich konzumních možností je nepochybným dobrem, za něž není nutno platit žádnou cenu, a na

němž je naopak možno založit mnohá dobra ostatní, jsou vysoce sporné. Jejich předpoklad totiž spočívá na falešném zaměňování různých druhů našeho bohatství. Kromě sumy bohatství ve formě zboží a statků, jejichž produkce má být rok od roku co nejprudším tempem zvyšována, existuje přinejmenším ještě bohatství sociální a bohatství přírodní. Ani jedno z nich není z bohatství ryze ekonomického bezprostředně odvoditelné. Obojí však může být snadno zadušeno, jestliže fascinováni zaklínadlem Hrnečku, vař! zapomeneme na formuli, bez níž nelze toky bohatství regulovat.

Hovoří-li politici s lehkostí, jež snadno překoná i fabulační dovednost Karla Jaromíra Erbena, o „prosperitě této země“, měli bychom se jich tedy vždy optat na to, co oni sami od sebe nikdy nedořeknou: „Čí prosperita, na úkor čeho a s jakými vedlejšími důsledky?“ Bez tohoto upřesnění se i volený zástupce lehce mění v mistra vypravěče, zatímco na občana zbývá role dítěte, jež s blaženým úsměvem okouzleno pohádkou nechává se sladce kolébat.

Stovka hesel, která následuje, má svého společného jmenovatele. Je jím snaha upozornit na ohrožení bohatství sociálního a bohatství přírodního. To prvé je ukryto ve zdravých mezilidských vztazích, v ochotě respektovat i něco více než jen vlastní osobní prospěch, ve schopnosti rozpomenout se na nepsané normy obyčejné slušnosti. Bohatství přírodní je vše, co dokáže růst a kvést i bez přičinění člověka, a co je člověkem ve svém růstu a květu až příliš často zraňováno. Ani sociální, ani přírodní bohatství neslyší na povel „Hrnečku, vař!“. To prvé právě tak jako to druhé však může být lehce překryto a udušeno právě onou nasládlou, mazlavou kaší, jíž se všichni v navýsost blahé, avšak krajně nejasné předtuše již alespoň po kotníky brodíme.

Abeceda prosperity

Atomová elektrárna

– je dostatečné velkou, nepřehlédnutelnou ilustrací toho, co všechno jsme museli obětovat příslibu prosperity. Její existence dokonale kompromituje mnohé z toho, co bylo donedávna považováno za základ skutečně důstojného života v moderní společnosti. Jedná se především o předpoklad stále se rozšiřující kontroly svobodného občana nad vším, co by mohlo ohrozit jeho existenci. Kvůli tomuto požadavku byly vybojovány všechny revoluce emancipovaného měšťanstva, atomová energie tento požadavek odsunuje ze stolu ve prospěch jiných priorit. V důsledku toho selhávají všechny klasické politické ideologie, jejichž střetávání vytvářelo až dosud rámec pro rozvoj demokracie. Práva liberálů se stávají formalitou, neumožňují-li jim vystoupit z riskantního kontraktu, který za ně uzavřeli experti. Atomová elektrárna je rovněž naprosto cynickým popřením všech hodnot konzervativců, počínaje úctou k zemi vlastních předků. Skutečným socialistům by musela vnuknout hluboké pochyby o tom, bylo-li vůbec nutno bojovat tak usilovně za rozšíření všeobecného hlasovacího práva, jsou-li otázky života a smrti rozhodovány bez připuštění veřejnosti.

Jak upozorňuje Ulrich Beck, existence atomové elektrárny radikálně překonává klasické politické šarvátky týkající se postoje k soukromému vlastnictví. Atomové elektrárně se totiž podařilo uskutečnit až dosud zdaleka nejpronikavější a nejbrutálnější formu vyvlastnění: vyvlastnila člověka od jeho vlastních smyslů. Zatímco klasické vyvlastnění majetkové narušuje uměle ustavené lidské konvence a zákony, tato nejmodernější forma vyvlastnění zasahuje přímo do zákonů přírodních. Lidem žijícím ve stínu atomové

elektrárny je protiprávně a bez náhrady odňata funkčnost jejich vlastních smyslů, jimiž je obdařila příroda, aby s jejich pomocí byli schopni vyvarovat se rizik a nebezpečí. Naše oči, uši, čich, chuť i hmat se stávají bezcennými v blízkosti dokonale tichého a neviditelného záření bez chuti a zápachu.

Více než sto let probíhají ostré spory o soukromé vlastnictví výrobních prostředků. O tom, kdo bude od nynějška kontrolovat naše smysly, není však vedena žádná politická debata. Pravice a levice, které se vyprofilovaly na tématech 19. století, nemají k této dnes zcela zásadní otázce co říci a zcela svorně se omezují na snahu osudový problém všemožně obcházet a bagatelizovat.

Naše smysly nás mají varovat a orientovat v nebezpečném světě. V atomové době ztrácejí jakoukoliv funkčnost. Příklad prosperity se má stát sladkou odměnou za toto nenápadné vyvlastnění. Prosperita, garantovaná výrobou atomové energie, je však nejen nejistá, ale především vysoce nemravná. Deset, dvacet či třicet let našeho pohodlí je směřeno za deset, dvacet či třicet století trvalých starostí a nekončícího ohrožení pro naše potomky. Výstavbu atomových elektráren tak lze považovat za exemplární případ organizované nezodpovědnosti.

Atomová elektrárna posiluje pravomoci policejního státu. Podle autora knihy *Atomový stát* Roberta Jungka představuje i v době míru zcela vojensky organizované ostrůvky kontroly a permanentního dohledu. Ten z ní vyzařuje do celé společnosti i v době, kdy funguje relativně bezpečně. Dohled a kontrola jsou přitom zdůvodněny jistotami občanů, tedy něčím, co by bez stavby atomové elektrárny v této míře ohroženo vůbec nebylo. Zdůvodnění policejní kontroly vlastními zájmy těch, na něž se dohlíží, bývá obvykle znakem totalitního myšlení. Zde cudně halí tuto jeho povahu právě jen svůdný závoj slíbené prosperity.

Atomová elektrárna vrhá dlouhý stín na naši svéprávnost. Bez ohledu na skutečnou míru schopnosti expertů bdít nad naším bezpečím, ztrácíme my ostatní status dospělých lidí. Jsme-li zbaveni

suverenity svých vlastních smyslů, jsme zbaveni i suverenity vlastního úsudku. Můžeme jen doufat, že ti, kdo jsou za nás od nynějška zodpovědni, budou o naši bezpečnost pečovat jako svědomité chůvy a hodní a laskaví poručníci. Od nynějška pouze díky nim si můžeme hrát na hrdé občany a svobodné vlastníky. Tento sen je nám dovoleno snít až do prvních tónů poplašné sirény.

Automobil

– je symbolem prosperity v tom nejvlastnější slova smyslu, neboť je k naprosté dokonalosti dovedeným výrazem jejího organizovaného parazitismu. Z technického hlediska automobil parazituje na odumřelé organické hmotě, kterou spaluje za vzniku vysoce toxických zplodin. Patří přitom, jak známo, k nejméně účinným strojům vůbec, neboť při práci vypouští svými výfuky bez užitku více než čtyři pětiny dodávané energie. Jak upozorňuje Denis Rougemont, neporovnatelně vyšší účinnost osvědčuje automobil jako nástroj zabíjení a utrpení. Se svými 280 000 oběťmi a 13 miliony zraněnými ročně zasahuje v kolébce automobilismu, ve Spojených státech, dnes účinněji než rakovina.

V rovině společenské parazituje automobilismus na veřejném prostoru, který postupně ovládá a kolonizuje na úkor jakéhokoliv jiného užití. Kromě samotných lidí zabíjejí auta také celá města tím, že ničí jejich veřejný prostor, jenž byl po staletí symbolem vydobyté autonomie a sloužil k demonstrování městské nezávislosti a svobod. Městský vzduch, jenž v minulosti osvobozoval, se v důsledku rozmachu automobilismu stává nedýchatelným. Automobil učinil město protismyslným, neboť paralyzuje jeho hlavní výhody plynoucí z vysoké koncentrace obyvatelstva na malé ploše.

Automobil parazituje rovněž na lidské solidaritě, když výhody automobilistů vykupuje za cenu rozložení nákladů na všechny, tedy

i na ty, kdo automobil nevlastní a nepoužívají. Osobní automobil umožňuje privatizovat zisky v podobě zvýšené prostorové mobility i v podobě módního symbolu sociální prestiže, na veřejnost přitom rozkládá velkou část nákladů, počínaje záborem plochy pro příslušnou infrastrukturu, přes rostoucí zátěž hluku a zplodin až po snížené možnosti alternativního pohybu a doprovodná rizika ohrožení životů a zdraví.

Automobil parazituje na volné krajině, která padá za oběť rozvoji silniční infrastruktury, takže dnes je již téměř jedna šestina holandského území pokryta asfaltem a betonem pro potřeby popojíždění. Automobil neničí pouze krajinu, ničí také moře, a to v souvislosti s četnými haváriemi tankerů dopravujících odumřelou organickou hmotu určenou k ne hospodárnému spálení. Všechny tyto krajně negativní důsledky, jež jsou dostatečně známy a vyčísleny, mají být vyváženy tím, že automobil je vydáván za prostředek umožňující vzrůst osobní svobody a autonomie. Toto tvrzení, šířené pochopitelně v první řadě těmi, kdo z výroby a provozování automobilismu profitují, má všechny rysy primitivní ideologické propagandy. Zcela mlčí o těch souvislostech automobilismu, které naopak člověka nesmlouvavě disciplinují, a kromě dlouhé řady nových rizik mu kladou řadu nových omezení. Již Henry Ford ostatně nabízel původně lidem automobil proto, aby se mohli po dlouhé pracovní době zajet alespoň k večeru rychle podívat na přírodu za městem, a dodnes slouží automobil stále více k únikům z prostoru, jenž je mimo jiné právě vinou rozvoje automobilismu stále méně obyvatelný.

Automobilový průmysl nepochybně znamenal obrovský pokrok při organizaci masové výroby zboží. Velký inovátor Henry Ford však nebyl zcela původní, a prvenství v oboru mechanizované masové výroby mu nepatří. Zvláštní shodou okolností byl jeho nápad zřídit automobilovou montážní linku inspirován systémem kladek, který sloužil na jatkách v Chicagu k porcování dobytka.

Bezradnost

– mnohé nasvědčuje tomu, že lidské dějiny po řadě dramatických peripetií a slepých odboček vývoje dospěly nakonec přece jen do svého nejvyššího stadia – do stavu vyspělé bezradnosti. Podařilo se ustavit poměry, které je obtížné, ne-li přímo nemožné změnit, a to i v případě, že produkují více fatálních ohrožení než prokazatelných zisků.

Lidská bezradnost tváří v tvář ustaveným poměrům se projevuje mnoha různými způsoby a prakticky v každém odvětví lidské činnosti má svoji specifickou podobu. Lze hovořit o bezradnosti politických stran, které dosáhly stropu toho, co lze rozdělovat, aniž by se naučily jinému způsobu, jak přilákat své voliče. Lze hovořit o bezradnosti vědy, jejíž obrovských kapacit bylo zneužito k vybudování jaderného arzenálu, ale též biologických, chemických a genetických rizik, jež se mohou snadno a bez účinného pojištění vymknout zpod kontroly. Lze hovořit o bezradnosti vzdělávacích institucí živořících na okraji zájmu a veřejného rozpočtu poté, co osvěta vyšla již z módy.

Podobně by bylo možno uvažovat o bezradnosti médií ve věku nepřehledného nadbytku signálů a informací. Této bezradnosti se mnozí provozovatelé snaží čelit vysíláním signálů stále spornějších a informací stále nechutnějších. Můžeme uvažovat o bezradnosti menšin všeho druhu, jež v podmínkách rozhodování většiny mají jen mizivou šanci prosadit vlastní silou své požadavky. O bezradnosti marginálů, tedy vrstvy lidí vyloučených ze společnosti tak důkladně, že jsou dokonce zbaveni možnosti protestovat proti svému nedůstojnému postavení legitimními prostředky.

Jádrem, v němž se kumulují snad všechny bezradnosti moderní společnosti, je ovšem bezesporu oblast ekologie. Zde naše základní bezradnost plyne z toho, že nedokážeme upravit svůj život a své zvyky tak, abychom se vešli do mezí, jež všem svým tvorům bez

výjimky klade příroda. Právě zde naše bezradnost vrcholí, a vtělena do příslušných institucí, nabývá tragikomických podob.

V rovině úřadu se tato institucionalizovaná neschopnost projevuje snahou limitovat emise škodlivin proudící z jednotlivých zdrojů při současné neochotě limitovat příslušný počet zdrojů emisí. Výsledkem je například otravné prostředí velkoměst, zamořené výfukovými zplodinami automobilů, z nichž všechny mohou přitom dodržovat i ty nejprísnejší normy, týkající se složení výfukových plynů. Jiným příkladem jsou samotná lidská sídla, která svou komplexností vyvolávají problémy, jež jsou prakticky neřešitelné. Nikoli náhodou navrhuje Ulrich Beck nazývat radnice velkých měst raději „bezradnicemi“ (Ratloshäuser).

S bezradností moderní společnosti ve vztahu k ekologické spoušti, kterou rutinně plodí, si nejlépe poradili neoliberální ekonomové. Své vlastní bezradnosti dali podobu exaktních rovnic. Z nich lze vyčíst, že společnost má brát na vědomí jen takový díl škod páchaných na prostředí, jež je schopna spočítat a ochotna profinancovat. Vše ostatní, třebaž to stokrát ohrožovalo lidské přežití, je nutno dát stranou, odložit jako ekonomicky nezajímavé. Inženýři ekonomie doplnili tuto strategii nadávkou, již adresují všem, kdo nejsou schopni jejich exaktně vyhlížející bezradnost obdivovat. Nazývají je – opravdu velmi vulgárně – „sociálními inženýry“.

Billboard

– barevné billboardy patří ke zdaleka nejdůležitějším rekvizitám společnosti prosperity. Plní v ní hned několik nezastupitelných funkcí. Oficiálně se však hlásí pouze k funkci jediné, k funkci vývěsního štítu, jenž v minulosti nad dveřmi řemeslnických krámů oznamoval, jakou službu je schopen mistr zákazníkovi poskytnout. Dnešní billboardy jsou velmi rozmanité a visí všude: na stěnách

činžáků, v ulicích měst, v polích i zbytcích lesů kolem dálnic. Vzniká tím dojem, že společnost prosperity je ochotna splnit komukoli jakoukoli službu prakticky všude. Pohled na billboardy je bezplatný, takže na nevídané prosperitě mohou alespoň touto formou participovat naprosto všichni a pouhý pohled na orosenou láhev skotské whisky zahřeje docela zdarma i žíznlivého bezdomovce.

Billboardy však nejsou zdaleka jen vývěsním štítem. Slouží zároveň jako pionýrská nástěnka a trochu i jako orwellovská televize. V prvním případě billboard hrdě hlásá splněné úkoly a ulovené bobříky. Některé z nich jsou přímo fantastické a všechny oddílové vedoucí naplňují pýchou. Na billboardech se skvějí auta, která ani trochu nečmoudí, šlukují na nich kuřáci, kteří ani trochu neza-kašlou, září z nich bonbony a čokolády, po nichž se nekazí žaludek ani zuby, i v mrazu na nich pózují slečny docela bez šály. Není přitom důležité, kolik aut, bonbonů či hezkých slečen má kdo z nás v domácnosti. Podstatné je, že jsme na každém rohu a za každou zatáčkou znovu a znovu ujišťování, že to vše je zde jen pro nás a že to vše můžeme při troše šikovnosti všichni mít. Kdo by odolal tak výhodné, velkorysé a zcela nezištné nabídce. Pokud snad prosperita zatím ještě není ve všech domácnostech, není to důvod k pláči. Všichni přece vidí, že na ulicích a podél cest je jí už nyní dostatek. Jen co sestoupí z plakátů, zaplní naše domovy tak, že v nich nebude k hnutí. Je to jen otázka času.

Billboardy však nelemují naše cesty jen proto, abychom se mohli kochat pohledem na jejich neskutečnou nádheru. Zároveň se dívají také ony na nás, bedlivě nás pozorují. Zkoumavým pohledem zjišťují, jestli nám snad ještě něco nechybí. „Máš už určitě vše, co potřebuješ k úplnému štěstí? Nechybí ti náhodou ještě nový krém na opalování anebo snad na boty?“

Jejich dohled je všudypřítomný, nelze mu uniknout. Spolehlivě nás najde na lavičce v parku, před cukrárnou, čeká na nás ve dne v noci na každé zastávce autobusu. Slušný občan dobře ví, co je jeho

povinností, a cestou z práce postupně nakupuje vše, co zahlédne na okolních billboardech. Pro větší přehlednost někteří marketingoví odborníci doporučují billboardy s již zakoupeným zbožím přeškrtnout. Snadno pak zjistíme, co nám do úplné prosperity ještě chybí, a zároveň se pojistíme proti tomu, abychom některou věc nekupovali zbytečně dvakrát. Teprve až budou všechny barevné billboardy lemující naše cesty tlustě přeškrtnuty, budeme snad konečně dokonale šťastni.

Cigaretka

– ti lidé, pro které je symbolem prosperity velký plakát firmy Marlboro, na němž na kapotě hodně výrazného terénního auta pózuje skupina mladíků a jedna krabička cigaret, ti lidé ani netuší, jak blízko jsou pravdě. V jediném balíčku cigaret je skutečně ukryta veškerá prosperita, a to přímo ve své nejryzejší podobě.

Cigareta je především malý ekonomický zázrak. Protože je tabák pěstován zpravidla v zemích s nejnižší hodnotou pracovní síly, a továrny na cigarety často stavěny v méně vyvinutých zemích, je rozdíl mezi náklady a tržbami obrovský. Tabákové firmy vysoce prosperují, i když jim velkou část zisku nekompromisně ukrajují daně státu, který jakožto zosobnění vůle lidu dozírá nad tím, aby lid nebyl zabíjen zbytečně, tedy bez odpovídajícího finančního efektu. Krabička cigaret je ovšem též zázrak dizajnerský. Přitahuje svou elegancí a jednoduchým vkusem. Je lesklá, čistá, vše na ní i v ní je úzkostlivě pod kontrolou, vše stále znovu váženo a měřeno. Je naprosto nepřijatelné zabíjet vzácné klienty cigaretami, které by obsahovaly třeba jen o zlomek gramu méně než praví norma, či byly o milimetr kratší anebo delší. Preciznost přípravy tabáku, papíru i balení a všudypřítomnost kontroly při výrobě je zárukou nejvyšší solidnosti firem obchodujících se smrtí. Zákazník, který by

shledal na zakoupeném výrobku jakoukoliv vadu, bude královsky odškodněn, a firma se mu písemně omluví. Celý proces pomalé smrti kuřáka musí probíhat v normě a za přísných bezpečnostních opatření. Tabákové firmy respektují bezvýhradně tento základní vzorec fungování celé naší civilizace, který našel svůj výraz též v „ekologických“ normách přípustného znečišťování a otravování prostředí.

Krabička cigaret je ovšem též malý vědecký zázrak. Existuje jen málo výrobků, na jejichž testování bylo vynaloženo tolik odborného úsilí. Účinky kouření byly zvláště precizně testovány na zvířatech. Jako pokusná zvířata jsou často používáni chrti, kterým je otevřen hrudník a kouř z hadice vháněn přímo do průdušnice. Srdce mají přitom napojeno na rozličné měřicí přístroje. Podobně králíci jsou napojeni na zařízení, které vede kouř otvorem proříznutým v krku. Díky nesčetným pokusům tohoto druhu dnes zcela spolehlivě víme, že chrtům ani zajícům kouření nedělá dobře. V důsledku toho přibyla na okrajích tabákových reklam varovná větička ministerstva zdravotnictví. Smrt stovek chrtů a tisíců zajíců tedy nebyla zbytečná a naše věda opět neobyčejně exaktně zabodovala.

Krabička cigaret konečně plně uspokojuje naši potřebu po neustálém růstu, další z vlastností vize prosperity. Zatímco počátkem let devadesátých umíraly na následky kouření ročně pouhé tři miliony lidí, rekordní žně se budou rok od roku zvyšovat. Je spočteno, že kolem roku 2020 bude umírat na následky kouření již 10 milionů lidí každým rokem. Představitelé tabákového průmyslu soudí, že máme ještě na víc. Prozřetelně se proto zaměřují ve svých reklamách především na dospívající mládež, právě v ní je budoucnost tabákového průmyslu. Ze dvou miliard dětí, které dnes žijí na Zemi, se jich zhruba 800 milionů stane kuřáky. I když by z nich měl v důsledku kouření zemřít pouze každý třetí až čtvrtý, bude to čtvrt miliardy lidí. Tolik klientů věrných až za hrob už stojí za nějakou tu billboardovou reklamou apelující na odvahu a mužnost.

Civilizace

– v pozoruhodné knize nazvané *Proces civilizace* popisuje historik a sociolog Norbert Elias, jak pracně a s jakými obtížemi si ještě historicky docela nedávno naši předkové osvojovali způsoby civilizovaného chování. Popisuje, jak v prostředí dvorské kultury se na samém počátku moderní doby přední šlechtici učili zvládat to, co dnes považujeme za elementární základy kulturního jednání. Učili se jíst přílborem, smrkat do kapesníku a neodkládat sousto, které již nakousli, zpět do společné mísy. Neméně pracně se učili pacifikovat své vzájemné vztahy, tlumit agresivitu, krotit výbuchy vzteku a zlosti.

Tento velmi pozvolný proces kultivace a pacifikace mezilidských vztahů našel svůj odraz také v rovině teorie. Začíná se mluvit o společenské smlouvě, kterou lidé mezi sebou uzavřeli, aby se ochránili před válkou všech proti všem, jež činila jejich život příliš hrubý, drsný a příliš krátký. Norbert Elias se jako optimista domníval, že proces kultivace mezilidských vztahů je nevratný, má kumulativní povahu, a postupně zasáhne všechny vrstvy společnosti. Pokrok civilizace se nedá zastavit, a kultivace chování časem prokape i mezi neurozené a chudé.

Ekologické hnutí uvěřilo optimismu podobných představ, když přišlo se svou radikální výzvou: Rozšířme slibně nastartovaný proces kultivace i mimo lidskou obec. Pacifikujme své vztahy ke zvířatům a ke krajině. Rozšířme i na ekosystémy okruh těch, pro něž bude platit smlouva o neútočení.

Ekologické hnutí pronáší, tu s větším, tu s menším důrazem, své výzvy již více než čtvrt století. Črtá vizi civilizace, která dokáže dovést proces kultivace jednání do všech důsledků, takže se bude vztahovat právě tak na naše jednání vůči zvířatům, jako na náš postoj k protějšimu kopci i vzdálenějším stráním. Jako kdybychom však neměli dost sil, času a dobré vůle uzavřít smlouvu s přírodou,

s krajinou a se životem. A co je horší, již uzavřené smlouvy mezi lidmi jsou opakovaně vypovídány.

Ti, kdo před staletími sehráli klíčovou roli při dodržování společenské smlouvy, tedy bohatí a vzdělaní měšťané, mají dnes času nejméně. Spoustu jim ho zabírá budování prosperity. Namísto kultivace mezilidských i širších vztahů, věnují se dnes bohatí a zámožní měšťané v práci, a často i ve volném čase, zvyšování hrubého domácího produktu. Roztočené kolo vynucených výdajů činí z jejich úsilí práci Sisyfovu. Má-li záplatovat alespoň část děr v přírodě i v mezilidských vztazích, které bývají často důsledkem minulého budování prosperity, musí upocený a uřícený měšťan trávit děláním prosperity tolik času, že mu jej stále méně zbývá na její užívání. Navíc ho ta nikdy nekončící dřina zaměstnává natolik, že mu nedovoluje příliš přemýšlet o tom, proč se záplaty na přírodě i na vztazích mezi lidmi stále znova a znova umíněně trhají. Z nedostatku jiných možností přijímá proto vděčně ujišťování ekonomů, podle nichž na lásku ke krajině stejně tak jako na hlubší úctu k životu zvířat či stromů jsme zatím bohužel stále ještě příliš chudí.

Až jednou zbohatneme, až budeme konečně prosperovat, pohneme jistě i s procesem civilizace, který jsme zatím z ryze praktických důvodů nechali dřímát někde na úrovni minulého století. Materiální prosperita, jež poteče vydatným proudem, pak jistě po kapkách prokape i do duchovnějších oblastí a společenská smlouva bude moci být konečně a v plném rozsahu ratifikována.

Cynismus

– patří k nejhlubším základům filozofie společnosti, která kácí vzrostlé stromy podél cest, aby uvolnila místo pro reklamní poutače na svěží zeleň. Nevyčerpatelnou studnici cynismu ve vztahu k ekologii představuje standardní ekonomická věda především ve

svém neoliberálním provedení. Její recept na nápravu ekologických škod vychází z rovnic, jež porovnávají ztráty působené na přírodě se ztrátami, jež by vznikly původci škod, pokud by měl na reparacích zaplatit jen o korunu více, než za kolik toho zničil, rozbil, zaasfaltoval, otrávil či zmasakroval. Na místo člověka, zodpovědného za pečlivé spravování toho, co by sám nikdy nedokázal vytvořit, tak nastupuje podivná figura portýra, inkasujícího útratu v rozmlácené hospodě.

Jinou, a ještě mrazivější formu cynismu osvědčuje logika ekonomické vědy všude tam, kde hovoří o zastupitelnosti zdrojů. Podobné úvahy nejsou vůbec akademické. Plyne z nich například, že vybití velryb, slonů či nosorožců není ekonomickým problémem, pokud je možno za adekvátní cenu produkovat syntetické náhražky velrybího tuku, sloních klů a rohů nosorožců. Logickým dovršením ekonomického cynismu je kalkulace lidských obětí, kterou lze očekávat v určitém časovém horizontu v důsledku vážného poškození přírodního systému. Pečlivé porovnání výše obětí s finančními ztrátami, jež by firmám či jednotlivcům vznikly v důsledku zákazu poškozování, umožňuje kalkulovat budoucí tragédie ekonomicky korektním způsobem. Poměřování počtu obětí v důsledku globálního oteplování se ztrátami, jež by uhelným a ropným společenstvem vyplynuly z omezení těžby, patří ke známějším případům tohoto typu cynismu.

Jiným zdrojem otevřeného cynismu je pojetí svobody člověka, které není ochotno misku lidských práv vyvážit nepohodlným závažím závazků a povinností. To je podstatou cynismu, jenž umožňuje automobilistům tvářit se, jako kdyby právo ohrožovat vše, co si ještě nestihlo obstarat pneumatiky, bylo již zahrnuto v ceně benzínu. Odvoláváme-li se při kácení pralesů, při vybíjení velryb či při zvyšování emisí skleníkových plynů na svou nezadatelnou svobodu, je cynické chlubit se zároveň tím, že za součást svých svobod nepovažujeme ještě přímočařejší způsoby usmrcování svých bližních.

Vrcholem cynismu tohoto druhu je zvolání onoho solidně vyhlížejícího pána, jenž v diskusi s ekology pronesl: „Ponechte přece svým potomkům svobodu nalézt si místo ropy, uhlí a zemního plynu, jež my sami vyčerpáme, něco lepšího.“ Se stejným oprávněním mohl přece zvolat: „Otravme našim potomkům studně, a ponechme jim svobodu, aby si místo obyčejné vody našli něco jiného.“

Neochota korigovat své vlastní svobody jakýmkoliv ohledy na dosud nenarozené vymezuje již dopředu rámec svobody příštích generací. Budou mít nepochybně plnou svobodu nalézt způsob, jak nejpříjemněji prožít své krátké životy v zamořeném prostředí. Budou mít plné právo vybrat si, chtějí-li raději strádat nedostatkem tekutin, či raději potravin, a nikdo nebude zajisté bránit těm nejnáročnějším strádat zároveň nedostatkem obojího.

Vrcholnou školou cynismu je pak vše, co souvisí s atomovou energií, počínaje sliby ministrů předdůchodového věku držet pod kontrolou záření ještě alespoň pět či šest tisíc let a konče blahosklonnou ochotou podniku zaplatit alespoň zlomek škod těm, kdo by výbuch snad přece jen nějakým zázrakem přežili.

Liberalismus od svého počátku podmiňuje zcela správně právo na svobodu nutností zastavit svou vlastní pěst před tváří druhého. O tom, jak odstínit tváře druhých od případného záření, jež může být důsledkem naší volby, otcové liberalismu nikde nepíší. V každém případě se však zdá, že tvářičky dosud nenarozených jsou až příliš křehkým cílem, než aby mohly být svěřeny do péče pěsti, byť by byla – ostatně stejně jako ona jaderná radiace – dokonale neviditelná.

Čas

– podle francouzského sociologa Emila Durkheima si lidé své pojetí času odvozují od rytmu sociálního života. Je tomu tak také

v podmínkách společnosti prosperity. Především v ní dochází k radikálnímu rozvolnění mnoha vazeb, jimiž byl vždy v minulosti čas společnosti svázán s časem přírody. Základem tohoto úzkého propojení byla vázanost sběračských, loveckých a zemědělských kultur na dění v přírodě, periodicky se opakující v závislosti na slunečním cyklu. Význam tohoto spojení potvrzovaly svátky, přizpůsobené ročním dobám. Svátky v symbolické rovině propůjčovaly majestátně plynoucímu času jeho posvátnost. Svátky byly místem, v němž život celé společnosti přicházel do kontaktu s vyšším řádem a upravoval podle jeho impulzů své vnitřní hodinky.

Moderní společnost strukturalizovala tok času svým vlastním způsobem. Kostru prožívání času v ní tvoří v měřítku dne, ale také týdne a celého roku základní cyklus „práce – nákup – spotřeba“. Tento cyklus probíhá zcela nezávisle na střídání ročních období, vegetačního času, dokonce i světla a tmy. Člověk přitom nikdy nepřestal být lovcem a sběračem. To pouze v rámci cyklu nastartovaného společností spotřeby moderní lidé postupně vystupují jako lovci a sběrači peněz, lovci a sběrači zboží, lovci a sběrači zážitků. Sběr peněz, zboží i zážitků probíhá podle téže formule, jež praví, že čas jsou peníze, a velí neustále zvyšovat míru jeho využití. Získávání peněz, zboží a zážitků vyčerpává veškerý čas a neponechává prostor ani pro odvěkou opozici, která vždy v minulosti život lidí zásadním způsobem strukturalizovala, tedy pro opozici profánního a posvátného. Posvátné a profánní se dokonale promíchalo a vzniklá beztvářá směs vyplnila rovnoměrně čas věnovaný práci, nákupům i zážitkům.

V době práce je promísena všední rutina s participací na posvátné tvorbě zisku a budování modly hrubého národního produktu. Čas nákupů se odvíjí v kulisách zázračných supermarketů, těchto luxusních chrámů moderní doby, z nichž penězomenci definitivně vyhnali kazatele. Čas sběru zážitků si formálně podržel sváteční charakter, nekompromisně ho však zprivatizoval. Namísto svátků

jako rekreace, tedy znovuoobnovení sociálního řádu po vzoru věčně se obnovujícího řádu přírodního, nastoupila individuální rekreace, během níž je nutno co nejefektivnějším způsobem spotřebovat nakoupené.

Symbolem této ritualizované spotřeby se staly bohužel Vánoce, krátké období oddělující čas hektických předvánočních nákupů od času nástupu do nové práce. Vánoce jsou poslední příležitostí, jak posunout jazýček roční spotřeby zase o kousek nad loňskou úroveň a podat nové svědectví o zázraku ekonomického růstu. Předvánoční nákupy jsou spásou pro vše neprodejně, co by jen neproduktivně zatěžovalo sklady otevřené vstříc nové prosperitě. Vánoční rituály spotřeby, posvěcené reklamou na rozzářené dětské pohledy, lehce umožní dorovnat schodky v celoročních bilancích.

Vánoce se tak opět stávají určitým symbolem. Tentokrát již nikoliv symbolem znovuzrození člověka, společnosti a veškeré přírody. Mění se v symbol utrácení a alespoň přechodné hojnosti, v příslib prosperity, který bude vzápětí vykoupen několika týdny tuhého lednového nákupního půstu.

Zatímco v případě Vánoc stále ještě přetrvává dnes již nepochopitelná závaznost svátků, vyhlašovaných ve stejnou dobu pro všechny zúčastněné, skutečným bodem individualizované rekreace a privatizované revitalizace se stala dovolená. Tomuto času intenzivního sběru zážitků je, s výjimkou nejbohatších vrstev, které si běžně z platu na dovolenou odkládat nemusí, odváděna daň z příjmů po celý rok. Čas dovolených je nejdražší prodáváným časem, a proto se stále větší část průmyslu specializuje na pečlivé organizování, předvádění a prodej neopakovatelných a vkusně balených, jednou ročně dovolených zážitků. Jejich ceník je jednoduchý a vcelku přesně kopíruje příjmové kategorie. Ve své horní části kupujícím umožňuje sbírat letní zážitky uprostřed zimy a zážitky zimní i vprostřed parného léta, čímž definitivně přerušuje vazbu mezi časem člověka a rytmem přírody. Dopřát možnost takového přerušování odvěkých

souvislostí pro co největší počet vyvolených je považováno za jeden ze spolehlivých indikátorů postupující prosperity.

Čistá řezničina

– pokaždé, když odpůrci McDonalda protestují proti některé z nablýskaných provozoven, snese se na jejich hlavy tvrdá kritika ze strany velkých estétů: „McDonald’s vám vadí, ale malých, zaplivaných, zastrčených řeznických krámků si nevšímáte!“

Tato námitka míří přímo k jádru věci, i když trochu jinak, než si představují estéti. Ti se ostatně proviňují proti jednomu ze základních pravidel estetiky, jež říká, že obsah čehokoliv by měl být v souladu s formou, kterou je prezentován. Jinými slovy: špinavý obsah má mít ušmudlanou formu, zatímco forma křišťálová by měla být doprovodem průzračných obsahů. Je-li tomu naopak, jedná se buďto o neprofesionalitu anebo o pokrytectví.

Provozovatele McDonaldu nikdo neviní z neprofesionality. K čemu vlastně v jejich nablýskaných chrámech konzumu dochází? Přinejmenším k jedné velké a velice nebezpečné transformaci. Dochází v nich ke kouzelné přeměně značného utrpení v pokus o estetický zážitek. Vojensky organizované chovy, mučivé transporty a následná průmyslová jatka zvířat mají být přeměněna do podoby posezení v prostředí, jež může být méně náročnými návštěvníky vnímáno snad dokonce jako prostředí kulturní. Stres, krev a pach hromadné smrti mají být transsubstancovány do podoby rodinné idylky, příjemného posezení s přáteli a pohodové atmosféry. Nic takového se v malých, zaplivaných a zastrčených řeznických krámech neděje. Namísto falešně nasládlého úsměvu navoněného personálu visí zde háky na maso.

McDonald’s se stal jedním z nejúspěšnějších a zároveň nejvýznačnějších symbolů společnosti, v níž je konzumu přiznáno

ústřední místo v hodnotách. Vše v těchto provozovnách směřuje k přeměně konzumu v jakýsi tajemný novodobý obřad. Podniky McDonalda servírují maso a krev v podobě nového boha, boha zažívací prosperity. Noví věřící zde přijímají pod obojí hamburger a coca-colu a celý kult se točí kolem zážitků zažitých při zažívání v těchto příslibem nevšednosti provoněných prostorách. Nablýskaná skla a naleštěný mramor jídelních chrámů jim přitom brání poznat, co vlastně povznáší jejich věčný apetit.

Vše je založeno na přísném oddělení pečlivě vytvářeného zdání na straně jedné a holé, syrové reality na straně druhé. Mcdonaldizace vzdaluje lidi od skutečného světa a přenáší je do světa pečlivě naaranžovaných iluzí. Provozovny McDonalda jsou jakýmsi fitcentrem, kde si každý může natrénovat ve zvlášť vstřícné atmosféře všechny příjemnosti života ve lži. Bolest, strach a užaslý údiv vojensky, strojově likvidovaných zvířat jsou zde více či méně dovedně přeměňovány v pohodu, elegantnost a nezávaznost příjemného posezení. Stejného principu bylo ostatně použito v první dokonale mcdonaldizované válce, ve válce v Perském zálivu, která byla nenasytným pohledům lehce vzrušených diváků servírována jako dokonale hygienická, zaručeně sterilní a s chirurgickou přesností vedená ozdravná operace.

McDonald's je nebezpečný, protože v nás dovedně budí iluzi, že maso lze jíst bez krutého zabíjení zvířat a válku lze vést bez prolévání lidské krve. Budí v nás iluzi, že můžeme dle vlastní chutě obcovat se smrtí, a zároveň zůstat neposkvrnění. Krví páchnoucí poctivá řeznictví tyto ambice neměla. Možná proto se v nich estéti cítí tak stísněně.

Lze si představit snad jen jediný způsob, jak McDonalda přiblížit alespoň o kousek pravdě. V každé jeho vývařovně by mohlo být zavěšeno plátno, na němž by obchodní přátelé a rodinky s dětmi mohli při svátečním posezení sledovat scény z průmyslového chovu, následného transportu a konečné přípravy náplní hamburgerů.

Možná by se podniky McDonalda poněkud vyprázdnily. Kdo ví? V každém případě by však lidé měli větší prostor pro informovanou, a tedy svobodnou volbu.

Dálnice

– tvoří základ infrastruktury veškeré prosperity, a jsou vzácně upřímnou ilustrací jejího vysoce agresivního a krajně destruktivního charakteru. Rozřezávají krajinu, když chirurgicky sterilním řezem narušují přírodní spojitost, aby umožnily o to vydatnější tok stále masivnějšího proudu osob a zboží.

V nejvyspělejších zemích si již dnes dopravní toky vyměňují místo s toky přírodními, a tak zatímco ještě před půlstoletím představovaly dálnice jen první ojedinělé zásahy do celistvosti krajiny, dnes jsou s velkými náklady pod nimi budovány průchody pro zvěř, jejíž zbytky jsou systematicky masakrovány právě v důsledku toho, že její přirozené koridory byly hustou dálniční sítí na mnoha místech necitlivě přerušeny. Konečným cílem výstavby dálniční sítě je rozřezat krajinu na natolik tenké proužky, aby se z široce diverzifikovaného přírodního prostoru stal co nejhomogennější prostor manipulační, zajišťující rozvoz zboží a svoz odpadu od populace funkčně přilepené k asfaltu cest. Dálnice věrně ilustrují obecný vzorec organizované modernity: představují abstraktní strukturu, jež může být aplikována všude, zcela bez ohledu na původní místní podmínky a lokální svéráz. Dálnice rozřezávají naprosto stejným způsobem krajinu v jakékoliv části světa od Peru až po Malajsii a od Českomoravské vrchoviny po Ecuador. Vzorce jednání, které se s dálnicí šíří, jsou právě tak univerzálně sterilní jako dálnice sama.

Zároveň s tím, jak rozšiřují dosažitelnou vzdálenost a překonávají veškerý odpor krajiny, vytvářejí bariéru mezi uživateli a těmi, kdo žijí třebas v bezprostřední blízkosti, nemají však k dálnici

přístupový vjezd. Také v tomto ohledu je dálnice vzorným výrazem organizované modernity. Klade proti sobě situaci kosmopolitní, jež lidem umožňuje snadno překonávat jakékoliv distance, a situaci lokální, jež vyjímá z jejich dosahu už třeba pole za silnicí či protější stráň. Dálnice zvyšuje svobodu pohybu, ovšem za cenu, že ji vplétá do rámce přísných organizačních předpisů a nařízení, jež zakazují mnohé z toho, co ještě umožňovaly dřívější cesty a silnice.

Disciplinarizace obyvatelstva se neomezuje pouze na dopravní nařízení a předpisy a dálnice jsou kromě důvodů ekonomických preferovány též z důvodů politických. Plní v krajině podobnou funkci, jakou v minulém století plnila v Paříži výstavba širokých bulvárů. Umožňují rychlé přemísťování ozbrojených sil státu a zvyšují možnosti dohledu nad populací na veškerém teritoriu. Dálnice je klasickou ilustrací bludného kruhu, v němž se pohybuje moderní úsilí o prosperitu obecně: Každý nový kilometr dálnic slibuje rozšířit volnost dopravy, zároveň však přiláká o to větší kvantum automobilů. Výsledkem jsou stále delší dopravní zácpy, jež vzápětí slouží jako argument pro stavbu nových dálnic, a tím připravují podmínky pro ještě delší a častější dopravní zácpy. Země prošpikovaná hustou sítí dálnic dává všem občanům stejnou svobodu přemísťovat se mezi místy, jež se sobě stále více podobají, žít přitom v prostředí zatěžovaném zplodinami mobility druhých a svůj volný čas trávit v periodicky se opakujících předsvátečních, svátečních a posvátečních dopravních zácpách. To vše za pečlivé regulace dopravní policie.

Deregulace

– je jedním z ústředních hesel neoliberální ekonomiky a politiky. Oficiálně znamená odbourání všech překážek, jež brání rozvoji svobodného trhu jako nejvyššího garanta všelidové prosperity.

Ve vyspělých zemích jsou za takové překážky považovány normy a instituce umožňující chod státu. Deregulace zde fakticky slouží k omezení hospodářských aktivit kontrolovaných veřejnými institucemi demokratického státu a k přenesení těchto aktivit na byrokraticky komplexní nadnárodní společnosti. V důsledku toho se vytrácí i minimální možnost demokratické kontroly, a deregulovaná aktivita se přesunuje do sfér pro veřejnost zcela neprůhledných. Neoliberalismus se svým požadavkem deregulace tak vcelku úspěšně funguje jako ideologie internacionalizovaných superkartelů, které svými monopolními tendencemi omezují možnost rozvoje skutečně tržního prostředí.

Deregulace umožňuje velkým firmám s celosvětovou působností vyřazovat z trhu drobné a střední firmy, působící pouze v rámci jediného regionu či jediné země, a tím koncentrovat kontrolu v dané oblasti. V letech 1980 až 1990, tedy v době úspěšného prosazování politiky deregulace, poklesl například počet firem zásobujících svět pneumatikami ze třinácti na šest, přičemž jejich podíl na světovém prodeji se zvýšil z 60 % na 85 %. Předpokládá se, že během několika dalších let dojde k situaci, kdy tři či čtyři největší výrobci pneumatik budou zásobovat již veškerý světový trh. Prostřednictvím politiky deregulace tak liberalismus vysoce efektivně a v celosvětovém měřítku popírá sám sebe.

Dělba práce

– patří k organizačním základům veškeré prosperity, neboť obrovsky zvyšuje účinnost výrobní, ale i vědecké a v menší míře i administrativní činnosti. Dělba práce je však také nezbytným mentálním doprovodem prosperity, neboť umožňuje nevidět důsledky, k nimž dělání prosperity zcela rutinně vede, a tak pomáhá udržovat prosperující společnost v příjemném rozpoložení. Postupující dělba

práce je oslavována ekonomy a sociology již přibližně po dvě stě let. Prozíravější z nich si však zároveň kladou již dlouho otázku, není-li tajemství dělby práce ještě v něčem jiném, než ve zjednodušení a vyšší účelnosti výroby. Opakovaně dospívají ke zjištění, že ekonomické přínosy dělby práce jsou podezřele často vykupovány vyššími náklady v oblasti lidského kapitálu a kapitálu přírodního. Ekonomický zisk spjatý s dělbou práce nevzniká z ničeho. V oblasti lidské činnosti je vykoupen odsouzením pracovníka k monotónnímu opakování omezené sady nacvičených úkonů. Vzniká tedy za cenu deformace jeho osobnosti, jejíž schopnosti jsou tříštěny a drobeny ve stejném rytmu jako práce, kterou vykonává. V oblasti ekologické poukazuje na stinné stránky vysoce rozvinuté dělby práce studie Stefanie Böge z institutu ve Wuppertalu. Zjistila, že při výrobě obyčejného jahodového jogurtu naježdí automobily téměř 3500 kilometrů, aby bylo možno dát dohromady to, co je vyráběno po částech na desítky míst v Německu a okolních zemích. Stinnou stránkou rozvinuté dělby práce zde jsou nezaplacené dopady ustavičného popojíždění na životní prostředí. Pokud by tyto dopady měly být promítnuty do ceny jahodového jogurtu, bylo by možná výhodnější produkovat jahody, mléko i kelímky v rámci téže farmy či družstva, byť by to bylo z hlediska moderní dělby práce neomluvitelně staromódní.

Dělba práce dokáže skutečné zázraky. Kromě toho, že zbavuje zodpovědnosti za celek, zbavuje každého stejně spolehlivě také zodpovědnosti za to, co dělá on sám. Posoudit správnost či nesprávnost dílčího úkonu není bez znalosti celkového výsledku dost dobře možné. Zvláštní shodou okolností zbavuje tímto způsobem dělba práce nás všechny starostí právě v době, kdy problémy a rizika se globalizují. Blahodárná dělba tak způsobuje, že temné hrozby zůstávají milosrdně ukryty za horizontem, za nějž málokdo z pilných specialistů dohlédne. Dává lidem potřebný klid, jenž je tak důležitý pro práci na získání ještě vyšší specializace.

Dělba práce tak nastavuje tu správnou perspektivu. Jakákoliv snaha o celistvé vidění se v ní nutně jeví jako projev nebezpečného amatérismu a nezodpovědné nekompetentnosti. Naproti tomu z nezájmu o širší souvislosti činí ctnost, která každému spolehlivě brání propadnout příliš neekonomické roztěkanosti. Výsledkem bývá, že všichni co nejpečlivěji a nejsvědomitěji pracují... Na čem vlastně?

Dělba rizik

– nejen práce je tím, co si členové moderní společnosti mezi sebou rozdělují. Podle jiného klíče si rozdělují vyrobené statky, a také nárok na poskytované služby. Rozdělují si však mezi sebou také něco, co je ještě méně atraktivní než ta nejhorší práce a co zároveň dokáže pořádně znechutit spotřebu i těch nejvybranějších statků a nejatraktivnějších služeb. Rozdělují si mezi sebe nová a neobvyklá rizika.

Tato zbrusu nová rizika nelze v jejich sociálních dopadech vždy ohraničit tak přesně a přehledně, jako to bylo možné u hrozeb, jež znepříjemňovaly život ještě ve století minulém. Mnohé hrozby atomového věku nerespektují žádné sociální bariéry a uvolněné záření dokáže člověka provrtat až do morku kostí zcela bez ohledu na jeho příjmovou kategorii a politickou orientaci. To je nepochybně velký pokrok oproti minulému století, které sužovalo svými zdravotními a sociálními riziky především ty, kdo žili v nedostatku a bídě. Emancipace dnes pokročila, a tak i těm nejzámožnějším hrozí rakovina kůže přímo z rukou středních a nižších vrstev, jsou-li vybaveny dostatečným počtem freonových sprejů. Podobně atom, ať již v podobě bomby či elektrárny, představuje typ rizika, jež zcela kolektivisticky ohrožuje i ty, kdo vyznávají ideologii nejčistšího individualismu.

Kromě toho však přetrvávají a nově vznikají rizika, která jen kopírují dřívější nerovnosti. Bohatí si mohou bezpečí alespoň před některými riziky do jisté míry vykoupit. Čím dostupnější se stávají automobily, tím většího bohatství je zapotřebí, chce-li člověk utéci z dosahu věčného hluku automobilů. Člověk nemůže být chudý, chce-li jíst zdravě, bydlet ve zdravém prostředí, pít čistou vodu a dýchat čistý vzduch. To jediné, co i v minulosti bylo dostupné každému chudásovi, stává se ve společnosti prosperity pozvolna lahůdkou pro vyvolené.

Jak poznamenává Ulrich Beck, hlavní dělba v oblasti rizik spočívá v dělení na ty, kdo novými riziky pouze trpí, a ty, kdo jimi sice též trpí, zároveň z nich však dokáží mazaně profitovat. Rizika ohrožující naprosto všechny jsou totiž tržními šancemi některých. Zde probíhá dělicí čára především mezi zeměmi Severu a Jihu. Vyspělost Severu je dána tím, že chytrý Seveřan dokáže z rizik a ohrožení, jež sám plodí, zároveň vydatně profitovat. Zaostalost Jihu se projevuje naopak tím, že ke své vlastní bídě přidává nová ohrožení, jež jsou vesměs důsledkem bohatýrského konzumu někoho jiného. A tak, i když riziko globálního oteplování padá na vrub především Seveřanů, případné oběti klimatických změn se budou týkat přinejmenším v prvních fázích především obyvatel Jihu.

Tradiční ohrožení bídou a nedostatkem vedlo k sociálním nepřetím a čas od času ke krvavým revolucím. K čemu může vést nerovná distribuce nových rizik a ohrožení, není zatím příliš zřejmé. Pravděpodobně rozhodne, zda převáží rizika, z nichž se lze vykoupit, anebo naopak rizika, z nichž není pro nikoho úniku. Čím větší váhu budou mít ta první, tím vyšší bude tlak na pouhé oddalování jakéhokoliv řešení a tím mocněji budou znít hlasy těch, kdo budou tvrdit, že existence nových rizik je jen daní za nové a nebývalé svobody. Čím větší váhu budou mít naopak rizika univerzální, tím menší je předpověditelnost toho, co všechno se může přihodit.

Domácnost

– mít vlastní rodinnou domácnost je určitým archaismem, který sice ještě přežívá na okraji společnosti blahobytu, pro samotnou prosperitu však nemá většího významu. Rodinná domácnost je z hlediska moderní ekonomiky nepohodlná tím, že představuje jeden z posledních ostrůvků předprůmyslové společnosti, v jehož rámci zatím nedošlo k uplatnění progresivních tržních vztahů. Domácnosti jsou historické fosilie přetrvávající ještě z dob, kdy samostatnost a soběstačnost patřily k uznávaným hodnotám. V rámci domácností se vyrábělo, což omezovalo rozvoj primárního a sekundárního sektoru. V rámci domácností se také léčilo, opatrovalo a sociálně zajišťovalo, což podvazovalo možnosti rozvoje terciéru. Dnes se v domácnostech alespoň konzumuje, nijak výrazněji však k rozvoji prosperity nepřispívají. Práce, jež je v nich vykonávána především zásluhou žen, neprochází žádným zdaněním, a nepřispívá proto ke vzrůstu národního bohatství. Je to v podstatě práce ilegální, konaná načerno, a proto je jen logické, že jsou ženy za její výkon pokutovány alespoň nižšími platy v sektoru primárním až terciálním.

Věda ekonomická raději dění v domácnostech, pokud je to jen možné, ignoruje. Homo economicus totiž nikdy nebyl dítětem, narodil se již jako dospělý muž s kravatou, od narození je si plně vědom svých preferencí a racionálně bilancuje všechny své svobodně uzavírané kontrakty. Díky tomu nikdy nemusel platit mamince za přebalení, a podání sunaru nemusí být účtováno zvláště s přihlédnutím k noční sazbě. Všechny směny probíhající v domácnosti je nutno ignorovat, neboť jinak by mohl vzniknout zcela mylný dojem, že přežít lze i bez volného trhu, dokonce snad i bez trhu globalizovaného.

Také společný konzum, poslední funkce, pro kterou je domácnost z hlediska prosperity ještě použitelná, je bohužel omezován

tím, že zejména předměty středně a dlouhodobé spotřeby jsou zde užívány kolektivisticky. Spotřebu lze maximalizovat jedině tehdy, je-li přísně individualizovaná, a z tohoto hlediska znamená přetrvávání domácností vždy určitou sabotáž tržních vztahů. Naděje spočívá v rychlém osamostatňování dětí, v neochotě více generací sdílet společnou domácnost a v růstu počtu automobilů na počet domácností. To vše však přináší pouze dílčí vylepšení tržní bilance, konečné řešení je nutno spatřovat v rychlejším tempu rozpadu manželských domácností. I když moderní společnost se svým podněcováním individualizovaných očekávání učinila pro to již mnoho, stále ještě zůstávají určité rezervy. Urychlený rozpad existujících rodinných domácností je právě tak v zájmu růstu poptávky po vlastních bytech, jako růstu poptávky po stravování v restauračních zařízeních, prospívá službám v oboru advokacie a manželského i rodinného poradenství, právě tak jako obchodníkům s nemovitostmi. Vysoká míra rozvodovosti je zkrátka v každém ohledu pro růst prosperity výrazně příznivější, než mohou být stabilní, a v určitých směrech dokonce soběstačné domácnosti. Domácnost zůstává prostě skvrnou na jinak sličné tváři prosperity a zůstane jí tak dlouho, dokud manželé nebudou platit manželkám za uvaření oběda, manželky manželům za vyklepání koberců a děti rodičům za vožení v kočárku. Teprve po řádném sečtení všech těchto poplatků budeme vědět, jak bohatí ve skutečnosti jsme. Dokud však falešné formy rodinné solidarity tyto transakce kryjí, bude naše prosperita vždy jen polovičatá.

Dopravní zácpa

– *Für freie Bürger freier Stau* (Pro svobodné občany volnou dopravní zácpu) vyzývá Dietmar Klenke v titulu své knihy pojednávající o dopravní politice německé vlády. Dopravní zácpy nejsou problémem

cestářů, a už vůbec ne ministrů dopravy. Dopravní zácpy jsou v prvé řadě ožehavým problémem liberálně založených filozofů a politologů. Jsou totiž zvláště názornou a příkladně tíživou každodenní ilustrací „tragédie občiny“. Jedná se o to, že ideál neomezené individuální svobody nemusí vést ke vzrůstu blaha všech, ale právě naopak ke zruinování zdrojů, zvláště mají-li povahu veřejných, každému přístupných statků.

Garrett Hardin píše již koncem šedesátých let o obecní pastvině, na kterou mají volný přístup všichni, takže jednoho dne nutně překročí stavy pasoucího se dobytka její únosnou kapacitu. Každý další kus navíc jen zhorší situaci všech. Moderní společnost tento problém ani trochu nevyřešila tím, že pastviny, kde jen mohla, velkoryse vyasfaltovala a zalila betonem. Řidiči na nich prohánějí den ze dne vyšší počet aut, každý nový automobil snižuje manévrovací prostor pro ty ostatní.

Liberalismus dokáže odepřít někomu svobodu jednání jedině v tom případě, že svými činy více či méně záměrně a vědomě poškozuje druhého. Zdá se však, že liberalismus nemá recept na mnohem záluďnější situace, kdy se do hry dostávají vedlejší, nezamýšlené důsledky jednání. Žádný řidič si zaručeně dopravní zácpu nepřeje, přesto k ní však každý svým dílem přispívá. Díky své svobodě prohánět po vyasfaltované pastvině svůj přiděl ojetých koňských sil poškozuje ostatní, a přispívá ke vzniku situace, na kterou doplácí v neposlední řadě také on sám.

Vzniká tak pro liberály velice ošklivá zápleтка. Svoboda, je-li realizována dostatečně vysokým počtem lidí, nepřispívá ke vzrůstu blaha všech, ale poškozuje všechny zúčastněné. Poškozuje je i přesto, že každý realizuje své jednání zcela bez úmyslu kohokoli druhého poškodit.

Jsou zde jen dvě možná řešení. Můžeme vyasfaltovat další a další pruhy země, abychom naši betonovou pastvinu podle rostoucí poptávky zvětšili. Právě to se děje již řadu desetiletí, aniž by to

vedlo k něčemu jinému než k rostoucímu počtu aut a ke stále častějším a delším dopravním zácpám na stále prodlužovaných a rozšiřovaných dálnicích. Druhou možností je nějakým způsobem omezit svobodu řidičů prohánět své plechové hřebce po zoufale přetížených komunikacích. To je možno učinit i důsledným a zcela korektním uplatněním poplatků, které by plně odrážely skutečné náklady na provozování osobního automobilu, včetně škod působených na přírodě, na ztrátě času druhých řidičů, na snížené možnosti potomků prolévat motory svých aut stejnými objemy benzínu jako my atd. atd.

Bez ohledu na to, podle jakého klíče by byli z pastviny vzdáleni přebyteční honáci, bylo by dané opatření z jejich strany považováno za nebetyčnou nespravedlnost a za krok zpět od dosaženého blahobytu. To nám umožňuje pochopit jednu z iluzí, která je příznačná pro dnešní vnímání prosperity. Touto iluzí je všeobecně rozšířené přesvědčení o tom, že pastvina, kterou máme k dispozici, je neohraničená a táhne se až daleko, daleko za obzor. Je s podivem, že z tohoto snu nedokázalo zatím probudit řidiče ani hlasité houkání a troubení jejich kolegů, kteří spolu s nimi stále pravidelněji a zcela nedobrovolně tráví svůj volný čas v den ze dne delších a hustějších dopravních zácpách.

Drogy

– společnost, která policejně postihuje a direktivně omezuje slibně se rozvíjející trh s drogami, nemůže věrohodně argumentovat jejich škodlivostí lidskému zdraví, jestliže zároveň toleruje, či dokonce podporuje výrobu a prodej alkoholu, cigaret, rizikových technologií a útočných zbraní. Vlastní důvod odporu státní moci vůči drogám je mnohem hlubší a souvisí s obavou, že budou narušeny některé ze základních mýtů, které o sobě moderní společnost pěstuje.

Drogy ruší monopol na konstruování myslitelného světa, a takový monopol bývá podstatnou součástí jakéhokoliv mocenského monopolu. Státní moci nemusí vadit trvalá invalidita těch, kdo drogám propadli. Vytváří se tím přece jen nové pracovní příležitosti v oblasti služeb, což přispívá k růstu hrubého domácího produktu, a to navíc v energeticky a materiálově relativně málo náročném odvětví. Drogově závislí však, na rozdíl od kuřáků, pivařů či obchodníků se zbraněmi, vytvářejí svůj vlastní symbolický svět a v tomto smyslu přestávají být loajálními občany.

Vytváření vlastního symbolického světa, tedy útěk z úředně schválené a mocensky stvrzované reality, je vždy jejím zpochybněním, ať již samotný útěk dopadne jakkoliv. Útěk z reality, který volí ti, kdo se rozhodli pro drogy, je pro realitu státní moci a svobodného trhu dvojnásob nebezpečný. Vyvrací totiž image, který si jak svobodný trh, tak demokratická moc velice pracně po dlouhou dobu vytvářely.

Volný trh v podobě trhu s drogami neplní ty sociálně legitimační funkce, které jsou od trhu očekávány: sladování individuálního blaha s prospěchem celku. Neviditelná ruka trhu, je-li zfetována, ztrácí schopnost transformovat individuální žádostivost v blaho všech. Individuální zisk v podobě libých prožitků sice může subjektivně neobyčejně obohatit konzumenta drogy, tento jeho profit však přispívá ke vzrůstu bohatství všech právě jen v podobě obsazeného nemocničního lůžka, které zajišťuje práci zdravotnímu personálu. To není vše. Právě případ drog navíc ukazuje určitou podmíněnost reálné šíře svobody rozhodování v případě konzumního jednání obecně. Drogově závislý konzument má poměrně značnou svobodu rozhodnout se, stane-li se závislým raději na hašiši, marihuaně, kokainu či pervitinu. Podobně jako běžný občan konzumně orientované společnosti nemá však ani on již srovnatelnou možnost nevybrat si žádnou z nabízených drog, nechce-li prožít nepříjemný abstinenční syndrom. Svoboda zvolit si podle vlastního uvážení z předložené nabídky je iluzorní svobodou v té míře, v jaké chybí

volnost nevybrat si z nabízeného sortimentu nic, a přitom individuálně či sociálně nestrádat. S jistou mírou nadsázky lze říci, že abstinenční syndrom člověka, jenž si nemůže koupit novější značku automobilu, modernější hi-fi soupravu a nejučinnější americký vysavač sice nemá fyziologický průběh abstinenčního syndromu narkomana, může však deprivovat neméně. Míra skutečné svobody (třebas tvůrci reklamy tvrdí z pochopitelných důvodů opak) je zde velmi sporná a drogy jsou společnosti nebezpečné proto, že na tuto podmíněnost upozorňují a ilustrují ji zcela průhledně.

Drogy však zpochybňují též image, které si o sobě demokratická společnost tvoří v rovině politické. Zde se prezentuje v protikladu ke společností opřeným o policejní dohled a násilí. Drogy, podobně jako atomová energie, ukazují vratnost onoho procesu, v jehož průběhu dohled a policejní moc ustoupily do pozadí a přiznaly více prostoru lidským a občanským právům. Snaha aktérů podnikajících na trhu s drogami získat pro své podnikání co nejvíce svobody vyvolává i u demokratické státní moci snahu více své občany kontrolovat. Z hlediska liberální ideologie trhu je tento vztah přinejmenším nepříjemný.

Drogy, které svým uživatelům zpočátku sugerují pocit svobody, spoutávají rostoucím dohledem celou společnost. Tisíce dávek pocitu volnosti a absolutní svobody je přesně totožných s tisíci dávkami finančních injekcí, na nichž spočívá plynulá reprodukce mocných organizací, které tím, že zabíjejí podle čistě tržních principů, probouzejí zároveň k činnosti nejméně demokratické ze sil, jež dřímají kdesi hluboko v základech moderní společnosti.

Elitář

– v novořeči neoliberálních ekonomů je jím každý, kdo by chtěl druhým předepisovat jejich preference, a tím omezovat svobodu

jejich volby. Elitářem je tedy právě tak sociální pracovník, který tvrdí, že otcové početných rodin by neměli propíjet svou výplatu v kořalkách, jako je jím lékař, který by lidem chtěl sugerovat, že bůček je pro ně méně vhodný než špenát s bramborem. Elitářem je pochopitelně též každý, kdo veřejně hlásá, že lidé by měli číst spíše krásnou literaturu než prohlížet si pornografii a měli by dávat přednost vážné hudbě před discoshow. Elitáři chtějí lidem vnucovat své vlastní preference, neberou přitom ohledy na svobodnou volbu alkoholiků a zraňují právo sběratelů pornokazet na svůj vlastní vkus. Ekonomové sami jsou vůči elitářství naštěstí naprosto imunní a v rámci platných mzdových, důchodových, daňových, cenových a dalších předpisů ponechávají každému naprostou volnost, co vše si do svého konzumního koše naloží. Elitáři jsou nebezpeční, protože mají ekonomicky naprosto neracionální výhrady k právu každého maximalizovat své uspokojení v jakémkoliv ohledu, zpochybňují legitimitu naplňování určitých potřeb, a tím vytvářejí precedens pro kritické posouzení konzumní závislosti obecně. Běžný elitář se nejprve projevuje kritikou reklam na cigarety, aby posléze začal zpochybňovat právo na výrobu a výhodný prodej útočných zbraní, jednoho z pilířů naší mírové ekonomiky. Proto je tak důležité, aby neoliberální ekonomové s důsledností sobě vlastní při každé příležitosti, tedy třeba i ve volném čase na svých tenisových kurtech, při recepcích a golfových turnajích podezřelé elitáře odhalovali a upozorňovali na protilidovost jejich postojů.

Externality

– patří sem vše, co vzniká při děláních prosperity, a přitom působí takovým způsobem, že to prosperitu snižuje. Bez dálnic by nebylo rychlého přesunu zboží a osob na větší vzdálenosti, s dálnicemi však není původního svérázu krajiny, původního klidu přírody ani

původního koloritu dřívějších, méně pompézních, ale také méně uspávajících a méně často ucpaných cest. Negativní externality označují ve slovníku ekonomů všechno to, co žádná ze stran uzavírající určitou smlouvu nechtěla, přesto to však vzniklo a někomu to škodí.

Budování prosperity je líhni externalit. První a nejdůležitější z nich vyplývá ze skutečnosti, že prosperita, má-li být vůbec budována kalkulatelným způsobem, musí být zredukována na prosperitu hmotnou, tedy na materiální blahobyť. Ekonomové nikdy netvrdili, že hmotný blahobyť stačí ke štěstí lidí, zároveň si však velká část z nich brání přiznat, že právě vytváření ekonomicky registrovatelného blahobytu může ohrožovat ostatní složky spokojeného života, ať již v podobě uspokojivých mezilidských vztahů, anebo alespoň relativně neporušeného přírodního prostředí. V tomto smyslu se samotná logika úzce ekonomického myšlení stává vydatným zdrojem těch nejtěžších externalit.

Přímo čítankovým příkladem je budování supermarketů, jež jsou z hlediska čistě ekonomického nejefektivnějším způsobem, jak distribuovat vyrobené zboží. Tento způsob je natolik efektivní a finančně výhodný, že o rozsahu externalit, jež vyvolává, se zatím raději příliš nemluví. Patří k nim ohrožení tradičního rázu měst, úpadek drobného obchodu, diskriminace kupujících bez vlastních automobilů, růst monopolizace v oblasti distribuce, růst nezaměstnanosti, pokles kvality sociálního zabezpečení zaměstnanců a řada negativních ekologických dopadů v souvislosti s transportem zboží i s obalovou technikou, na níž je rentabilita supermarketu úzce závislá.

Podobné nakupení negativních externalit je možno sledovat v souvislosti s rozvojem automobilismu, masové turistiky, provozování reklamy a v řadě dalších oblastí úzce spjatých s obrazem prosperity. Rozsah externalit vznikajících jako vedlejší produkty stále stupňovaného úsilí o vyšší blahobyť nabyl již takového objemu, že heslo dosažení prosperity se pod jeho tíží nepozorovaně

transformuje v heslo poněkud skromnější, ale stále ještě hodnotné, a dokonce stále více atraktivní – v heslo pouhého přežití. Ale ruku na srdce: není snad samo přežití z hlediska momentálního zisku jenom jedna velká a ekonomicky dokonale nezajímavá externalita?

Flexibilita

– být dostatečně pružný, ohebný, natahovací, zkrátka flexibilní je základem úspěchu ve společnosti na cestě k prosperitě. Flexibilita je umění vtěsnat se do škvír ve společenských vztazích a z každé z nich vydolovat pro sebe maximum. Flexibilní člověk dokáže být takovým, jakým jej druzí chtějí mít, a to mnohem dříve, než na to druzí vůbec pomyslí. Nedostižný Carnegie kreslí obraz flexibilního obchodního zástupce: Takový člověk ví velice dobře, že ani vy, ani já nechceme nic koupit. Proto ho ani nenapadne nabízet nám zboží, které nutně potřebuje prodat, ale přichází k nám vlastně jen proto, aby vyřešil naše vlastní problémy. Pomáhá nám, stará se spolu s námi, a jen tak okrajově přitom utrousí nějaký ten prášek na praní anebo vysavač. „A zákazník rád cítí,“ pochvaluje si Carnegie, „že sám svobodně nakoupil, aniž by mu někdo něco vnucoval.“

Podobně politická strana, jejíž jedinou starostí v předvolební kampani je získat maximum hlasů voličů, není tak předpotopně strnulá, aby vysvětlovala voličům tento svůj problém. Flexibilně prohlásí, že je zde jen proto, aby na svá bedra přenesla problémy a starosti svých voličů. Občan je takovou obětavostí, kterou nečekal, upřímně dojat, a styděl by se sám před sebou, pokud by se přiklonil k programu jiné strany, které jde beztak jen o to, získat co nejvíce hlasů.

Ten, kdo jedná flexibilně, není blázen, aby se nechal sešněrovat svěrací kazajkou pevných a neměnných zásad. Dokáže být nekompromisně tvrdý, ale dokáže být také neuvěřitelně ohleduplný, obětavý a vstřícný, lze-li na tom alespoň trochu vydělat. „Svět je plný

hrabivců“, říká k tomu Carnegie, „kteří se starají jen o své zájmy. Takže ti vzácní lidé, kteří nesobecky slouží druhým, mají pak neobyčejný úspěch. Nemají totiž v podstatě konkurenci.“

Genové manipulace

– jsou nebezpečné, neboť kompromitují prosperitu přímo v jejím jádru. Zásahy do genetických vlastností rostlin a živočichů patří údajně k nezbytným předpokladům realizace prosperity, neboť mimo jiné umožňují produkovat větší množství potravin a dokonaleji využívat plochu Země pro rostoucí potřeby rostoucího počtu lidí. Sledování prosperity patří údajně k nejpřirozenějším potřebám člověka a jeho společnosti. Genové manipulace, jež jsou stále intenzivněji doporučovány coby nejpřímější cesta k dosažení a rozhojnění prosperity, jsou však samy naprostým popřením jakékoliv přirozenosti a úplným opakem spontaneity. Stěží si lze představit něco direktivnějšího, než je vnější zásah do autonomně se vyvíjejícího živého organismu, umělý zásah, který podstatně mění jeho vlastnosti a směr jeho vývoje. Otázka, která se zde vynořuje, se bude s rozšiřováním genetických zásahů stávat stále palčivější: Proč je (údajně zcela přirozené) směřování k prosperitě stále více závislé na evidentně zcela nepřirozených zásadách do ostatních forem života? Je snad sám život ve své původní, obyčejné přírodní podobě příliš málo přirozený na to, aby mohl důstojně asistovat při dosahování naprosto přirozené lidské prosperity?

Ti, kdo hovoří o škodlivosti zásahů do přirozených lidských preferencí, vycházejí z předpokladu, že právě přirozeně utvořené preference jsou dokonalejší než cokoli, k čemu by jakékoliv dodatečné vnější zásahy vedly. Proč si totiž lidé myslí, že je zapotřebí výrazně intervenovat do spontánního vývoje přírody? Je přirozenost našich stále rostoucích potřeb vskutku natolik zaručena, že může sloužit

jako nezpochybnitelný argument k zásahům do chodu všech jiných živých organismů? Je tedy přirozenost ostatních forem života jen jaksi nižšího řádu, a máme právo ji neomezeně znásilňovat podle svých momentálních potřeb?

Není to náhodou vlastně úplně naopak? Co když je odkaz na na-prostou přirozenost našeho rozhojňování prosperity přes jakékoliv meze pouze mimořádně škodolibou a výjimečně cynickou formou alibismu? Tento odkaz na přirozenost našeho počínání nám umožňuje dosti neomaleně zpochybňovat přirozenost všeho, co zde rostlo a kvetlo miliony let před naším příchodem. V optice prosperity je život nedokonalý, dokud není upraven podle parametrů, podle chutí i choutek toho, kdo se ho chystá právě konzumovat.

Ti, kdo hovoří o přirozenosti stupňované prosperity, si zřejmě představují stvořitele světa jako kuchaře, který až do vzniku člověka nedělal nic jiného, než že pro něj dopředu připravoval (vzhledem k jeho apetitu) směšně malou miskou jednohubek. Důraz na nutnost genetických zásahů je pak poněkud přidrslou stížností jedlíka na to, že krmě nebyla na jeho gusto dost dobrá. Jako kdyby Otesánek v pohádce skončil tak špatně jenom proto, že nezvládal techniku klonování.

Globalizace

– Helena Norberg-Hodge, autorka knihy *Dávné budoucnosti*, vydala svědectví o skutečném průběhu globalizace. Autorka mapuje stopy globalizovaného pokroku, jenž docela nedávno navštívil i zemi Ladak, až dosud zapomenutou oblast ležící vysoko ve srážkovém stínu tibetských velikánů. Dokonce i na naše zdevastované poměry nepředstavitelně chudý kraj jevil až do nedávné doby všechny známky materiální zaostalosti. Nízká úrodnost horské půdy a nedostatek vody tvrdě limitovaly spotřební možnosti obyvatel. Tytéž okolnosti

však zároveň podporovaly vstřícnost, pohostinnost a jednoduchou radost ze života, jíž se vyznačovala mentalita místních lidí.

V sedmdesátých letech došlo k nečekanému, a zcela radikálnímu zlomu. Ladak dnes představuje laboratoř, v níž lze sledovat, co činí vymoženosti typu televize, banky a splachovacího záchodu se zemí, v níž až dosud nic z toho nikomu nechybělo. Všechny tři zmíněné a mnohé další inovace působí kupodivu v podobném směru – podporují šířící se pocit chronického nedostatku.

Televize vysílající senzační filmy až z dalekého Dillí ukazuje Ladačanům, po čem všem lze toužit. Je toho opravdu hodně – od náramkových hodinek až po elektrický mixér. Spoustu věcí, které ještě donedávna nikomu nechyběly, začínají náhle postrádat všichni. Objev banky jim však zároveň signalizuje, že jim chybí hlavně peníze. Kultura, která skutečný nedostatek kupodivu v minulosti prakticky neznala, hladoví nyní poprvé ve své historii. Ukrutně hladoví po penězích. Za peníze by bylo možno koupit vše včetně báječného euroamerického splachovacího záchodu. První Ladačané již dokázali, že to dokáží – a stalo se cosi nepochopitelného. Namísto nebývalé prosperity zářícího klozetu začala najednou chybět voda. Její málo na zavražování skrovných políček. Ladačanům zvyklým po staletí vměstnat se se svými požadavky do skrovných možností své země chybí dnes prakticky všechno.

Knihu Heleny Norberg-Hodge můžeme číst jako svědectví o skutečných dopadech globalizace ekonomiky a kultury. Ladačané sami v ní vypovídají o tom, zda globalizace podporuje spíše svobodu než závislost. Dnes opouštějí svá usychající políčka a stahují se k hlavnímu městu, desetitisícovému Le. Již brzy jim nebude stačit, a začnou odcházet do blahobytnějších částí Indie. Rozmnoží tam masu potřebných a Světová banka bude moci rozjet další záchranný projekt, protože pokrok se prostě nedá zastavit.

Knihu *Dávné budoucnosti* ovšem můžeme číst také v doslovnějším významu. Zhruba v době, kdy začal být Ladak neúprosně

kolonizován modernou, napsal jistý americký fyzik, že bude prozíravé začít intenzivněji studovat život mikroorganismů žijících v sirných kráterech sopek. Výsledků podobných analýz navrhoval použít jako vodítka pro příští adaptaci lidí na podmínky života v expandujících průmyslových velkoměstech. Pokud budou zachovány dosavadní trendy globalizace se všemi známými sociálními a ekologickými důsledky, nebude na škodu začít intenzivněji zkoumat možnosti života ve světě bez televize, bank a splachovacích záchodů. Z hlediska adaptace na nově vytvářené podmínky se nám mohou dnes ještě živé vzpomínky Ladačanů na život v zemi ležící v trvalém srážkovém stínu docela dobře hodit.

Happy end

– velká vyprávění minulosti mívala svůj happy end. Víra v něj umožňovala lidem žít, a nezřídka umožňovala mocným jejich žití kontrolovat. Dnes máme dobu, která velká vyprávění minulosti sice zásadně odmítá, avšak o jejich happy end by přišla jen velmi nerada. Vymyslela si tedy ideál prosperity. Působí proto tak mocně, že se v něm skrývá příslib vykoupení pro nevěřící. Prosperita je pohádka pro ty, kdo si zakládají na tom, že vůbec, ale vůbec nevěří na pohádky.

Prosperita je vlastně jen krycí jméno pro nového hrdinu, který vjíždí do dějin v košíku nákupního vozíku, aby slavnostně odtroubil definitivní konec věku hrdinů. Neohroženě, kryt pouze štítkem své kreditní karty, zvěstuje příchod časů, které se již konečně obejdou bez dějin i bez vizí.

Má k takovému počínání své dobré důvody. Vždy v minulosti byl happy end něčím, co svou monumentální velikostí s přehledem překrývalo všední zmatky. Často pak byla velikost brutálně zneužita a poté pohozena na smetiště. Hrdina prosperity chce podobnou

tragédii do budoucna vyloučit. Jde na to z té správné strany: hlásá obyčejnou malost. Lidé se přece často zabíjeli ve jménu těch největších ideálů, happy end jim přitom sloužil jen jako nestydaté alibi. Léčba prosperitou spočívá v předpokladu, že ve jménu obyčejné přízemnosti si lidé snad ubližovat nebudou. Není to špatně vymyšleno.

Prosperita je vize, která v sobě nechce mít ani špetku vizionářství. Její příslib je nahozen způsobem, z něhož vůbec nevytušíme, jak bude společnost prosperity vlastně vypadat. Snad to bude společnost, v níž veřejná diskuse probíhá pouze o tom, zda mít v obci benzinovou pumpu jednu či raději dvě. Kdo ví? I když nic přesnějšího o budoucí společnosti prosperity známo není, není to koneckonců ani důležité. Podstatné je, že prosperita nikomu neubere, a všem přidá. Je jako báječná loterie, v níž každý los zaručeně vyhrává.

Happy end v podobě zaručené výhry dovede ovšem, přes veškeré zdání skromnosti, hravě trumfnout všechny velké happy endy minulosti. Dříve i ty nejodvážnější konstrukce šťastného konce přece jen připouštěly, že pro někoho bude konec znamenat zatracení, konečnou ztrátu všech nadějí, neodvolatelnou prohru. Prosperita takto krutá být nedokáže, v ní žádný los nepropadá.

Koneckonců má příslib prosperity vlastně jen jediné slabší místo. Z hlediska provozovatele loterie má víra sázejících na jistotu výhry rozhodně cenu zlata. Jejich rozčarování si naopak provozovatel nemůže dovolit, nechce-li riskovat atraktivitu svého podniku. Řešení je jediné: K vlastnímu tahu nesmí nikdy dojít. Happy end musí být donekonečna oddalován podobně jako hlávka salátu před hlavou krácejícího osla. Proto není vůbec rozumné snažit se uhádnout, jak by mohla společnost prosperity nejspíše vypadat. Nesnažme se tedy projektovat žádné vize. Velký provozovatel loterie by se mohl urazit, a jména šťastných výherců bychom se pak už nikdy nedozvěděli.

Infantilizace

– takzvané primitivní společnosti přisuzovaly obrovskou úlohu dosažení dospělosti a celý jejich sociální život byl zpravidla organizován podle věkových kategorií, kdy rozhodující životní událostí byl právě vstup do skupiny dospělých. Moderní společnost, jež má pro své předchůdce jen útrpný soucit, funguje také po této stránce zcela jinak. Mnoha způsoby udržuje své členy ve stavu trvalé nedospělosti. Pravicoví kritici sociálního státu velmi barvitě, a místy i s patřičnou nadsázkou líčí, jak systém sociálního zabezpečení činí z občanů věčné děti, utíkající se před zodpovědností za vlastní osud do všeobjímající náruče paternalistického státu.

Tato kritika je nesporně pravdivá – přinejmenším z poloviny. Druhá polovina pravdy spočívá v tom, že moderní společnost, i pokud by se obešla bez sociálního státu, znala by stále ještě dost způsobů, jak udržovat své členy ve stádiu trvalé infantilility. Veškerá učenost manažerské vědy je věnována vývoji metod, jež umožňují podřízené řídit a vést takovým způsobem, aby si svou věčnou neplnoletost snad neuvědomili, a nezačali v pracovní době trucovat. Rozvoj rodičovského poradenství dává rodičům na vědomí, že nikdy nejsou dost plnoletí, a tedy zralí na samostatné rozhodování ve věci výchovy svých dětí. Podobný signál vysílají manželské poradny všem, kdo uzavírají sňatek. Také oni si mají uvědomit, že jejich kompetentnost ohledně vlastního života má své meze. Jiní odborní poradci radí formálně dospělým lidem, jak vystupovat ve vztazích s druhými formálně dospělými, další zase radí, jak si uchovat pocit své identity, jak zdravě zhubnout a jak ještě zdravěji přibrat. Žádný z těchto poradců nikdy neprozradí svému klientovi celé tajemství. Má zájem na jeho věčné závislosti, a nemá žádný důvod, proč omezovat poptávku po svých službách. Věčně nehotový, a vždy znovu žádostivě naladěný klient je tím nejvděčnějším zákazníkem.

Činit z dospělých lidí věčně žádostivé tvory, kteří chtějí jednou to, jindy zase tohle a stále škemrají po tom, co ještě nedostali, je náplní práce reklamních agentur. Jejich noční můrou je dospělý člověk, který je vzhledem ke svým tužbám natolik svéprávný, že ví, kdy má dost. Reklamy všech typů se snaží všemi možnými prostředky vývoj tohoto člověka zablokovat. Chtějí mít svého zákazníka na věčné časy v té fázi ontogeneze, kdy touha po nových dárkách je tak silná, že udrží dítě v poslušnosti po celý Štědrý den. Ideálem reklamy nejsou svalnatí muži a lepší ženy, je jím docela nenápadný človíček, který večer co večer počítá, kolikrát se ještě vyspí, než dostane své první horské kolo, svou první motorku či své docela první ojeté auto. Některým vydrží dětinské umazávání čářeček až po jejich docela první milionářský bazének.

Podstatou infantilního chování není dětská hravost, nýbrž předstírání dospělosti, která zatím jaksi chybí. Je to hra na to, že máme spolehlivě pod kontrolou věci, o kterých rozhodují ve skutečnosti jiní. Snad proto vojáci pochodují tak rázně, aby bylo jasné, že nejsou žádné děti. Snad proto v televizi vyhledáváme filmy plné násilí a sexu, aby bylo jasné, že pro nás večerníček už dávno neplatí. Snad proto se tváříme, že se atomové energie vůbec, a ani trochu nebojíme. Co všechno by museli rozhořčení kritici sociálního státu zrušit a odbourat, aby občan v moderní společnosti neměl důvod chovat se jako věčně nedospělý?

Kargo

– divošské kmeny žijící roztroušeně na ostrůvcích Oceánie vyznávají kult kargo. Jejich příslušníci věří, že jednoho dne přistane právě u jejich ostrova velká loď naložená hojností všeho, co může zpříjemnit jejich život. Tajemná loď, jejíž příplutí každým dnem očekávají a jejíž naději se již po řadu staletí klaní, je pro ně symbolem

nikdy nekončícího štěstí a blahobytu. Není obtížné nalézt v představách kargoistického kultu stejné kořeny, z nichž vyrůstá také kult prosperity živěný v civilizaci naší. Jen úlohu bájně lodi, která vytoužený náklad jednou přece jen přiveze, sehraávají jiné instance. Nejčastěji to bývá neviditelná ruka trhu, magická sestra záhadného polynéského plavidla.

Zatímco kmeny v Oceánii spojily svá kultovní očekávání z pocho-pitelných důvodů právě s podobou plavidla, pro naše suchozemské podmínky se zdá být příhodnější obraz dálničního kamionu mezinárodní přepravy (TIR). Svatyně, jež jsou vztyčovány k oslavě tohoto božího posla, mají nejčastěji podobu zářivých motorestů svítících do noci svými hvězdami. Řidiči všech národů v nich nalézají stejná kouzelná dobrodiní. Neviditelná ruka trhu je pak navádí stále dál rozhojňovat prosperitu a zvěstovat blahobyt daleko do zemí střední, ba i východní Evropy.

Od primitivního kargoistického kultu hluboce naivních kmenů Oceánie se moderní kult prosperity liší především tím, že namís-to obnovitelné síly větru a mořských proudů využívá k pohonu vehiklu blahobytu neobnovitelného fosilního paliva. To je důkazem toho, že i ten nejprimitivnější kult může být díky našim pokročilým technickým znalostem pronikavě modernizován.

Komercializace

– je jedním z hlavních klíčů k prosperitě. Změřitelná prosperita ne-vypovídá sice příliš věrně o stupni štěstí či spokojenosti lidí v dané společnosti, o to spolehlivěji vypovídá však o stupni obchodovatel-nosti, jehož bylo dosaženo. Platí to v několikerém ohledu. Především je dosažená prosperita tím vyšší, čím více věcí je vystaveno na prodej. Je hlubokým nepochopením skutečného obsahu prosperity, máme-li výhrady k dívkám a ženám stojícím za výkladními skříněmi

pořízenými pro tuto potřebu podél silnice E-55. Ve stejných skříních stojí přece v zásadě také muži, kteří vystavují na odív své přednosti a odborné vnady před případnými zájemci na trhu práce. Proč by jedny vlohy měly být výhodně zpeněžitelné, a jiné ne, pokud právě zpeněžitelnost, a o tom v komercializované společnosti snad nikdo nepochybuje, je základním faktorem úspěchu? Bylo by omylem vyjmout ze všeobecné komercializace například morální zásady či občanskou bezúhonnost, neboť úspěšnost je měřitelná pouze výší poptávky a poptávka musí svou opravdovost prokázat svojí solventností. V opačném případě je obyčejným nekrytým šekem, tedy vlastně podvodem, a proto je svrchovaně důležité, abychom ctnostné lidi odměňovali zvláště vysokými penzemi a lidi ctihodné senátorskými platy. Není to zdaleka jen z bezpečnostních důvodů, proč se vysocí činitelé ukazují podél cest za neprůstřelným sklem svých limuzín. Na trhu osobní úspěšnosti a legitimacy moci mají tyto obrazy stabilně vysoký kurz.

K té správné atmosféře komercializace však nestačí jen učinit maximum věcí a vlastností prodejnými. Vše ostatní musí být zároveň pozměněno v působivý nástroj, jenž ono prodejné dokáže výmluvně doporučit. Vyspěle komercializované společnosti poslouží k tomuto účelu v podstatě cokoliv. Dobře se prodává mateřská láska, znamenitě si vede starost o vlastní zdraví, vhodně pózující vánoční stromek hladící svými větvemi láhev orosené coca-coly je prostě neodolatelný. Na světě je ještě bohužel pár věcí, které na prodej nejsou, jsou tedy vhodné alespoň k vychvalování prodávaného. Patří sem právě tak průzračné letní nebe, jako milý úsměv dítěte, motýlí křídlo, silueta krajiny v zapadajícím slunci, idyla šťastného stáří, či pohled na zeměkouli z dalek vesmíru. Při vhodném naaranžování lze s pomocí tohoto jinak peněžně nezajímavého pozadí prodávat třeba přípravky na mytí oken, kuličky proti molům, azbestové rukavice anebo také barely asfaltu. Tento postup není nemorální a ani v nejmenším nezavání žádnou manipulací. Naopak, i zdánlivě

nevyužitelné věci díky němu dostávají šanci konečně sloužit něčemu užitečnému.

Hrdinou světa, v němž stále více věcí je na prodej, zatímco ty ostatní, obchodně méně zajímavé, alespoň zvyšují jejich prodejnost, není pochopitelně nikdo jiný než zákazník. Podoban bájnému reku, jemuž celý svět leží u nohou, prochází majestátně mezi regály, pohledem, sluchem, ale i čichem a hmatem, zkrátka celou svou bytostí zkoumá, co je hodno jeho peněženky, a poté jediným rozhodným gestem, vůči němuž již není žádného odvolání, přikazuje: Zabalit!

Je jen logické, že tento úspěšný zákazník se sám vzápětí mění jen v další z rekvizit, jež pomáhá prodávat i to, co by jinak mohlo zůstat na skladě. Pečlivě načesán a nalíčen a naaranžován do podoby úspěšného klienta, mění se ve figurínu, jež zaplňuje zbylé, právě pro něho rezervované výkladní skříně.

Kontrola

– vize prosperity a používání této vize v politických ideologiích, stejně tak jako v teoriích ekonomů, představuje jeden z nejdůmyslnějších způsobů kontroly lidské činnosti, který byl kdy vyvinut. Veškerá kontrola lidského chování se vždy pohybovala ve dvou základních dimenzích: v rovině odměny a v rovině trestu. Metoda cukroví a biče je proto tak vyhlášená, že dokáže působit zároveň nedolatelně svůdně v rovině našich neomezených aspirací a očekávání, a zároveň stejně spolehlivě odstrašuje v oblasti našich strachů a úzkostí, které jsou podobně rozvinuty a rozvětveny a podobně hluboce zakořeněny jako naše aspirace.

Vize prosperity pracuje s obojí motivací zároveň. V cukrové oblasti našich aspirací funguje představa prosperity analogicky jako peníze v oblasti ekonomiky. Prosperita není ničím jiným než všeobecným ekvivalentem slasti. Podobně jako ve světě ekonomiky

neexistuje naprosto nic, co bychom si nemohli koupit, máme-li na to dostatek peněz, ve společnosti prosperity neexistuje nic, co by nám mohlo být odepřáno, jestliže si na to jen pomyslíme. Podobně jako konzument nemá nikdy dost peněz, nemůže nikdy a na žádné úrovni stačit již dosažená míra prosperity společnosti. Vždy si ještě lze představit další požitek a další slast, na jejíž obstarání jsme zatím ještě příliš chudí.

Vize prosperity však působí stejně mocně i na pólu opačném, na pólu úzkostí a strachu. Věčně se opakující výzvy politiků ke zvyšování prosperity slouží totiž zároveň jako bič, jenž popohání příliš loudavé opozdilce. Řeči o prosperitě, byť bývají rutinně spojovány s řečmi o svobodě a o rozšiřování prostoru pro volbu, ve skutečnosti prostor zužují na úzký tunel, jímž je nutno v honbě za prosperitou proběhnout. Ti, kdo by se chtěli tunelu vyhnout a běžet jinudy, mohou být vzápětí označeni za ty, kdo porušují pravidla.

Vize prosperity v této poloze náhle ztrácí svůj věčně medový profesionální úsměv a mění se v účinné kladivo na pochybovače. Právě proto představuje ideologie prosperity jeden z nejdůmyslnějších způsobů kontroly lidské činnosti, protože dokáže i běh umělým tunelem stále nových nenaplněných potřeb vydávat za vrcholný individuální výkon a za zvlášť vydařenou součást nejnovějšího ročníku memoriálu lidské svobody.

Konzum

– lze chápat jako takovou orientaci na materiální statky, která vytlačuje coby druhořadé hodnoty nemateriální, nepřipouští spokojit se s úrovní spotřeby předchozí generace a neumožňuje krýt potřeby zcela, či alespoň převážně z lokálních zdrojů. Konzumní orientace tedy předpokládá neustálý růst stále odvozenějších potřeb, vede k destrukci spotřebovaných objektů ve stále se zkracujících

intervalech a vyžaduje globální transfer věcí určených ke spotřebě, dnes již v měřítku celé planety.

Přestože je konzum ústředním, protože jediným hrdinou dění odehrávajícího se v pestrých kulisách společnosti prosperity, má věda velké problémy, chce-li vysvětlit skutečnou povahu konzumní orientace. Existuje celá řada výkladů.

Výklad politologický je jako obvykle nejpovrchnější. Vysvětluje konzumní návyk jako důslednou realizaci práva na volbu. Nestálost, s níž konzument v módních vlnách mění svůj názor na to, co je pro něho ještě dost dobré, je vydávána za projev jeho svobody. To, proč se konzumenti v přesně odhadnutelných intervalech zcela svobodně vyslovují pro více či méně obměněnou novinku, tento přístup nezkoumá. Hypotézu, podle níž je míra svobody konzumentů víceméně funkcí komerčních zájmů příslušných firem, považuje tento v jádru ideologický postoj za ideologicky nepřipustnou, a tedy nevědeckou.

Výklad sociologický zdůrazňuje existenci vnějších tlaků, které určují konzumentovo jednání a které nemůže žádný člen společnosti dost dobře ignorovat, nemá-li se vystavit vážným pochybnostem o své normalitě. Konzumní chování je z této perspektivy jen přirozeným úsilím o udržení či zvýšení míry prestiže ve společnosti vyznávající konzumní hodnoty. Lidé nekonzumují kvůli snaze „mít“, chovají se konzumně proto, že chtějí někým „být“ ve společnosti, která posuzuje míru úspěšnosti podle velikosti osobní spotřeby. Nechovat se konzumně by bylo za těchto okolností krajně nepřírozené, rovnalo by se to přiznání, že člověku je lhostejné, co si o něm druzí lidé myslí, mohlo by to být tedy vnímáno dokonce jako forma asociálního chování. Normální člověk však není lhostejný k výši prestiže, kterou ve společnosti požívá, a pouze anomická bytost ignoruje hodnoty ve své kultuře etablované. Výzvy filozofů a ekologů ke konzumní skromnosti se tak pohybují na samém pokraji dobrovolné marginalizace a jako takové je normální, zdravá společnost důsledně odmítá.

Vysvětlení, které bychom snad mohli nazvat psychologickým, které je však svou povahou vyloženě spekulativní, předpokládá, že těkavost konzumního chování je výrazem hluboké neuspokojenosti moderního člověka se stavem věcí v době, do níž se narodil. To, že člověk lačně sahá po stále nových věcech, aby je nakouzl, a poté jako ne dost dobré odložil, je výrazem nutkavého jednání chorobně nešťastné bytosti. Sahá-li takto nejen po věcech, ale též po stále nových přátelstvích, manželkách a ideálech, stírá se hranice mezi úspěšným konzumentem a zoufalým štvancem. Na naprosté vymizení této hranice čeká netrpělivě ekonomická věda, aby je mohla prezentovat jako další důkaz vzrůstu našeho bohatství.

Kornukopiáni

– neproblémoví obyvatelé země věčného blahobytu. Jejich vědecké označení pochází z anglického „cornucopia“ – roh hojnosti. Veškerou přírodu, ale také druhé lidi považují tito tvorové za nástroje seslané prozřetelností výhradně k uspokojování jejich úctyhodných potřeb. Mají pocit, že pouhým svým narozením do té správné společnosti a do vhodných vrstev si předplatili cca 70 let trvající velkolepé show. Vše, čeho se jim v hojné míře dostává, berou jako naprostou samozřejmost, permanentně zneužívajíce výroku prezidenta Jeffersona, podle něhož Země patří těm, kdo na ní právě žijí. Nebojí se o osud planety, neboť mají zkušenost s tím, že obraz likvidovaných pralesů, zasviněných moří či masakrovaných velryb okamžitě zmizí, jakmile se vyladí televizní kanál se zajímavější produkcí. Kornukopiáni dokáží vysoce elegantně šplhat po regálech supermarketů, přičemž vydávají nedbale artikulované zvuky obdivu a nejvyššího uspokojení. Ve vyspělých zemích touto činností tráví deset až dvanáct hodin týdně. Někteří kornukopiáni se již rodí s malým černým diplomatickým kufříkem a v porodnici

dávají přednost tmavě fialovým dupačkám. V průběhu svých pravidelných rituálů konzumu mohou být nebezpeční a neopatrného člověka mohou i na větší vzdálenost snadno poprskat. Dokáží se však také uvolnit a být dokonale přátelští, a to zhruba až do výše dvou či tří svých měsíčních. Kornukopiáni se nebojí vůbec ničeho, snad jen stáří, které v nich vzbuzuje pocit ukřivdění a nefér hry. Protože z reklamních šotů okoukali pocit věčné mladosti, až do pozdního stáří mívají neodbytný dojem, že v bilanci má dáti/dal byli kýmsi zcela bezostyšně podvedeni a okradeni.

Korupce

– reprezentuje v oblasti veřejné tentýž princip, který prostituce představuje v oblasti intimní. Korupce a prostituce jsou prostým důsledkem dovedení tržní mentality do absolutně důsledné podoby. V obou případech je na prodej nabízeno něco, co původně nebylo vůbec k prodeji určeno. V případě fyzické prostituce je to vlastní tělo, v případě prostituce duševní vlastní charakter či alespoň to, co z něho ještě zbylo. Ten, kdo podniká v oblasti korupce, nese na trh kromě svého charakteru navíc něco z toho, co mu bylo svěřeno spolu s úřadem, jenž mu byl propůjčen.

Korupce je z čistě technického hlediska nejekonomičtější formou podnikání, neboť zboží a služby, jež jsou jejím prostřednictvím nabízeny, nezatěžují prodávajícího (snad s výjimkou rizika trestního postihu) naprosto žádnými náklady. Je-li navíc riziko trestního postihu dostatečně nízké, stává se korupce výnosově naprosto bezkonkurenční formou ziskové činnosti a nejpřímější cestou k dosažení osobní či skupinové prosperity.

Korupce je jedním ze způsobů, jak privatizovat zisky z činnosti, jejíž náklady jsou přitom rozloženy na veřejnost. Držba jakéhokoliv úřadu korupční chování ve větším anebo menším rozsahu

v principu vždy umožňuje. Takzvaná byrokratizace veřejné správy je z tohoto hlediska pokusem, jak zabránit podnikatelským aktivitám úředníků všech stupňů. Byrokracie vzniká jako systém, jenž má donutit úředníky k výkonu jejich činnosti, a zároveň jim zabránit vykonávat tuto činnost ve vlastní režii. Komplikace výkonu správy byrokratickými procedurami je cenou, jež je za sledování tohoto dvojediného cíle již po staletí s větší či menší ochotou placena. Jestliže ani proces byrokratizace veřejné správy neumožnil korupci odbourat, alespoň ji kriminalizoval. Typické předbyrokratické či jen okrajově byrokratizované formy výkonu úřadu provozují zpravidla korupci jako integrální součást správy.

Základní princip korupce – využití veřejného úřadu jako „výrobního prostředku“ k dosažení soukromého zisku – může za jistých okolností posloužit jako nástroj k prudkému zvyšování prosperity určitých, vhodně disponovaných vrstev obyvatelstva. Také v tomto ohledu funguje korupce zcela stejně jako prostituce, zvláště jsou-li protikorupční opatření provozována na úrovni lékařských prohlídek prostitutek, tedy s cílem chránit strany vstupující do tržního vztahu před případnými komplikacemi plynoucími z charakteru poskytované služby.

Korupci, podobně jako prostituci, nelze vymýtit. Obojí je pouze specifickým projevem obecného ekonomického principu komparativní výhody. Základní komparativní výhodou prodejných žen je kombinace alespoň minima sexuální přitažlivosti s naprostým nedostatkem studu a morálních zábran. V případě prodejného úředníka je situace ještě o něco jednodušší, neboť odpadá i podmínka alespoň minima sexuální přitažlivosti.

Kryší reklama

– nedostižný manipulátor mezilidských vztahů Dale Carnegie píše v jedné ze svých knih: „Dnešek je dobou dramatizace. Pouhé konstatování pravdy nestačí. Pravda musí být podávána živě, zajímavě a dramaticky. Dělají to tak ve filmu a v televizi, a budete se muset chovat stejně, pokud chcete přitáhnout pozornost. Odborníci na aranžování výkladních skříní znají sílu dramatizace pravdy. Tak například výrobci jedů na krysy nechali v jednom výkladu běhat dvě živé krysy. V týdnu, kdy byly krysy vystaveny, se pětkrát zvýšil prodej jedů.“

Tolik Dale Carnegie, klasik prodejnosti. Pravda, kterou nám zjevil, bohužel neodešla zároveň s jeho věhlasem. Stala se návodem, jehož zcela rutinně využívají tvůrci mnoha reklamních šotů. Dnešní neocarnegiáni nechávají rádi přírodu pózovat v podobě prosluněných strání, korálových útesů a palem, či oslnivě bílých ledovců na vrcholcích velehor. Podobný postup patří k vrcholům reklamního umění i reklamního cynismu. Tatáž příroda, která je smrtelně ohrožována výrobou stále nových automobilů, stále nových klimatizačních zařízení a nových ledniček, se na našich obrazovkách mění v obratného dohazovače právě těch výrobků, jejichž provozování ji prokazatelně poškozuje.

A tak každý večer, když usedáme před televizor a v blahobytné pohodě již posté sledujeme tytéž oblíbené šoty, v nichž zurčí křišťálové horské potoky a vodopády, vlní se mohutné koruny staletých stromů a nejnovější automobily se stovkou koní pod kapotou a jedním oslem za volantem uhánějí atraktivní tropickou krajinou, každý z těchto příjemných večerů sledujeme stále znovu ony nešťastné dvě malé krysy. Chuděry běhají celý týden za sklem, aby se lépe prodával jed, který je nakonec zahubí.

Moudrý a rozšafný Carnegie se mýlil pouze v jednom. To, co vidíme za sklem svých obrazovek, rozhodně není dramatizace pravdy. Je to pouze obyčejná dramatizace té nejnestydatější odrůdy cynismu,

které je pán tvorstva – reklamní agent – vůbec schopen. Reklama, která bez jakýchkoliv skrupulí zapřahuje do svých služeb velebné kulisy přírody, klame a podvádí i tehdy, když cenovky na nabízeném zboží jsou vcelku správné. Pokud by měla být jen trochu upřímná, musela by zboží nabízet v úplně jiném obrazovém kontextu. Musela by je nabízet na pozadí ropou zaneřádných pláží, nekonečných zalojevaných doků, dlouhých řad nevládných budov předměstských skladů a neútulných, zakouřených kanceláří reklamních agentur.

Pouze v tomto případě by spotřebitel získal skutečně právo na zasvěcený výběr, o němž agenti reklamy tak často a tak přesvědčivě hovoří. Jen tehdy by znal alespoň něco ze skutečných okolností a skutečných důsledků své volby. Můžeme ovšem vzít jed na to, že tento krok reklama nikdy neučiní. Udělala by ho pouze v jediném případě – pokud by se spotřeba jedu zvýšila aspoň pětkrát.

Lhostejnost

– dlouho se věřilo, že protikladné zájmy a jejich střetávání určují dění ve společnosti. Stále více signálů však naznačuje, že naši dobu zdaleka neoživuje pouze zájem, krok za krokem ji ovládá a paralyzuje lidská lhostejnost. Rostoucí počet naléhavých problémů vzniká a přetrvává ne snad proto, že by o ně někdo usiloval, nýbrž jednoduše proto, že vyrůstají z obecného nezájmu.

Příkladů krizí z nezájmu je dlouhá řada a pocházejí z nejrůznějšího prostředí. Například existence tzv. „mlčící většiny“ v politice v nejvyspělejších zemích svědčí o masovém nezájmu o věci veřejné. Nebezpečný nacionalismus či rasismus, jak o tom svědčí řada studií, získávají svoji sílu právě vinou lhostejnosti mlčící většiny. Na krizi moderní rodiny a na její narůstající křehkosti se výrazně podepisuje nezájem partnerů často jen dočasně sblížených přechodným zájmem v období dvoření.

Samotné budování materiální prosperity, zdá se, nekultivuje v lidech právě ty vlastnosti, které by se mohly stát bariérou šířící se lhostejnosti v mezilidských vztazích. Ohled na druhé, či dokonce snaha pomoci jsou vytěsněny do oblastí charity, které se může věnovat snadno ten, kdo se již o sebe postarat dokázal. Pro ostatní zůstává spojen s představou určitého luxusu, na nějž nebývá v průběhu dostihů o cenu úspěšnosti příliš času.

Avšak lhostejnost, kterou mnozí považují za cennou komparativní výhodu, jako nezvaný host vstupuje do našich příbytků a rodin, usídluje se nastálo i tam, kde bychom ji neradi viděli. Jakmile jsme jednou jaksi z „technických důvodů“ uzavřeli pakt s lhostejností, stává se naším druhem nejvěrnějším. V podobě svrchovaného nezájmu o nás samotné kráčí s námi věrně životem poté, co nás ostatní už dávno vnímají jen skrze clonu svých vlastních zájmů.

Lhostejnost, kterou všichni stále častěji používáme pro své zcela rozumné cíle, se ve společnosti nevypaňuje. Sedimentuje v ní a vytváří hustou vrstvu apatie, v níž měkce a už natrvalo spočineme, až to budeme nejméně potřebovat.

Loterie

– tvoří podstatnou součást moderních rituálů konzumu, a navíc hraje velkou úlohu při přehodnocování tak důležitých kategorií života společnosti jako je úspěch, práce, kompetence, zásluha, výkon, riziko a podobně. Velký vzestup oblíbenosti loterií všeho druhu úzce souvisí s přechodem od průmyslové společnosti, plně zaujaté organizováním výroby, ke společnosti postindustriální, která pochopila, že výrobu mohou sice zastat stroje, plynulý odbyť vyrobeného však závisí pouze na ochotě lidí opatřovat si stále více. Tuto ochotu je třeba povzbudit, dovedně dramatizovat a učinit z ní nového svátečního hrdinu našich jinak zoufale všedních konzumních dnů.

Právě loterie je jednou ze zdaleka nejpůsobivějších dramatizací konzumního úspěchu. Šance zvýšit svůj konzum nad obvyklou míru je v ní předváděna jako nejvyšší možná výhra dostupná jen těm opravdu nejšťastnějším a vyvoleným. Všichni ostatní, tedy ti, jejichž konzum zůstane pouze tak vysoký, jako byl dříve, mají prostě smůlu.

Loterie zároveň dramatizuje také další podstatný rys post-industriální společnosti, tedy dalekosáhlou demokratizaci konzumu, jeho všeobecnou přístupnost. Zatímco ve skutečnosti je takto všeobecně dostupná pouze standardní spotřeba, loterie vytváří dojem, že i jakýkoliv nadstandard je dostupný v principu všem – stačí si koupit laciný, a tedy každému snadno dosažitelný los. Nárok na tuto vstupenku do konzumního ráje není nijak omezen sociální situací, výší vzdělání, profesí ani věkem.

Loterie ovšem zároveň naprosto rozvolňuje vztah mezi podaným výkonem a dosaženým úspěchem. Majetek nevzniká prací, nevzniká dokonce ani jako důsledek přístupu ke vhodným informacím, je jen takovou milou odměnou a pozorností pro ty, kdo prostě mají to štěstí. Jak poznamenává David Riesman, namísto „neviditelné ruky“ nastupuje „šťastná ruka“. Ten, kdo pouze pracuje, snaží se a šetří, nikdy tolik mít nebude. Udělal by mnohem lépe, kdyby byl chytrý a raději si zavčas koupil ten správný los.

Existence četných loterií je zřetelným signálem, který společnost vysílá všem svým občanům. Každá výhra, ať již ji inkasuje kdokoli, je potvrzením toho, jak báječný je systém, který si může dovolit tak štědře a tak nezištně rozdávat a v němž prokazatelně každý má naprosto stejnou šanci. Zatímco průmyslová společnost orientovaná na výrobu chápala rovnost šancí jen ve vztahu k výkonu, dnešní společnost orientovaná na spotřebu nabízí rovnost šancí dokonce zcela bez ohledu na výkon. Zároveň je to společnost, kde za neúspěch prostě nikdo nemůže. Nemůže za něj herní systém, a nemůže za něj ani samotný hráč. Neúspěch je prostě jen důsledkem náhody, právě tak jako výhra v prvním pořadí.

Jakoby shodou okolností je to zároveň společnost, v níž výhra je v obrovském nepoměru s případnou ztrátou. Zatímco neúspěch nás stojí jen desetikoruny, výhry jsou v řádu celých milionů. Zatímco neúspěch nás jen na pár minut zamrzí a rychle přebolí, jediná skutečná výhra dokáže změnit od základu celý náš život. Zatímco úspěch mnohonásobně převyší objem našich investic, neúspěch bývá vzhledem k nepatrnosti investice docela zanedbatelný. Tímto způsobem se jen tak mimochodem vytváří image společnosti, která štěstí násobí, a přitom neúspěch dokáže zcela spolehlivě minimalizovat.

Loterie vyvolává řadu optických klamů. Mentalita, kterou probouzí a na které se přizivuje, naplňuje až k prasknutí sály s herními automaty. Tisíce lidí si zde testují právo každého na úspěšnost dosaženou zcela bezpracně, doslova automaticky. Ve společnosti, kde odměňování je stále méně založeno na pílí a spořivosti a stále více na schopnosti ocitnout se v té správné chvíli na správném místě, jsou herny s automaty tím nejlepším tréninkovým dvorcem. Mnozí zde trénují, dokud nepřijdou o všechno. Málokdo z nich však zároveň s penězi přijde i o víru, že příště už to zaručeně musí vyjít. A to je dobře. Pokud by ho to jen napadlo, mohlo by to znamenat počátek ztráty víry v moderní společnost a v její tajemnou šťastnou ruku štědře otevřenou naprosto všem.

Loterie podporuje i jiné malé soukromé iluze. I když moderní, vysoce komplexní společnost, jak ukázal nejlépe Ulrich Beck, svým pouhým rutinním fungováním plodí obrovská společenská a technologická rizika a vyvolává stále nová ohrožení, loterie nám předvádí naprostý opak – rizika minimalizuje. Loterie je vlastně opakem pojištění. Pojištění znamená, že také druzí se skládají pro případ, že nás potká nepříjemná nehoda. Loterie znamená, že druzí se skládají naopak na to, aby nás potkalo neuvěřitelné, pohádkové štěstí. I když naše formy pojištění se nijak nepřizpůsobují stále novým technologickým a globálním hrozbám, loterie orientuje

naši pozornost jiným směrem a nechává nám zapomenout, že pro případ globálních karambolů jsme zajištěni méně než dříve. Proč myslet na hrozby, když štěstí je na dosah?

Skutečnými výherci všech loterií tedy nejsou zdaleka jen ti, kdo je pro naše dobro a potěšení provozují. Loterie představuje pouhou svou existencí velkou výhru s bonusem pro společnost, která chce samu sebe přesvědčit o tom, že nejlepší prevencí proti obavám z potopení Titanicu je zajít si čas od času trochu zariskovat do lodní herny.

Manažer

– každá doba má své hrdiny. Některá má světce, kteří svým duchovním nasazením usilují o to, aby přinesli spásu svým bližním. Jiná má vojevůdce, ti v udatných bitvách šíří slávu a moc svého kmene či národa. Naše doba má manažery. Jsou to zároveň světci i hrdinové. V tuhém odříkání pracují dvacet a více hodin denně, aby přinesli požehnání své firmě a všem jejím zákazníkům. Svádějí tuhé boje s neúprosnou konkurencí a v čele ostatních zaměstnanců šikují své voje do rozhodné bitvy o vyšší produktivitu práce.

Každá doba své hrdiny obdivuje. V naší uspěchané době nezbývá na obdivování příliš času, a tak jsou manažeři často nuceni obdivovat se sami sobě. Činí tak s důkladností a systematickostí sobě vlastní. Podle některých představují proto vhodný objekt pro psychiatry. Ve své knize *Věk narcismu* shrnuje Christopher Lasch patologické rysy této profese. Črtá obraz manažera jako tvora, jenž je nutkavě puzen k tomu, stát se trenérem jakéhokoliv mužstva, jen když je povede od vítězství k vítězství. Nejde mu totiž o problémy, které řeší, ale o to, aby na něj bylo vždy dobře vidět jako na úspěšného řešitele.

Zdaleka nejlépe se mu prý daří tam, kde se nejedná ani tak o podávaný výkon jako o kvalitu prezentace, tedy o dojem, jenž činí na druhé. Nejschopnější manažeři dokáží udělat, vyslovit

a zařídit cokoliv, aniž by si nadělali nepřátele v kategorii lidí, v níž si nepřátele dělat nechtějí. Manažer musí být mladý a úspěšný, a to i v případě, že bez větších úspěchů pomalu stárne. Je proto zásadně otevřen všem novým ideám, aniž by v ně zároveň nutně věřil. Slouží mu především k udržování vědomí, že je mnohem pružnější než ti druzí. Podle Christophera Lasche je správný manažer ochoten předvádět špičkový výkon v jakémkoliv režimu a sběrný tábor urídí právě tak elegantně jako charitativní nadaci pro pozůstalé po obětech takového tábora. Je přátelský a velmi rád navazuje osobní vztahy, které vnímá vždy jen jako schůdky k většímu vlivu a úspěchu. Ke kultuře jeho práce neodmyslitelně patří sekretářky v minisukních, s nimiž neustále flirtuje, což podporuje atmosféru věčného mládí a úspěchu. Svou práci vnímá jako sport a její cíl spatřuje ve vítězství nad méně pružnými týmy druhých manažerů. Čím je starší, tím obtížnější bývá pro něho budit zdání, na němž si tolik zakládá. Pokročilý střední věk ho zasahuje jako přírodní katastrofa. Krátkost sukni sekretářky ho stále více deprimuje, a začíná si poprvé v životě klást vážné filozofické otázky o smyslu života a celého vesmíru, tak jak ho pozoruje z křesla své klimatizované pracovny.

Obrázek manažera, jež črtá Christopher Lasch, je opravdu hodně škodolibý a zřejmě dosti povrchní. Manažer jako hrdina našich dní by si zasloužil mnohem hlubší analýzu. Už proto, že bez těchto velkých organizátorů bychom byli my, obyčejní svobodní občané, docela bezprizorní. Vždyť jim vděčíme za všechno, co máme, a za mnohé z toho, čím dnes jsme.

Marginálové

– lidé žijící na samém okraji společnosti prosperity. Zdánlivě do ní nepatří, ve skutečnosti jsou jejím velice důležitým doplňkem, a to hned ve dvojnásobném ohledu. Pohled na marginály přežívající v příbytcích

zhotovených z beden od banánů utvrzuje řádné občany v přesvědčení, že alternativou ustavičné honby za majetkem a penězi je naprostá degradace, lidský úpadek a páchnoucí bída, nikoli uměřená dostatečnost a záměrná skromnost.

Marginálové svojí nevábnou existencí sugerují, že neexistuje žádná třetí cesta mezi rozmařilým plýtváním a sociálním deklarováním. Odstrašující existence marginálů nám chce namluvit, že nemáme žádnou další volbu: buďto budeme participovat na stále stupňovaném růstu potřeb, choutek a výdajů, anebo skončíme nejspíš někde poblíž popelnic.

Marginálové jsou vnímáni jako ti, kdo sami, vlastní vinou vystoupili či vypadli z vlaku prosperity. Málokdo připustí, že to mohl být právě onen vlak, který mnohé z nich na nechráněném přejezdu v nepřehledné mlze komplexní společnosti bez jediného výstražného zahoukání jednoduše rozdrtil. V přirozenějším světě kočárů a koňských povozů třeba mnozí z nich nemuseli dopadnout vůbec tak špatně.

Ale už se stalo, a tak je třeba najít pro společensky přebytečné marginály alespoň nějaké přínosné využití. Jejich bědná existence umožní části úspěšných ověřit svůj status aureolou lidumilnosti. Na trhu s charitou, kde základní měnovou jednotkou je naprostá nezištnost, představují potřební vysoce žádaný zdroj. Poptávka po nich je přímo úměrná výčitkám svědomí těch, kdo ve světě nedostatku mají na rozdávání stále více.

Masová společnost

– obraz masové společnosti představuje již zhruba sto let noční můru sociologie. Tento obraz mívá různou podobu podle míry představivosti toho, kdo jej črtá, jeho základem je však vždy pochmurná vize stejnorodé masy navzájem od sebe izolovaných

a sociálně osamocených jednotlivců. Tato ve své izolovanosti navzájem si tak podobná individua spojuje jen to, že jsou vystavena naprosto stejným impulzům a výzvám a reagují na ně v podstatě identickým způsobem.

Sociologové marně hledali důkaz existence masové společnosti v různých zemích a v různých oblastech společenského života, nejčastěji v oblasti populární kultury. Není nijak překvapivé, že jejich hledání bylo bezvýsledné. Vize masové společnosti je ve skutečnosti jen sociologickým přepisem ekonomického konceptu člověka známého pod jménem *Homo economicus*.

Pokud by tento typ nebyl pouze fikcí ekonomů, ale zaplnil by v reálném provedení z masa a kostí celý stát, dostali bychom konečně dokonalou masovou společnost. Právě *Homo economicus* je bytost zcela izolovaná od druhých, v důsledku toho, že neposlouchá nic jiného než hlas svých vnitřních, dokonale individuálních preferencí. Zároveň je to však tvor, který je naprosto podobný všem ostatním, protože základem všech jeho preferencí je na straně jedné strach z nedostatku, na straně druhé obava z příliš nízké, či dokonce žádné odměny. Tyto dva konstantní strachy pudí zmíněného tvora chovat se přes veškerou posvátnost své nezastupitelné individualnosti v jádru naprosto stejně, jako se chovají všichni ostatní. Aniž by o sebe projevovali jakýkoliv zájem, rezonují všechny exempláře druhu *Homo economicus* podle téhož střídavého rytmu egoistického strachu a sobeckých nadějí. Navzájem se podobají jako vejce vejci proto, že svou identitu jsou schopni vystavět pouze na zboží, jež je jejich žádostivosti na běžícím pásu nabízeno a kolovrátkem reklamy bez ustání doporučováno. Masová výroba zboží garantuje zisky výrobcí a stejnou podobu všem věrným odběratelům.

Ideální masová společnost je zároveň společností, ve které nefunguje sféra veřejného a neexistuje možnost zájmových skupin a tím méně jednotlivců podílet se na rozhodování o věcech veřejných. Také v tomto ohledu je masová společnost karikaturou

čistého trhu. Zatímco reálně socialistické režimy vznikaly při aplikaci relativně moderní techniky na absolutně nemoderní modely rozhodování, existence autoritářských režimů obecně je slučitelná i s jinými deformovanými systémy. Jednou z takových deformací je čistý trh. Reguluje-li ve všech podstatných parametrech reprodukci společnosti mechanismus trhu zcela zbytečně, aby jeho rozhodování bylo zdvojováno nákladnou politickou reprezentací. Členové masové společnosti sami neustále korigují její chod velmi efektivně tím, jak dávkuje svoji poptávku ve vztahu k existující nabídce. Každá další participace na rozhodování by byla již nadbytečná a pouze by odváděla konzumenty od výkladních skříní a reklamních billboardů.

Masová společnost zůstává naštěstí pouze nepovedeným sociologickým thrillerem. Ve své odpudivě čisté podobě neexistuje nikde právě proto, že v žádné společnosti nedokázala zatím ekonomická základna, tento inkubátor mutanta druhu *Homo economicus*, podřídit svému bezohlednému diktátu zbytek společnosti.

Mcdonaldizace

– je termín užívaný americkým sociologem George Ritzerem pro označení současného stavu vyspělých zemí, v nichž ekonomický kalkul spolu s důrazem na účinnost a rentabilitu diktuje své požadavky nekompromisně celé společnosti.

Ve své práci *Mcdonaldizovaná společnost* Ritzer ukazuje, jak prvky, jež jsou již na prvý pohled viditelné v prostředí hamburských rychlojídelen, pronikají prakticky do všech oblastí moderní společnosti, takže lze hovořit o mcdonaldizaci práce i rodinného života, politiky i cestování, vzdělávání i sexu. Ve všech případech činí mcdonaldizace život rychlejším a technicky lépe zvládnutým, aniž by to mělo nutně kladný dopad na vnitřní smysl prováděných aktivit. Naopak, lidský rozměr dotčených aktivit ustupuje požadavkům

snadného technického zvládnutí. Běžící pás je základní technologií, ať již se jedná o oblast rychlého stravování, organizované turistiky, prakticky všech forem vzdělávání, lékařské péče, a v rostoucí míře dokonce i náboženských aktivit. Mcdonaldizace zaručuje, že ve všech těchto oblastech jsou klienti obslouženi rychle, čistě a zdánlivě lacino, ovšem pouze za předpokladu, že se naučí přát si přesně to, co pro ně lze z hlediska firmy nejefektivněji připravit. Proto si dnes většina Američanů přeje pojídat zdravotně silně problematickou stravu v rychlém tempu, a jen s malou možností výběru. Jediná potřeba, jež je zde uspokojována zcela nesporně a beze zbytku, je potřeba maximalizace zisku firmy McDonald's. Kvůli ní je zaměstnancům nabídnuta nenáročná práce a zákazníkům implantovány nenáročné chutě. Vymytí mozku a natankování žaludku provádí podle vzoru firmy McDonald's na počkání řada dalších institucí, jimiž jako na běžícím pásu procházejí jednou nemocní, podruhé sociálně potřební, potřetí třeba studenti.

Ritzer považuje praktiky, jež zcela rutinně provozuje McDonald's, za názornou ukázkou fungování „nerealistického průmyslu“. Má na mysli masovou výrobu iluzí, jež jsou vlivem všudypřítomné reklamy lehce zaměňovány za skutečnost. Podniky se znakem McDonalda se mění v zábavní parky s jídlem, kde se pomocí dovedně zvolených kulis, kostýmů, působivých dekorací a několika laciných stravovacích fint krmí klienti iluzemi o tom, že zde neobvykle levně dostávají neobvykle veliké porce, a přitom se ještě báječně baví. Ve skutečnosti vše funguje opět podle vzoru rychloobslužných restaurací, které podávají v nevalném výběru jen ta nejběžnější jídla, dokáží však zabalit tučný hamburger do zdravě vyhlížejícího balíčku, aby ho, poněkud předražený, prodávaly v prostředí s reklamně karnevalovou atmosférou.

Hrozba mcdonaldizace společnosti vyvrací základní tvrzení ekonomizujících obhájců současného způsobu „dělání prosperity“. Jedná se o jejich stále znovu opakovanou tezi, podle níž neomezený

ekonomický růst nesený imperativem efektivity, kalkulovatelnosti a rentability je sice podstatným předpokladem rozvoje individuálního štěstí i blaha společnosti jako celku, tvoří však jen část prosperity a ponechává prostor pro lidsky uspokojivý rozvoj ostatních důležitých hodnot. Ve skutečnosti je forma mcdonaldizace vysoce nakažlivá a šíří se z ekonomiky do celé společnosti. Současný způsob „dělání prosperity“ s vysokou agresivitou formuje vzorce jednání i v oblastech, v nichž efektivita, kalkulovatelnost a rentabilita nejsou žádoucí a lidské vztahy deformují. Stále větší podíl stále intimnějšího jednání tak probíhá v kolejiích maximalizace konzumu, řídí se mentalitou konzumu a kopíruje konzumní rytmus.

Móda

– představuje jeden z nejdůmyslnějších způsobů, jak přimět lidi chovat se proti jejich zásadám. Jak známo, mentalita moderní společnosti je mentalitou vyhroceného individualismu. Kult individua, jeho jedinečnosti a neopakovatelnosti jeho vkusu a preferencí tvoří základ filozofie moderní doby. Pokud by lidé brali tuto filozofii skutečně vážně, měli by výrobci velké komplikace s odbytem svého masově vyráběného zboží. Klesla by efektivita jejich výroby a snížila by se míra dosahované prosperity. Geniálním lékem na tuto nesnáz se stala instituce módy. Podařilo se jí velmi jednoduchým způsobem sladit potřebu inovací, která je pro dynamiku moderního průmyslu vitální, s potřebou konformity, která je předpokladem výroby ve velkých sériích. V podmínkách organizované modernity je umožněno jednotlivcům prokazovat svou jedinečnost a výjimečnost prostřednictvím naprosté a periodicky obnovované konformity s druhými.

Móda přichází ve vlnách. Funguje tím způsobem, že všichni začnou masově napodobovat toho, kdo jako první přestal napodobovat ostatní. Když se s jeho kreativitou, odvahou a nekonvenčností

nadšeně ztotožní miliony dalších lidí, mají výrobci vyhráno. Radost širokých mas z naprosté původnosti a jedinečné neopakovatelnosti se s každou další módní vlnou jen stupňuje. Zaručeně módní účes, oblek, parfém či automobil působí, že lidé jsou si ve všech sezónách sice podobní jako vejce vejci, protože se však sezóny rychle střídají, mají kromě pocitu vlastní neopakovatelnosti navíc též pocit neobvyklé dynamičnosti.

Každá módní novinka tak plní úlohu v něčem podobnou polozapomenutému vesnickému kroji. Zatímco však klasický кроj symbolizoval především jedinečnou a nezaměnitelnou regionální příslušnost, módní oblečení vyjadřuje náležení ke kastě jedinečných lidí. Naprosto neopakovatelné individuality rozeznáte bezpečně podle toho, že letos chodí všechny v černém, zjara se převléknou do béžového a v další sezóně budou všichni třeba fialoví. Individualita je prostě nesmírně pestrá.

Móda umožňuje nejen sloučit naprostou uniformitu s rozvinutým individualismem. Její polovojenský charakter a rychlý, řízný krok činí z módních návrhářů naprosto nenahraditelné strategické experty na růst hrubého domácího produktu. S každou novou módní sezónou je toho přece třeba tolik nového nakoupit a tolik bezděčně zastaralého odložit, či raději přímo vyhodit, aby to nezabíralo místo v botárničce, v šatníku, v garáži. Totéž, co konzumenti, činí také obchodníci, ti pochopitelně ve velkém. Pod cenou s velkým humbukem vyprazdňují sklady, aby mohly být vzápětí naplněny módními novinkami, jejichž vyšší cena ztráty spolehlivě dorovná.

Móda je záležitostí především středních vrstev, kterým umožňuje cítit se v hustém davu průměrných platových kategorií co nejaristokratičtěji. Podobá se báječným důstojnickým uniformám vyjímajícím se v neuspořádaném a neladném hemžení prachobyčejných civilů. Uniformy se střídají na povel, čímž defilé jedinečnosti a nezaměnitelnosti individualit dostává ten správný říz. Jen namísto vojenské kapely vyhrává k tomu své šlágry některá ze skupin, která

je právě v módě. Organizovaný přesun směrem k větší prosperitě tak dosahuje s každou módní sezónou dalšího z předlouhé řady epochálních vítězství.

Modernizace

– volání po modernizaci patří k nejčastěji a nejhlasitěji opakovaným výzvám naší doby. Společnost prosperity se ráda prezentuje právě jako společnost doširoka otevřená nikdy nekončící modernizaci. Tento výraz však zároveň patří k těm nejméně jednoznačným a připouští tak širokou škálu výkladů, že si ho každý může vykládat zcela po svém. Oblast toho, co bývá chápáno pod termínem „modernizace“, tak sahá od oprávněného požadavku po poskytování co nejvyššího vzdělání co nejširšímu okruhu lidí (mnohým je právě tento význam modernizace naopak vyloženě cizí), až po představu moderní společnosti jako společnosti, v níž počet automobilů co nejvýše překračuje počet domácností, a to dokonce bez ohledu na to, kolik je ve společnosti analfabetů.

Výzva k modernizaci je nejpochopitelnější v rovině věcí. Barevný televizor je modernější než černobílý, vysavač je modernější než prack¹ a dvoudílné plavky jsou modernější než jednodílné. V oblasti uspořádání společnosti je však volání po modernizaci již mnohem mlhavější a v oblasti mezilidských vztahů a morálky může působit dokonce mírně odpuzujícím dojmem. Snahy o formulaci něčeho modernějšího, než byly obyčejné požadavky křesťanského desatera, dokázaly, myšlenku modernizace opravdu důkladně zdiskreditovat.

V sociologickém smyslu má modernita přinejmenším trojí význam, neboť, jak se zdá, sama moderní společnost prochází při svém vývoji přinejmenším třemi podstatně odlišnými stádii. První

1 Ruční klepač (plácačka) na koberce. *Pozn. red.*

podobou modernizace byl vznik společnosti, v níž stará privilegia urozenosti byla nahrazena novými privilegii majetnosti. Modernita a prosperita se zde kryly jen pro velmi omezený okruh lidí, složený z více či méně bohatých a vlivných bílých vlastníků. Nižší vrstvy, stejně tak jako ženy či nebělošské vrstvy obyvatelstva a menšiny všeho druhu měly nejen k prosperitě, ale i k řadě základních lidských práv přístup ztížen. Pro stoupence ultrapravicové modernizace má dodnes prosperita právě tuto podobu.

S rostoucí emancipací stále širších vrstev nabyla modernita podoby modernity organizované. Účast na materiální prosperitě se ve společnosti šíří a v podobě státu blahobytu zůstává odepřena jen malé hrstce marginálů, část z nich o ni ostatně ani neusiluje. Socialistická levice chápe modernizaci právě takto a těžce nese obrovské ekonomické, politické, organizační i sociálně kulturní komplikace, které dnes nutí i nejvyspělejší sociální státy své představy o prosperitě revidovat směrem k menší hojnosti, a bohužel i směrem k větší nerovnosti. Tato druhá forma prosperity byla ostatně energeticky a materiálově tak náročná, že její rozšíření na tzv. méně vyspělé země nepřichází v této podobě vůbec v úvahu.

Konečně třetí podoba modernity je ta, která bývá s velkou dávkou neurčitosti nazývána postmodernou. Jde o to, že organizovaná modernita se začíná stále výrazněji drolit a z jejích struktur vypadávají jak ti, pro které znamenala příliš málo svobody, tak také ti, kterým již nemůže garantovat dosavadní bezpečí a jistoty. Zatímco ti první směřují do postmoderního nebe, kde nalézají dostatek prostředků pro vyjádření své neopakovatelné individuality a pro uspokojení svých stále rostoucích očekávání, ti druzí spějí naopak do postmoderního pekla, ve kterém jim práci ukradly ženy a děti z Hong-Kongu a příjmy si rozdělili špičkoví manažeři nadnárodních společností.

Prosperita v tomto třetím, a zřejmě nejaktuálnějším vydání, bude mít nejspíše podobu neomezených možností pro nově privilegované, kteří ke svému štěstí přišli všelijak, téměř nikdy však

v důsledku tvrdé práce na rozmnožování svého rodinného majetku. Na naprostou většinu ostatních bude prosperita čekat každý týden při slosování Binga, Sportky či Lotynky. Dlouhou chvíli mezi jednotlivými tahy si budou, tak jako dosud, moci krátit sledováním neobvyklejše vynalézavých televizních seriálů pojednávajících o těch, kteří již byli vylosováni.

Nadnárodní společnosti

– jsou dnes nejen tvůrcem, ale především hlavním adresátem prosperity. Jsou motorem globalizace ekonomiky a hlavním šířitelem pověry, podle níž éra globalizace přináší větší svobodu a více blahobytu pro všechny. Ve skutečnosti globalizace ekonomiky posiluje v první řadě samotné nadnárodní společnosti a zvyšuje míru právě jen jejich svobody. Nadnárodní společnosti se staly symbolem světa, ve kterém 358 nejbohatších lidí pobírá příjmy vyšší než dvě a půl miliardy lidí nejchudších, a v němž třetina praceschopného obyvatelstva je buďto zcela bez zaměstnání, anebo pracuje nedobrovolně jen na částečný úvazek. Během posledního čtvrtstoletí, které zažilo nástup nadnárodních společností, se rozdíly mezi bohatými a chudými umocnily a počet nezaměstnaných na všech kontinentech vzrostl.

Expanze velkých nadnárodních firem, k níž dochází v současné době, je výrazem vítězství principu komplexních byrokratizovaných organizací nad principy trhu. Označování tohoto procesu jako „rozvíjení svobodného trhu“ je zároveň výrazem vítězství cynismu a pokrytectví nad zdravým rozumem. Gigantické nadnárodní firmy vítězí nad trhem díky tomu, že pečlivě organizují jak vstupy pracovní síly, surovin a polotovarů, tak také výstupy v podobě produkováného zboží a poskytovaných služeb. Kombinují přitom vyhledávání co nejlacinější pracovní síly s vyhledáváním co

nejzkorumpovanějších politických režimů. Populaci spotřebitelů snadno ovlivnitelných reklamou nalézají s vysokou spolehlivostí prakticky všude.

Značnou hrozbou pro globalizaci jsou protikladné tendence k decentralizaci. Právě velké nadnárodní společnosti na decentralizaci vyzrály, neboť dokázaly vyvinout takový model decentralizace, který ani v nejmenším neposiluje autonomii decentralizovaných útvarů. Zaměstnávají poměrně malý počet stálých zaměstnanců ve svém ústředí a kvalifikovaných pracovníků v kompletačních provozech. Hlavní masa jejich zaměstnanců je roztroušena v desítkách a stovkách dodavatelských a subdodavatelských podniků po celém světě. Soupeří o přízeň ústředí. Z důvodů konkurenceschopnosti je zde prosperity málo, platy jsou nízké, sociální a zdravotní zabezpečení pouze minimální. Tato svérázná forma organizační decentralizace dále snižuje v zemích chudých cenu pracovní síly, zatímco v zemích bohatých snižuje počet pracovních míst. Nadnárodní firmy přitom obvykle nemají příliš zájmu na povznesení kupní síly v místě, neboť mohou prodávat své laciné produkty a nabízet své laciné služby prakticky kdekoliv.

Národní vlády vycházejí všemožně vstříc požadavkům nadnárodních firem, které jsou často finančně silnější než celá ekonomika dané země. Prioritou vlád při lákání investorů se stává udržení cenové stability, nízké daně a stlačení inflace. Cenou za dosažení těchto cílů bývá snižování veřejných výdajů, pokles míry sociálního zajištění a růst nezaměstnanosti. I když vlády dramaticky omezují výdaje, jejich příjmy z daní klesají ještě rychleji. Je to zčásti důsledek daňových úlev, které vlády činí nadnárodním firmám, aby je přiměly k investicím právě ve své zemi.

Žádná z velkých nadnárodních společností nemůže sama prosadit všechny své cíle. Uzavírají proto krajně proměnlivá spojenectví jak mezi sebou navzájem, tak také s místními elitami v zemích, v nichž působí. Dostatečně hustě propletenou, a jen z malé části

viditelnou síť těchto konvencí, přísně neveřejných konexí a neprůhledných známostí nazýváme „svobodným trhem“.

Velké nadnárodní společnosti vytvářejí zcela spolehlivě pocit rostoucí bezmocnosti. Platí to na úrovni jednotlivců, kteří ztrácejí i poslední možnost ovlivňovat alespoň zčásti riziko své nezaměstnanosti. Platí to i na úrovni lokalit a regionů, které přicházejí o možnost rozvíjet vlastními silami ekonomiku na svém území. Konečně to platí též v případě rostoucí bezmocnosti národních vlád, které mohou pod tlakem nadnárodních společností stále obtížněji bránit základy své hospodářské i politické suverenity.

Nakupování

– představuje jednu z nejoblíbenějších činností provozovaných ve společnosti prosperity. Průměrný Američan stráví nakupováním, hned po spánku a sledování televize, největší část svého mimopracovního času. Skrze rituál nakupování se společnost prosperity učí profitovat z hlubokých univerzálně antropologických potřeb svých členů. V nejistém světě vytváří právě situace nakupování vyhledávaný ostrůvek bezpečí, vytváří přesvědčení, že všechno je nám zde k dispozici a na vše existuje záruční list. Mimo zakoupené zboží má toho člověk i v jinak jistě skvělé moderní společnosti pod zárukou totiž jen žalostně málo.

Kromě toho, že posiluje pocity zajištěnosti a bezpečí, plní nakupování také řadu sociálních funkcí. Zvláště pro příslušníky nižších středních a dělnických vrstev představuje situaci, v níž se jinak mohou ocitnout jen ojediněle. Nakupování jim umožňuje, na rozdíl od situací, na něž jsou zvyklí v práci, vystupovat v roli toho, kdo dává příkazy, kdo kontroluje a kdo rozhoduje. „Zákazník je pán“ a spousta zákazníků nemůže vystupovat v roli pána nikde jinde než právě jen v supermarketu. Při nákupu se cítí být naprosto svéprávními i ti,

kdo jinak mívají vážné problémy, mají-li vyjádřit, co vlastně chtějí. I ti, kdo nemohou kontrolovat v běžném životě prakticky nic, mají nad koupennou věcí kontrolu naprostou, a mohou o ní rozhodovat s takovou svrchovaností, s jakou o nich samotných rozhoduje ředitel v práci a manželka v domácnosti. Reklamní agentury jsou si této okolnosti velice dobře vědomy a snaží se ji v každém svém šotu co nejvíce využít. Sugerují lidem představu, že svoboda výběru, kterou kupující uplatňuje při volbě mezi deseti druhy voňavých žvýkaček, patří k nejpodstatnějším dimenzím lidské svobody obecně a tvoří vrchol dějinné emancipace člověka.

Násilí v televizi

– z televizní obrazovky vytéká do domácností kalný proud násilí ve dvojí rozdílné režii. Na jedné straně se v krátkých, asi dvaceti až třicetivteřinových praménkách řine z jednotlivých šotů zpravodajství, na straně druhé v mohutnějších a pečlivě naaranžovaných gejzírech tryská ze „zábavných“ pořadů, především akčních, kriminálních a hororových filmů. Na první pohled je těžko pochopitelné, proč by se měli diváci otřeseni krvavými scénami z blízkého a vzdálenějšího zahraničí dobře bavit právě pohledem na krutosti, zlobu a agresivitu amerických akčních filmů. Odpůrci násilí v televizi to prostě nechápou, a rozhořčeně poukazují na mravní pochybnost těchto celoročních televizních festivalů krutosti. Televize podle nich dává špatný příklad, podporuje v lidech nejnižší agresivní pud, a podílí se tak na explozi zločinnosti ve společnosti. Ohrožuje prý především mladé lidi.

Tyto argumenty nejsou ve skutečnosti nijak průkazné. I když výzkumy probíhají celá desetiletí, jednoznačně není potvrzeno, že opakované zhlédnutí televizních krutostí může motivovat normálního, třeba i mladého a nezkušeného člověka k tomu, aby

si podle televizního scénáře perverzní krutost zopakoval. To, že krvavé, sadistické a nenávistné scény v televizních pořadech jsou krajně nevkusné, je jiná věc. Ti, kdo se na ně s oblibou po večerech dívají, zaslouží náš hluboký soucit, nikoli však náš strach. Nejsou nebezpeční, a pokud by jim místo amerických krváků byli ordinováni Karafiátovi Broučci, nebyli bychom my, vysoce kulturní diváci, rozhodně o nic bezpečnější. Ve skutečnosti mají nekončící orgie násilí, jimiž nás televize po večerech zaplavuje, zcela jinou funkci, než budit v nás zvířecí pud y a žízeň po krvi. Dlouhá řada filmů plných destrukce, mordů a znásilňování, jež před námi večer co večer figuruje, nám má cosi důvěrného sdělit. Má nás ujistit, že všechno to násilí je spolehlivě uzavřeno do malé skříňky, je uzamčeno v docela malém šuplíku tak spolehlivě, že na nás zaručeně nevybafne. Společnost, ve které žijeme, nám právě prostřednictvím televizních krváků prezentuje svoji vyspělost a spolehlivost. Je to první společnost v dějinách, v níž se lze účastnit řeží, mordů a otřesně brutálních výjevů všeho druhu, aniž by přitom bylo nutné sundat si papuče a odložit křupavý a vždy tak báječně pikantní chio, chio, chio chips.

Televize nás nechce strašit, chce nás naopak uklidnit. Ukazuje nám, že naše společnost dokáže i to nejdivočejší běsnění oddělit od diváka pouhým sklem tak neprodyšně, že ani v nejmenším neohrožuje naprosté bezpečí jeho útulného pokoje. Snad kdyby z něho vyšel, mohlo by mu něco hrozit. Pokud však sedí pěkně doma a filtruje si svět přes obrazovku, je stejně imunní vůči všem útokům jako ten nejvyšší státní činitel.

Dovedně naaranžované násilí, jež je prezentováno v televizních seriálech, nám dává zapomenout na to, že násilí, jehož jsme svědky v reportážích z celého světa, je zcela jiné povahy. Ani toto násilí neexistuje pro nás doopravdy. Vždyť je uzamčeno ve stejné bedýnce s Jamesem Bondem a s Ronaldem Schwarzeneggerem. Také při něm je možno chroupat oblíbené pamlsky, také ono je pod kontrolou.

Tím, že televize promyšleně dávkuje přísun obrazů vražd a mučení do našich domácností, nečiní z nás potenciálně vrahy a násilníky. Činí z nás pouze lidi přivykající si postupně na to, že vraždění a znásilňování má svá pevná pravidla podobně jako třeba sport. Zabíjení a sportování si na obrazovkách vykročily v ústrety. Sport je určitou formou soupeření a agresivity, která byla ukázněna, svázána přísnými regulemi a probíhá za dozoru nestranné soudcovy píšťalky. Také vraždění v podání televizních obrazovek je formou agresivity, která byla spolehlivě domestikována a učesána tak, aby bylo možno fandit slabšímu soupeři a těšit se na odvetu příští neděli. Stejná mentalita diváka ovládá stále více i při sledování reportáží ze světa. Fandí buďto Srbům anebo Chorvatům, těší se na odvetu Palestinců vůči Židům anebo naopak. Občas vykřikne něco neuctivého na adresu rozhodčího v barvách IFOR, který nespravedlivě odpískal faul.

Nemusíme mít žádný strach. Násilí předváděné na obrazovkách z nás nevychovává žádné zabijáky. Vychovává z nás obyčejné cyniky, kteří jsou stále méně schopni rozlišit to, co je doopravdy, od toho, co je „jenom jako“. Násilí z našich obrazovek nezmizí, protože pro společnost je výhodné, mají-li její občané pocit, že vše je pod kontrolou a vše lze vyřešit tím, že se na to prostě nebudeme dívat. Svoboda otočit knoflíkem je přece naším nezadatelným právem, do kterého nám nikdo nebude mluvit. Svoboda zavřít oči, děje-li se něco nehezkého, je tou nejpohodlnější, i když zřejmě tou nejzáludnější formou svobody, kterou si moderní člověk vybojoval, či spíše, která mu byla velmi ochotně přiznána. Máme-li svobodu přepnout program, nemusí se žádný televizní režisér obávat, že se na jeho nepovedený pořad budou dívat i ti, kterým se ani trochu nelíbí. Prostě si najdou něco méně drastického a s lepším happy endem.

Návod k použití

– základním literárním útvarem naší doby není román ani drama, a už vůbec jím nejsou básně. Zdaleka nejčtenější formou textu jsou návody k použití. Těm mohou v duchaplnosti konkurovat snad jen reklamní slogany. Při koupi zboží z vyspělých zemí překvapí kupujícího na první pohled obšírný návod, který je ke zboží přiložen. Sděluje se v něm, že hodinky je třeba natáhnout a poté nosit na ruce, dětskou lodičku, má-li plavat, nutno dát do vody, hrnec, chceme-li v něm vařit, postavit na sporák. Tyto návody jsou světové, neboť bývají napsány v šesti řečech včetně arabštiny. Bez návodů by byl člověk ztracen. Nevěděl by, že košili je třeba zapnout u krku, boty pečlivě zavázat tkaničkou a batoh si dávat nejlépe na záda.

Návody k použití, jimiž jsou opatřeny i ty nejběžnější předměty, tvoří však jen nižší vrstvu našeho drazé placeného know-how. Na této vrstvě základní je vystavěna řada vrstev dalších, takže série zamčených receptů obepínají veškerý náš život. Stejně jako s věcmi, učíme se zacházet podle důmyslných návodů také s druhými lidmi, se svými blízkými a nakonec i sami se sebou. Pro všechno existují recepty: Chcete mít naprosto spokojené manželství, a ještě se zbavit lupů? Chcete, aby vaše manželka byla štíhlá? Chcete, aby váš pes panáčkoval? Chcete, aby panáčkoval váš šéf? Chcete se stát milionářem, kulturistou, abstinentem, znalcem vína, výborným milencem a spolehlivým účetním? Stačí, když si se slevou koupíte naše know-how. Budete umět persky za tři týdny, naučíte se výborně vařit, a ještě přitom zhubnete o dvanáct kilo.

Recepty všeho druhu šetří náš čas, a krok za krokem nás přitom zbavují svéprávnosti. Bez příslušného návodu je stále méně lidí schopno upravit si svůj soukromý život, ovládat se v jednání s druhými a vychovávat své potomky. Nenajdou-li včas příslušného odborníka, který jim předepíše patřičnou behaviorální medicínu, jsou bezradní jako malé dítě.

Vrcholem receptářů na život jsou rady, jak se stát zaručeně úspěšným. Každý expert zde radí něco trochu jiného. Nejupřímnější je bezesporu skvělý Carnegie. Doporučuje být ke druhým lidem přívětivý a všude, kde to jen trochu jde, je neustále chválit. „Někteří lidé tak prahnou po uznání, že se dají i na něco podobného nachytat, právě tak jako je skutečně hladový člověk schopen pojídat třeba i trávu a žížaly“, říká mistr vstřícnosti a dodává: „Rybám dáváme návnadu, která jim chutná. Proč tedy nepoužít stejnou metodu, když se snažíme chytat ne ryby, ale lidi?“

Naprostý vrchol umění know-how představují ovšem zamčené rady, jak chytit na udici sami sebe, jak odborně používat sami sebe, abychom se přitom cítili skvěle. Je s podivem, že samotný nástup prosperity v této oblasti nijak nezabírá. Spousta prosperujících lidí je nešťastna a majetní páchají sebevraždy tradičně častěji než lidé chudí. Součástí prosperity se tedy musejí stát návody, jak se z ní umět upřímně radovat, jak uprostřed hojnosti nepropadat zoufalství, jak správně prožívat ono velké štěstí, které nás spolu s hojným konzumem zaplavuje. Bez těchto návodů i ta největší prosperita proteče kolem nás zcela bez užitku. S těmito návodý v ruce naopak dokážeme labužnický vychutnat i husté proudy nasládlé kaše, které odplavují náš domek a bortí náš krov.

Nedostatek času

– naprostý nedostatek času patří k základním a zcela spolehlivým poznávacím znakům člověka na cestě k prosperitě. Čím více se společnost své vysněné prosperitě přibližuje, tím se stává zoufalý nedostatek času kritičtější. Jak uvádí Juliet Schorová, autorka knihy *Přepracovaný Američan*, publikované roku 1992, neustále roste čas, který Američané tráví v práci. Pokud se toto tempo udrží, budou obyvatelé USA již kolem roku 2000 trávit v práci zhruba tolik času,

jako tomu bylo v 19. století, a to přesto, že výkon jejich ekonomiky od té doby závratně vzrostl.

Dnes třicet procent dospělých Američanů uvádí, že zcela pravidelně pociťují vysoký stres, nadměrné vyčerpání a deprese. Lékaři zaznamenávají u populace výrazný spánkový deficit, neboť věčně přepracovaní lidé si ukrájí ze spánku v průměru až hodinu a půl denně. Manželští poradci hovoří o manželském deficitu v situaci, kdy polovina Američanů uvádí, že má příliš málo času na svou vlastní rodinu. Dětské psychologové zase upozorňují na rodičovský deficit, neboť přibývá dětí, které v důsledku pracovní přetížnosti rodičů jsou při výchově odkázány jen samy na sebe.

Společnost blahobytu zrodila nový termín „time poverty“, který se týká všech těch, kdo stále více strádají naprostým nedostatkem času, jenž jim brání blahobyt si vychutnat. V atmosféře, kdy firma General Motors slibuje, že provede své zákazníky výstavními salóny o pár minut rychleji než konkurence, zaznamenávají velký úspěch knihy, v nichž nalezneme zaručené rady, jak vymačkat z čtyřiašedesetihodinového dne alespoň o trochu času více. V principu je však především třeba vydělávat stále více peněz, aby bylo možno koupit si pro sebe více času. Aby bylo možno vydělat více peněz, je třeba chodit do práce o něco dříve, a odcházet z ní o něco později. Je ironií naší doby, že přepracovanost většiny mužů, a stále více i žen, je doprovázena vzrůstem nucené zahálky těch, kdo práci nemají. Jejich počet se v době nejvyššího nárůstu přepracovanosti většiny, tedy za posledních dvacet let, zdvojnásobil.

Práci do úmoru zvolili jako první mladí manažeři 70. let, z nichž většina trávila práci kromě svých služebních cest 60 až 70 hodin týdně, včetně sobot a nedělí. Do zapomnění upadl dřívější, ještě předválečný požadavek třicetihodinového pracovního týdne. Lavina postupně zavalující volný čas se naopak přesunula i do středních zaměstnaneckých vrstev a stejný tlak se stal citelným i naspodu zaměstnanecké hierarchie.

Nedostatek času se stal všeobecným. Touha po vyniknutí vede manažery k tomu, že se dobrovolně stávají workoholiky, lidmi neschopnými myslet na cokoliv jiného než na svou práci. Radovi zaměstnanci vědí, že iniciativnost a flexibilita, která se od nich očekává, znamená především ochotu dát část svého volného času k dispozici firmě, a tak se osmdesátá léta stala ve Spojených státech dobou redukce prázdnin, dovolených a placeného volna. Drobné soukromníky nutí konkurence pracovat od sedmi hodin ráno do desáté hodiny večerní 365 dnů v roce. Dělníci se snaží kromě svého zaměstnání sehnat alespoň jeden džob navíc pro přilepšení své finanční situace, a také kvůli snaze nezůstat v konzumu příliš pozadu za středními vrstvami. Je to však krajně obtížné, neboť zároveň ženy středních vrstev nastoupily do práce, aby doplnily příjmy svých manželů, což je nezbytné, mají-li držet konzumní krok s vyššími středními vrstvami. Osm z deseti Američanů si dnes myslí, že již není možné vyjít z jednoho platu.

Jakmile jednou připustíme, že „čas jsou peníze“, znamená každé ušetření volného času pro sebe a svou rodinu finanční ztrátu, která postihuje nás a naši rodinu. Je nutno hodně pracovat, aby bylo možno koupit si čas druhých, tedy těch, kdo ho prostřednictvím svých placených služeb prodávají, aby získali více peněz. Prodávají nám ho ochotně, protože chtějí získat peníze, za něž si jednou koupí spoustu volného času. Tomuto kolotoči, kdy téměř všichni pracují přesčas proto, aby si mohli časem koupit čas druhých, říkáme budování prosperity. Tomu, abychom se nad smysluplností podobného počínání hlouběji zamysleli, bohužel brání náš zoufalý nedostatek času.

Neviditelná ruka

– je jednou ze základních rekvizit bílé ekonomické magie. Slouží k provozování tajuplných obřadů, v jejichž průběhu staří šamani

z vysokých škol ekonomických přivolávají hojnost pro svůj zdaněný lid.

Moderní doba vyrůstá na troskách středověkého řádu, jehož koherentnost zajišťovalo a v symbolické rovině vyjadřovalo především náboženství. Zejména od konce 18. století řada sociologicky orientovaných myslitelů formuluje potřebu nahradit starou, kritickým osvícenstvím zpochybněnou víru novým náboženstvím, jež by spojovalo posvátnost náboženské věrouky s argumentační silou lidského rozumu. Tuto funkci pozitivního náboženství, jež je schopno pomocí svých rituálů mobilizovat masy nových věřících, přejala po několika spíše jen akademických pokusech sociologie nakonec beze zbytku věda ekonomická.

Neviditelná ruka přijímá v koncepci Adama Smitha roli božské prozřetelnosti, na niž západní civilizace věřila před nástupem osvícenství. Tento svou povahou ryze magický koncept má sociálně garantovat totéž, co až dosud zaručovalo náboženství, tedy fungovat jako spolehlivý tmel celospolečenské koheze, a podobně jako koncept boží vůle v představách romantických konzervativců, také neviditelnou rukou ekonomů zajišťovat základní soudržnost vnitřně krajně různorodé společnosti.

Čistě magickým způsobem převrací neviditelná ruka původní zlo, jež vystupuje v podobě lidské sobeckosti, v nekonečné dobro, jež má zde, podobně jako v jiných náboženstvích, podobu nevýslovného blaha dosažitelného při respektování jistých pravidel všem věřícím. Koncept neviditelné ruky umožnil prezentovat pochybné lidské vlastnosti typu egoismu a bezohlednosti jako nezbytnou součást ekonomicky chápaného konečného spasení od věčné hrozby nedostatkovosti. Zároveň umožnil představit bezprecedentní chaos období industrializace jako proces, jenž je plně pod kontrolou síly nikoli nepodobné vůli boží. To snižovalo úzkosti a deprese zúčastněných.

Jak konstatuje van Dieren ve zprávě Římského klubu z roku 1995: „Také ukazatel hrubého domácího produktu získal metafyzický význam – je brán jako znamení, že určitá země byla navštívena neviditelnou rukou. Stává se znamením toho, že země byla vyvolena, a zavládl v ní svatý řád řízený neviditelnou rukou zpovzdálí.“ Nábožensky nejčistší podoby nabývá tento proces pochopitelně v zemích ekonomického zázraku.

Základní transformací, kterou spolehlivě realizuje neviditelná ruka, není zdaleka jen přeměna individuální bezohlednosti v konzumní blaho, jež navštěvuje všechny, nýbrž zároveň také radikální proměna obsahu posvátného. Svatozář posvátnosti se od nynějška klene nad tím, co bylo dříve považováno za prostou hamižnost, chorbou sebestřednost či obyčejné kupčení. Stejně tak jako je nepřístojné znesvěcovat chrámy supermarketů čímkoliv, co by se mohlo třeba jen vzdáleně podobat duchovní aktivitě, stává se nemožným uvažovat o dobru a nerespektovat přitom ekonomická přikázání. Především věčný, nikdy nekončící a ničím neohraničený růst ekonomiky je brán jako zcela závazný předpoklad realizace jakéhokoli dalšího dobra. Všechny další lidské možnosti jsou vpleteny do spirály růstu, bez níž jako by ztrácely veškerou oporu a hroutily se pod smrtelným hříchem své vlastní neprofinancovatelnosti. Neviditelná ruka naopak obdařuje svou zvláštní milostí ty, kdo neznajíce únavy osvědčují svou víru v ni ustavičným a neúnavným uspokojováním stále nových a nových hmotných potřeb.

Nezaměstnanost

– nezaměstnaní jsou rukojmími společnosti na cestě k prosperitě. Jsou bráni do zajetí, jež má podobu přežívání bez placené práce, a jsou sem odváděni po celých procentech. Jsou soustředováni do nepracovních táborů, aby pouhé pomyšlení na jejich osud

disciplinovalo ty, kdo zatím pracují. Společnosti se vyplatí mít své nezaměstnané, a proto si je pečlivě udržuje na samém okraji nouze za pomoci minimálních sociálních dávek. Nezaměstnaní na oplátku zcela zdarma a ve svém volném čase, jehož mají nadbytek, názorně předvádějí zaměstnaným, za co vše vděčí milostivému trhu. Nejen za svá auta, za svoje dovolené a za možnost oblékat, obouvat se a vonět vždy podle poslední módy. Zaměstnaní vděčí trhu především za to, že vědí, kým jsou. Jsou řemeslníky, farmáři, advokáty, holiči, autodopravci či alespoň liberálně konzervativními ideology trhu. Nezaměstnaní nejsou nikým. Nemají žádnou barvu, chuť ani vůni. Stala se jim ta nehoda, že z barevného muzikálu o prosperitě byli přes noc vyšoupušeni do černobílého, němého a k užívání dlouhého filmu o životní smůle na pokračování. Z hrdinů vydělávání se rázem stali nezajímavými, tuctovými, mizerně placenými stážisty. Nezaměstnaní jsou nezbytnou součástí tržní společnosti, tedy téže společnosti, která tvrdí, že její prosperita jednoho krásného dne prokape naprosto ke všem jejím členům. Nezaměstnaní však již z definice nemohou nikdy prosperovat. Jejich smutným posláním je přímo na sobě demonstrovat, jak je člověk vyloučený ze svobodného trhu zoufale neúspěšný a beznadějně zbytečný. Trh pošlechťuje, a výrazný tržní úspěch pošlechťuje dědičně. Zato ten, kdo k němu nemá přístup, odsuzuje se k věčné šedosti a k věčné nemotě. Ledaže by si to snad trh pro tentokrát ještě rozmyslel a nabídl dočasně třeba i mizerně placenou šanci.

Obětování lidí

– zájmům prosperity se podřizují nejen ohledy na životy jiných tvorů, ale i na přežití celých živočišných a rostlinných druhů. Je-li to nutné, jsou požadavkům prosperity obětováni také lidé. Jsou odepsáni naprosto chladnokrevně, pokud se usoudí, že jejich účetní

hodnota je nižší, než kolik by činily ztráty firem, které jsou specializovány na dělání prosperity pro pozůstalé.

Jeden z nejznámějších případů podobného kalkulu předvedla firma Ford při uvádění nového vozu Ford Pinto do výroby. Testy prototypů ukázaly, že palivová nádrž vyvíjeného automobilu snadno praská při zadním nárazu. Vedení slavné automobilové firmy si nechalo vypracovat studii, jež měla rozhodnout o případné demontáži již nainstalované montážní linky. S ulehčením pak zjistilo, že riskantní konstrukce povede zhruba jen ke 180 úmrtím a přibližně stejnému počtu zmrzačení. Při střízlivém odhadu průměrné ceny života jednoho pasažéra na zhruba 200 000 dolarů došli odborníci k závěru, že zásahy do výroby by nebyly rentabilní, neboť by vedly ke ztrátě podniku již při výdajích kolem 11 dolarů na jedno předělávané auto.

Americký sociolog George Ritzer, jenž celou historii ve své knize nazvané *Mcdonaldizace společnosti* připomíná, se domnívá, že zcela vědomé obětování zdraví a životů pasažérů nebylo od firmy Ford přece jen tak docela fér. Je to ovšem nebezpečný a troufalý závěr. Automobilový průmysl je přece jedním z nositelů významných přírůstků hrubého domácího produktu, a tedy jedním z průkopníků budoucí prosperity. Každá automobilová firma má v tomto úsilí zcela nezastupitelné místo. Dává práci nejen tisícům mechaniků, ale také třeba rehabilitačním sestrám a davům hrobníků. Tím se účastní budování bohatší, a tedy šťastnější společnosti. A ve srovnání s lepší a pro člověka otevřenější společností je 180 mrtvých jistě pouhý pakatel. Historie nás přece učí, že není špatné obětovat pár lidí, jde-li o štěstí člověka.

Zatímco v minulosti byli lidé bohužel obětováni často v důsledku předpotopního tmářství a obyčejných pověr, dnes může konečně vše probíhat zcela vědecky a s fundovaným doporučením těch nejpovolanejších odborníků. Kladný ekonomický výsledek celé transakce ji konečně ospravedlňuje způsobem, který lze s čistým svědomím a ekonomicky trénovanou myslí jen stěží zpochybnit.

Obětování zvířat

– mnohé z minulých civilizací, které dnes se skromností sobě vlastní označujeme za primitivní, přinášely svým bohům kruté oběti v podobě rituálních vražd zvířat. Činily tak proto, aby výměnou získaly od nadpřirozených sil požehnání své vlastní prosperity. Při zmínce o jejich barbarství nám naskakuje husí kůže a jsme vděční za to, že žijeme ve zcela jiné době, v době pokroku a humanity.

Žijeme však pouze v době, která rituál obětování zvířat na oltáři prosperity učinila na jedné straně naprosto systematickým, na straně druhé ho vzdálila očím veřejnosti, takže jeho nepředstavitelná krutost nebudí naše pohoršení. Můžeme se dokonce tvářit, že o bestialitách páchaných na živých tvorech a o spojitosti jejich trýznění s naší posvátnou prosperitou nemáme ani tušení.

Zatímco oběti vykonávané v temných svatyních takzvanými primitivy byly z našeho hlediska naprosto nesmyslné, to, co se děje se zvířaty v našich laboratořích, slouží svatým potřebám vědy a ve jménu pokroku je kritika těchto praktik pochopitelně tabuizována. Bez testování živých zvířat, jež zpravidla končí jejich pomalou a bolestnou smrtí, by nebylo pokroku v automobilovém, kosmetickém, chemickém ani potravinovém průmyslu. Jelikož laboranti nemají při pokusech bederní roušku a nevykřikují jiné než chemické formule, nikoho by ani nenapadlo považovat je za primitivy. Jen v malé České republice je při vědeckých pokusech umučeno ročně na 300 000 zvířat. Díky těmto pokusům máme nejen nové léky, ale také nové laky na vlasy, na nichž čteme, že není radno stříkat si je do očí. Stovky očí pokusných tvorů jimi byly zaživa vyleptány, takže rada je vědecky ověřena. Díky jiným pokusům na zvířatech dnes bezpečně víme, že náraz automobilu při stokilometrové rychlosti do zdi se dá jen stěží přežít. Utrpení stovek rozmačkaných a rozdrcených tvorů však nebylo zbytečné, a dnes jezdíme mnohem, mnohem opatrněji.

Moderní člověk není primitiv, a proto obětní kostěný nůž nahradil citlivým skalpelem, jenž dokáže poškozovat vysoce selektivně pouze určité partie mozku pokusných tvorů. Ve svých počítači vybavených svatyních vědy zvířata metodicky a za plného vědomí oslepuje, tráví, leptá kyselinami a pouští do nich elektrický proud. Protože je útlocitný, vyřezává jim někdy před konáním vlastního experimentu hlasivky. Je vědecky potvrzeno, že taková zvířata pak už ani nemuknou.

Podobné krvavé obřady, jež nám přinášejí prosperitu, se konají ve skrytu a tajně. Součástí veřejného rituálu se stávají teprve, když ve společnosti labužnický vychutnáme otestovanou cigaretu, pokocháme se pohledem na sličnou tvář vkusně pokrytou otestovaným make-upem a přitukneme si sklenkou otestovaného likéru. Ten zlomek zvířat, jenž padl za oběť lékařským a farmaceutickým pokusům, bezpochyby uklidní naše svědomí, pokud by je některý protivědecký neznaboh chtěl snad pokoušet. A pokud by snad někdo, kdo jednou pohlédl do očí psů, koček, myší, prasat či opic metodicky zabíjených podle všech rituálů vědy, nemohl v noci usnout, lze doporučit prášek na spaní. Není se čeho bát. Byl jistě naprosto spolehlivě otestován na stovkách pokusných zvířat.

Organizovaná devastace

– v kulturní historii docházelo čas od času k případům devastace určitého území v důsledku lidské činnosti. Na tuto skutečnost se často poukazuje ve snaze bagatelizovat dnešní varování ekologů. Přehlíží se přitom, částečně z neznalosti a částečně záměrně, velký rozdíl mezi typem devastování přírody v minulosti a dnes.

Vše, co dělá moderní společnost, dělá systematicky, odborně a přísně organizovaně. Odtud síla moderních expertů specializovaných na velkoplošné asfaltování krajiny, na její postupné

zabetonovávání, na její zatápění vodou, kaly či popílkem, na její kyanidové loužení, či na její postupné prošpikovávání štolami opatrně plněnými atomovými odpady a jiným svinstvem.

Představy o výkonnosti velkých organizací, hrdinů moderní devastace, získávají ovšem povážlivé trhliny. Zejména v posledních desetiletích je stále zřejmější, že atomová energie, která měla být privilegovaným palivem mamutích organizací, zdaleka není energií nejlacinější. Podobně se ukazuje, že dopravní infrastruktura příhodná pro fungování velkých organizací, nevyhovuje kromě nich snad nikomu. Stavitelé mamutích vodních děl ke svému údivu zjišťují, že čím více umělé souvislé vodní plochy je v určité zemi vybudováno, tím větší jsou problémy s vodním režimem a s povodněmi.

Zdá se, že výkonnost velkých organizací byla jen optickým klamem. Na to, kolik toho dokázaly zalít betonem, zatopit vodou a zamořit radioaktivitou, podávaly výkon docela skromný. Velké organizace učinily maximum pro to, aby, řečeno slovy Murrye Bookchina, vrátily Zemi do stavu vzdálené geologické minulosti, kdy povrch Země nebyl schopen nést a vyživovat komplexnější formy organismů. Země s rozvráceným vodním režimem, zbavená lesů, zato však pokryta betonem a asfaltem, promořena kyanidy a atomovými odpady, není dlouhodoběji schopna být nositelkou vyšších forem života. Samotným organizacím by se na ní nežilo snad špatně nebýt toho, že jsou složeny také jenom z obyčejných lidí.

Organizovaná nezodpovědnost

– je termín používaný německým sociologem Ulrichem Beckem a podtitul jedné z jeho knih. Je to stav, kdy společnost zvládá své problémy čistě jen po vnější a formální stránce. Dokáže přitom ovšem budit zdání, že vše nebezpečné, riskantní a hrozící je svým způsobem podle platných předpisů vlastně úplně pod kontrolou.

Organizovaná nezodpovědnost může mít podobu vědy, která pečlivě testuje každý nově vyvinutý výrobek, nezajímají ji však reakce nově vyvinutých výrobků navzájem. Může mít také podobu norem, které pečlivě stanoví množství emisí ve výfukových plynech automobilu či továrního komínu, nezabývají se však počtem továrních komínů, a už vůbec ne počty automobilů na daném území. Organizovaná nezodpovědnost působí, že dnes máme perfektní normy nařizující, kolik peněz by bylo ze zákona nutno vyplatit pozůstalým po českém národu, pokud by náhodou došlo k opravdu velkému maléru v jedné elektrárně nedaleko od zámku Hluboká. Díky organizované nezodpovědnosti může šikovný politik jakoukoliv špatnost odůvodnit tím, že byla nastartována již v minulém volebním období. Díky ní může šikovný ekonom s přesností na tři desetinná místa dokázat, že řekněme obsah škodlivin v ovzduší by bylo zcela nevhodné začít výrazněji snižovat právě nyní. Organizovaná nezodpovědnost dává volnou ruku jednou ruce neviditelné, podruhé ruce byrokrata. V obou případech bývá pro zainteresované hračkou dokázat, že i tehdy, není-li v pořádku prakticky vůbec nic, je vlastně v pořádku naprosto, ale naprosto všechno. Hranice mezi organizovanou nezodpovědností a organizovaným zločinem je pohyblivá, a stanovit její konkrétní průběh je především s ohledem na ekologické souvislosti velmi obtížné.

Organizovaný zločin

– funguje jako karikatura trhu, která bývá výnosnější než její předloha. Kopíruje obecné vzorce ziskového jednání a zajišťuje prosperitu pro ty, kdo se rozhodli založit si firmu právě v této oblasti. Organizovaný zločin je nejlogičtější výrazem čistého trhu bez skrupulí. Ve společnosti, kde rozum je z důvodů efektivity redukován na pouhý nehodnotící kalkul, nemohou přímo z tohoto rozumu

vyplýnout žádná omezení pro hledání ziskových příležitostí. Lidské normy a etické principy nijak nepřispívají ke zvyšování ekonomické racionality. Z čistě ekonomického hlediska je pošetilé podnikat ve výrobě hraček, jestliže dětská pornografie přináší momentálně při nižších nákladech mnohem vyšší zisky. Organizovaný zločin podniká v těch oblastech, kde zvyšování užitku nerozlišuje hranici šíleného, perverzního či kriminálního. Tato hranice je ovšem čistě jen konvenční a do jisté míry je určována více mocenskými zájmy státu než morálkou. Díky tomu dosud například masový lov velryb norskými či japonskými flotilami za formu organizovaného zločinu považován není, byť je z hlediska etického hoden většího zavržení než například daňové podvody či organizované pašování ojetých automobilů.

Markýz de Sade, jeden z nejupřímnějších zvěstovatelů příchodu společnosti prosperity, míní, že v okamžiku, kdy se uspokojení stane jediným motivačním principem, nezastaví se před loupeží, vraždou či agresí. Nehodnotící věda nemá k tomuto sociálnímu fenoménu co říci. V tradici myšlení Maxe Webera by snad bylo možno organizovaný zločin zahrnout do kategorie regulérního kapitalistického podnikání, ovšem pouze v tom případě, když zločinci podnikají nikoliv nárazově, nýbrž systematicky a při bilancování svého zisku používají metod podvojného účetnictví.

Osamělost

– je považována za nahodilý osobní úděl, jenž tu a tam dokonce i v té nejdokonalejší společnosti postihuje ty, kteří prostě neměli v životě to štěstí, aby byli obklopeni svými blízkými. Ve skutečnosti existuje jen málo sociálních jevů, které jsou v tak rozhodné míře vyvolávány bezprostředně fungováním moderní společnosti, jako je tomu u sociální izolace a osamělosti. Osamělost je údělem stoupajícího

počtu osob ve společnosti, jejíž veškerá reprodukce je založena na přetrhávání vazeb mezi lidmi. Tržní způsob výroby, který je osou moderní společnosti, potřebuje izolované a nesoběstačné jedince. Čím vyšší nesoběstačnost, čím vyšší neschopnost uspokojit určitou potřebu, tím vyšší poptávka je zaručena. Také v oblasti spotřeby ovšem moderní společnost důsledně izoluje, a její spotřebiče jsou pečlivě šity na míru individualizovaného užívání.

Tradiční kultury podporovaly pospolitostní způsoby zhotovování statků i jejich spotřebovávání. Nebylo to příliš výkonné, a z našeho hlediska často ani pohodlné, ale udržovalo to a posilovalo vztahy mezi lidmi. Společnost moderní pohodlnost znásobila, když namísto veřejné kašny vynalezla soukromý vodovodní kohoutek a namísto sousedské výpomoci dodala telefonní číslo na cizí odbornou firmu.

Lidé se málokdy druzí ze sentimentality, často však z nutnosti. Když nutnost přestala hrát svoji roli, pocítil to individualizovaný konzument nejprve jako velkou úlevu. Vždyť daní za pospolitost byl vždy větší či menší nedostatek soukromí. Moderní společnost dnes velkoryse vrací lidem přeplatek této daně – má podobu osamění. Osamění je dokonalé, absolutně čisté soukromí, v němž nás neruší již ani ti, od kterých bychom si to byli z celé duše přáli.

Osamělost je jen zdánlivě výsledkem osobní smůly. Není to náhodný úraz, v moderní době má podobu epidemie. Postihuje společnost, která učinila z bohatství v podobě vyráběných věcí a poskytovaných služeb svoji zásadní prioritu. Osamění je to, co nám zbude, když obětujeme sociální kapitál potřebám reprodukce kapitálu ekonomického. Výsledné mínus na straně sociálního kapitálu lze v absolutních číslech exaktně vyjádřit právě v jednotkách osamění. Prosperující společnost poznáme bezpečně podle toho, že produkce osamění v ní rok od roku bez větších otřesů stoupá. Její míra čistého soukromí se v tom případě blíží jednomu či jedné.

Ozónová díra

– vzniká, když se nebe ze zvědavosti pootevře, aby si důkladněji prohlédlo naši dosaženou životní úroveň. S obdivem si pak prohlíží zejména naše báječné ledničky a mrazicí pulty, důmyslné systémy klimatizace, ale také nejmodernější hasicí techniku, způsob zhotovování počítačových čipů a pochopitelně také nejmodernější modely letadel. Doširoka otevřely nebi oči zvláště docela obyčejné malé spreje s kosmetickými přípravky poháněnými freony. Naše doba tak získala další cenné prvenství: je to poprvé v celé historii, kdy naprostá rutina každodenní hygieny může mít pro lidstvo přímo převratné důsledky a může významně ovlivnit celý běh dalšího vývoje. To, co se nepodařilo ke všemu odhodlaným revolucionářům, elitně vycvičeným oddílům teroristů, houževnatým partyzánům ani zbídačelým a zoufalým masám – tedy ovlivnit dějiny – dokázaly vcelku hravě pěstěné ženy při své ranní toaletě a poněkud zženštilí mužové při pravidelné péči o svůj stále ještě málo nablýskaný automobil.

Ozónová díra, jejíž rozšiřování ohrožuje takřka vše živé na Zemi, ve vzduchu i na vodě, je přímým, i když nechtěným důsledkem snahy moderního člověka všemožně si usnadnit život. Tím, že si ho mnoha důmyslnými způsoby usnadnil ve svých příbytcích, velmi si ho zkomplikoval v otevřené krajině. Čím bezpečněji se cítí v pohodě svého klimatizovaného pokoje a v blízkosti své ledničky, tím ohroženější se stává tam, kde mu zatím vcelku nic nehrozilo – na písku rekreační pláže, ve zdravém vzduchu hor, na prosluněné louce. Snad jedině ostrůvky měst trvale zamořených smogem ho dokáží před zkoumavým pohledem nebes částečně odstínit. Čím více ozónu chybí kdesi nahoře, tím více ho přebývá zde dole. Ta naše prosperita to zase jednou všechno pěkně popletla.

Pivo v plechu

– je výrazem prosperity a zároveň zatím nejvyšším dosaženým pokrokem v dlouhém historickém procesu lidské emancipace. Pivo v plechu je konečně nalezenou odpovědí na řadu palčivých celospolečenských a bez nadsázky všelidských problémů. Na rozdíl od piva čepovaného pronikavě zvyšuje svobodu pohybu a nelimituje mobilitu konzumenta přítomností pípy. Na rozdíl od piva v láhvi radikálně osvobozuje od nutnosti starat se ještě o zálohovaný obal. Pivo v plechu dopřává spotřebiteli hned dvojí gratifikaci. Kromě vcelku standardního uspokojení návykovou tekutinou pootevívá před ním rozměr vpravdě transcendentní. V ceně piva z plechu je totiž započten rovněž nezanedbatelný požitek z odhazování. Právě zahazování věcí na jedno použití umožňuje člověku zcela nepochybně si potvrdit, kdože je zde na Zemi pánem. Odhození každého plechového kelímku zvyšuje význam odhazujícího konzumenta a činí z něho poloboha, jenž bez možnosti odvolání rozhoduje o bytí a nebytí věcí. Čas, jenž člověka jindy deptá svou rozsáhlostí, strukturuje konzument každým odhozením věci pro sebe velmi lichotivým způsobem. To on je vrchním arbitrem zmačkání a odhození, to on s konečnou platností rozhoduje o tom, co zde přetrvá. Jako kdyby každé odhození věci na jedno použití utvrzovalo konzumenta v přesvědčení, že jeho samotného jen tak brzy nikdo nezmačká a nevyhodí.

O něco vyšší ceny piva v plechu ve srovnání s pivem čepovaným, či dokonce lahvovým, nejsou tedy v žádném případě známkou předražení. Vzhledem k tomu, že nám výrobce ke každé plechovce přidává navíc možností tvůrčím způsobem plechovku zmačkat a poté ji s heroickým gestem suverénního uživatele odhodit, je pivo v plechu vlastně až nepochopitelně laciné. Co jiného máme ve svém životě tak spolehlivě pod svou vlastní kontrolou?

Pokrok

– nepohodlný americký sociolog Charles Wright Mills v jedné své knize tvrdí, že sociologie může svůj nárok na existenci prokázat pouze tím, že bude ukazovat lidem ohrožovaným nezaměstnaností, žijícím v rozpadajících se rodinách a pohybujícím se v monstrózních velkoměstech, proč pokrok vypadá právě takto. Sociologie by ovšem mohla jít ještě dále. Mohla by se pokusit ukázat, jak jsou lidské trable vůči vítěznému tažení pokroku imunní, ba dokonce mohou jím být ještě umocňovány.

Idea pokroku vzniká mimo jiné jako oslava nebyvalé účinnosti, která se s nástupem moderní společnosti nepopíratelně projevuje v mnoha oblastech lidské činnosti. V úžasu nad prudce rostoucí efektivitou s nadšením hovoříme o pokroku ve výrobě, ale také například v dopravě či ve sdělování, rostoucí účinnost našich zásahů umožňuje hrdě hovořit o pokroku v medicíně a ve vědě, poněkud rozpačtěji hovoříme o pokroku v oblasti vzdělání a dosti stydlivě o pokroku v oblasti vojenství.

O pokroku se často hovoří v úzkém vztahu k prosperitě. Zatímco pokrok bývá spojován s produktivní stránkou lidského vývoje, prosperita se má týkat spíše slibného posunu v oblasti spotřebování toho, co bylo vytvořeno. Skutečnost je složitější. Společenské produkování pokroku často mívá v oblasti osobní prosperity důsledky všelijaké.

Málokde je nesoulad mezi společensky dosaženým pokrokem a soukromou zkušeností tak obrovský jako v oblasti dopravy. Lidská společnost dokázala také na tomto poli bezesporu fantastické věci, pokrok dostihl ta nejsmělejší očekávání. Na Měsíc však většina z nás létá jen zcela výjimečně a supersonickým letadlem na druhou stranu zeměkoule jen o něco málo častěji. Pokrok, realizovaný v měřítku každodenně překonávaných vzdáleností, poznamenává náš život více. Mívá zde často podobu ojetého vlastního automobilu,

především však podobu desítek tisíc automobilů cizích, jejichž ustavičné popojíždění v mnoha ohledech zároveň snižuje kvalitu našeho života. Na stále rostoucím počtu míst pak činí život přímo nesnesitelným a hlasité troubení pokroku dokáže i nelabilní psychiku přivést do bláznince. Je malou útěchou, veze-li nás do něho nejnovější značka sanity.

Situace nemusí dojít tak daleko, aby nás napadlo, že idea pokroku představuje vlastně obrannou strategii. Vírou v pokrok čelil moderní člověk úzkostem a tlakům, které doprovázely agónii a pád tradiční společnosti. Rychlost pokroku pečlivě sledoval na tachometru civilizace při svém úprku od starých upadlých loajalit, vypovězených smluv a zhroucených jistot někam do neznáma. Jestliže nás svými důsledky začne znepokojovat i pokrok, od něhož jsme si toho tolik slibovali, jestliže náš úprk do budoucna skončí uprostřed jedné velké a nepřehledné dopravní zácpy, jestliže daň pokroku poroste exponenciální řadou, pak staneme před zcela zásadní otázkou: jakou další, ještě pokročilejší defenzivní strategii vymyslet na obranu před rozpoutaným pokrokem, před touto problematickou defenzivní strategií první generace?

Politické strany

– patří k předním architektům iluze prosperity. Dokáží dobře využít pozitivní konotace tohoto pojmu a zároveň obrovské vágnosti jeho významu k rutinní manipulaci s voliči. V rétorice politických stran hraje výraz „prosperita“ v abstraktní rovině podobnou úlohu, jakou hraje v tržní reklamě apel na chutě, vůně a barvy nabízených výrobků. Prosperita v této rovině manipulace funguje jako společný jmenovatel všech zmíněných libých pocitů, tedy jako generalizovaný příslib neobyčejného prožitku. Pomocí periodicky opakovaného příslibu budoucí prosperity vychovávají politické strany své voliče

tak, aby se dožadovali ideového zboží, jež je do jejich programu s obalem prosperity přibaleno.

Politické strany samy sebe chápou jako jediný vpravdě legitimní nástroj na organizování celospolečenské prosperity. Tuto konstrukci hájí i v situaci, kdy podpora stran ve vyspělých zemích všeobecně slábne, jejich dříve stabilní voličstvo je rozkolísané a jednotlivé zájmově blízké skupiny společnosti se organizují především na nestranických principech. Politické strany jen s o to větší zásadovostí chtějí hájit zájmy těch, kdo je bez nich dokáží hájit účinněji.

Jak známo, hlavní přínos stranického systému spočívá ve vzájemném paralyzování jednotlivých politických sil. Tato skutečnost je vysoce žádoucí a funkční, když chrání občany před zvlášť neomezované vlády jediné politické síly. Nesporná funkčnost v ohledu mocenskopolitickém se však snadno stává disfunkčností například v ohledu ekologickém. Politické strany se v zájmu hájení svých partikulárních cílů a zájmů své ideologie a svého aparátu navzájem více či méně paralyzují i v oblastech perspektivně důležitých pro obyčejné přežití. Protože podržují řešení ekologických problémů svým dílčím mocenským cílům, působí ve svém důsledku proti principu, kvůli němuž původně vznikly: hájit zájmy občanů proti rizikům plynoucím přímo ze způsobu uspořádání společnosti.

Heslo prosperity, jež politické strany při svém soupeření zcela běžně používají, je důkazem, že mají problémy pochopit, v čem se situace konce dvacátého století liší od situace století devatenáctého. „Prosperita“ byla dříve kódem pro zajištění těch, kdo strádali materiálním nedostatkem, slibovala rozšířit hojnost, které tehdy požívali pouze privilegovaní, do širších vrstev společnosti. Naproti tomu dnešním problémem se stává především růst nejrůznějších forem ohrožení jako vedlejších důsledků minulého dosahování prosperity a hojnosti. Politické strany si v zápalu svého soupeření nepovšimly, že nárůstu nových ohrožení nelze čelit příslibem vyšší

materiální prosperity, tedy umocňováním právě těch tendencí, jejichž důsledkem dnešní problémy z velké míry jsou.

Sladit žádoucnost tříštění politických sil do jednotlivých stran jako relativně účinné pojistky před zneužitím moci s nutností společného nasazení všech sil při odvrácení stoupajících rizik plozených moderní společností patří k základním předpokladům přežití civilizované společnosti. Tomuto úkolu věnují politické strany v nejlepším případě jen minimum pozornosti.

Poslední dostihy

– společnost prosperity je společnost uspěchaná, věčně v pohybu a věčně roztěkaná. Ono bezcílné těkání lidí, kteří mění své domovy a přátele stejně lehce jako své zvyky a zásady, nazýváme mobilitou, a oslavujeme je jako jeden z největších darů pokroku. Konrád Lorenz popisuje tutéž dynamiku mnohem méně lichotivě, když hovoří o tom, že dnešní společnost pobízí své členy ustavičně do neustálého závodu se sebou samými. „Všeobecně se soudí“, konstatuje tento velký etolog, „že úspora půlhodiny je hodnotou sama o sobě a že pro ni nemůže být žádná oběť příliš velká. Každý výrobce automobilu si musí dát pozor, aby jeho nejnovější model byl o něco rychlejší než ten předešlý. Je třeba pak rozšířit silnice, přestavět zatáčky, to všechno údajně v zájmu bezpečnosti, ale ve skutečnosti jen proto, abychom se mohli řídit ještě rychleji – a ještě nebezpečněji.“

Veškerá ideologie prosperity slouží v zásadě tomu, abychom si neuvědomovali skutečný smysl onoho nejmasovějšího závodu, v němž každý uhání jako o život. Heslo prosperity se snaží zpěněným závodníkům sugerovat, že smyslem závodu je odměna, která na každého čeká v jeho cíli. Ve skutečnosti se však vůbec neběží za něčím, utíká se před něčím. Závodníci posledních dostihů peláší

pohánění bičem obav z toho, že právě oni zůstanou beznadějně poslední. Strachy a úzkosti z toho, že mne druzí předhoní, jsou každé všední dopoledne motorem výkonu v práci. Odpoledne pak pohánějí stejně spolehlivě naše nákupní vozíky, jež nás nemilosrdně táhnou dlouhými a stále náročnějšími závodními dráhami supermarketů. Jen co člověk přeskočí proutěnou překážku v podobě nákupu sedací soupravy, čeká na něj Hadí příkop v podobě koupě svého prvního ojetého automobilu. Pak následuje několik menších překážek, které lehce proskočí, má-li dostatečnou rezervu předvánočních prémie. A už je zde Taxis velikosti třípokojevého bytu, pak ještě Havlův skok na Mallorku či Kanárské ostrovy a blíží se cílová rovinka. Na ní však už předběhneme málokoho.

Celý určený, mírně pokulhávající, ale šťasten, že už to má za sebou, zatímco ostatní teprve dobíhají, nechá se šampion pokorně odvést do stáje veteránů. Dostihy o velkou cenu prosperity pro něj končí. Ještě cukr a podrbání pro vítěze a rána z milosti pro nešiky, kteří si na trase vyvrtli kotník.

Konrád Lorenz se domnívá, že skutečným bičem, jenž nás žene po dráze posledních dostihů, je náš strach ze sebe samých, strach z toho, ocitnout se, třeba jen na chvíli, sami se sebou. Ať již je tomu jakkoliv, poslední dostihy, pořádané konzumní společnostmi s ručním omezením, jsou bezkonkurenčně nejsenzačnějším závodem v celých lidských dějinách. Skrývají v sobě velké tajemství, jež nemůže být prozrazeno, dokud ten poslední z posledních neproběhne cílovou páskou. Proto klušeme všichni dál, i když mnozí začínají tušit, jaké překvapení je v cíli čeká. Ze zdravé lidské zvědavosti uháníme stále rychleji, a někteří, celí zpěnění, dokonce nedočkavě pofrkávají. Ještě posledních pár překážek a velmi krátká cílová rovinka. V ní už nikdo nezpomalí. Nasazujeme do finišu, a prý nemůžeme jinak. Na tyto poslední dostihy bylo vsazeno příliš mnoho, a byla by velká hanba ze závodu odstoupit.

Potřeby

– problém lidských potřeb patří k nejzrádnějším terénům, v němž se nerady, a jen s krajními obtížemi pohybují všechny vědy o člověku, v němž se však zároveň s velkým požitkem bahní snad všechny ideologie. Poukazem na lidské potřeby a na přirozenost jejich ustavičného růstu lze zdůvodnit prakticky cokoli. Naše potřeby se zdají být naprosto neohraňované, a cokoli ušlechtilého i perversního se ve společnosti vyskytne, vždy to lze vysvětlit poukazem na příslušnou potřebu, kterou to zcela jistě naplní. Hromadění a narůstání potřeb všeho druhu bývá vydáváno za důkaz toho, že člověk je bytost svou povahou zcela nenasytná. Toto vysvětlení vychází z naší poněkud rakovinné vize, podle níž nekonečné bujení potřeb všeho druhu je samo o sobě znamením vyšší životní úrovně, většího štěstí, prosperity a pokroku. Pokud by tomu tak bylo, pak je tato planeta pro uspokojování našich nezadatelných potřeb zaručeně příliš úzká, a kolaps by byl neodvratný. Snad kdybychom žili na Saturnu či Jupiteru? Naštěstí se zdá, že to, co skutečně roste, nejsou ani tak samy potřeby, jako spíše prudce stoupající nákladnost, s níž je rok od roku okruh více či méně stabilních lidských potřeb uspokojován.

Tak například potřebu důležitých vitamínů lze bohatě uspokojit brambory a jablky z vlastní zahrádky. Hrubý domácí produkt země to sice příliš nepozvedne, organismu to však spolehlivě postačí. Tutéž potřebu lze ovšem uspokojovat dovozem pomerančů, grepů a pochopitelně zcela nepostradatelného kiwi. Spolu s tím se již rodí obchodní zájmy a rozvíjejí se firmy, které potřebují zvyšovat dovozy tropických plodin bez ohledu na domácí úrodu jablek a zelí. Na stejný objem dosažitelných vitamínů je již nutno spotřebovat mnohem více ropy a vybudovat nové kilometry dálnic, nová překla-diště a větší sklady. Dalším krokem směrem k prosperitě je výroba multivitaminů. Do uspokojování potřeby, kvůli níž dříve stačilo očesat jablko či vykopat brambory, se s velkými energetickými

a surovinnými nároky zapojuje mohutný chemický a farmakologický průmysl. Zatímco pro testování účinků zelí a brambor na lidské zdraví není obvykle zapotřebí provádět náročné pokusy na laboratorních zvířatech, vývoj nových chemikálií, od nynějška nepostradatelných pro naše zdraví, znamená obvykle desítky, stovky, či spíše tisíce obětovaných zvířat.

Hlávka zelí se stává zoufale nemoderní ve srovnání s novými laboratořemi, z nichž některé se specializují na vývoj vylepšené syntetické náhražky obyčejného zelí. Nová farmakologická produkce spolu s rostoucím dovozem vitamínové bomby kiwi nás činí zdravějšími, a naše líčka pravděpodobně o jeden až dva odstíny zčervenají. Co je ještě důležitější, zároveň s tím vzroste hrubý domácí produkt, mimo jiné proto, že je třeba více investovat do čištění řek zamořených novými chemickými odpady, do čištění vzduchu otrávaného provozem většího množství kamionů atd.

Ještě vyšší stadium naplňování potřeby vitamínů povede v budoucnu nepochybně ke stavbě dalších dálnic, nových překladišť a větších spaloven. Obyčejné jabloňové sady a předpotopní bramborová pole ustoupí hypermoderní infrastruktuře. Ta nám umožní konečně přejít k nejvyšší fázi v uspokojování vitamínových potřeb – k dovozu jablek a zelí z méně vyspělých a méně zamořených zemí. Anebo dokonce ze Saturnu či Jupitera?

Prodejnost

– je hlavní ctností ve společnosti prosperity. Je tomu tak přímo z technických důvodů. Míru dosažené prosperity lze nejsnáze měřit objemem věcí, které byly prodány, a služeb, které byly poskytnuty. Pokud by sami prodejci a kupující stáli vně tohoto proudu, jeho tok by se nemohl rozvinout do plné šíře. Proto je třeba, aby se prodejními stali také sami prodejci, trh je tím obohacen o nový žádaný artikl.

Zatímco otrokářství představovalo zavrženíhodnou formu kupčení s druhými lidmi, nová prodejnost je moderní formou obchodování s člověkem, kde aktivitu přejímá dobrovolně a s radostí sám prodáváný. Tím, že zvýší svou prodejnost, zvyšuje vlastní profit. Vznikají tak jacísi novodobí otroci prosperity, kteří se mohou pohybovat docela volně a bez pout, protože se sami touží prodat, a to co nejvýhodněji.

O umění prodat se v co nejvýhodnějším kurzu vědí hodně obchodní cestující, a také politici, kteří nejsou v podstatě nikým jiným než obchodními cestujícími nabízejícími bez ohledu na svou firemní příslušnost jediný artikl: lákavý příslib budoucí prosperity. Dale Carnegie, vynikající odborník na prodejnost, sebral řadu cenných rad, jak se prodat finančně co nejvýhodněji. Jeho moudrosti jsou postaveny na jediném receptu: „Chcete-li, aby si vás lidé koupili, lichoťte jim.“ Mistr v této souvislosti doporučuje: „Pes je jediným živočichem, který nemusí pracovat pro svou obživu. Slepice musí snášet vejce, kráva zas musí nadojit mléko a kanár musí zpívat. Ale pes si vydělává na své živobytí jen tím, že vás má jednoduše rád.“

Carnegie učí, jak si počínat, aby vaše přítulnost k těm, kdo si vás mají koupit, byla co nejpřesvědčivější. Záleží přitom i na zdánlivých drobnostech a Carnegie uvádí příklad obchodních společností, které vychovávají své telefonistky k tomu, aby jejich hlas vyzařoval nadšení a zájem. Ten, kdo volá, cítí hned od začátku, že společnost se o něj živě zajímá.

Skutečná prodejnost však nekončí u příjemného hlasu a schopnosti vlichotit se potenciálnímu kupci. Chce-li se člověk výhodně prodat, musí především bezpodmínečně uvěřit tomu, že svého kupce doopravdy miluje. Každé zdání přetvářky může snížit cenu toho, kdo se prodává.

Dobré obchody dělá jen ten, kdo se dokáže prodat bez jakýchkoliv postranních úmyslů. Ty pouze snižují kvalitu zboží.

Zboží, které se usmívá, prodá se zaručeně nejlépe. Úsměv je při prodeji sama sebe důležitou strategií, a Carnegie doporučuje svým klientům usmívat se na zkoušku po celý týden a pak vyhodnotit obchodní obrat. Těm, kterým právě do smíchu není, přitom doporučuje: „Donuťte se zasmát. Jestliže jste sám, zkuste si začít hvízdát nebo broukat nějakou melodii. Chovejte se, jako byste už byli úplně šťastní...“

Výsledky, jichž lze tímto způsobem dosáhnout, jsou naprosto přesvědčivé. Nejen smějící se kráva, ale i smějící se makléř prodává lépe. Slovy usměvavého burzovního makléře, jenž se svěřil Carnegiemu: „Poznal jsem, že úsměv mi přináší dolary, dokonce mnoho dolarů denně.“

Kruh se uzavírá, neboť dobré obchody jsou dobrým důvodem k dobré náladě a k úsměvu, který prodá ještě více. Výsledná prosperita dosažená naprostou prodejností všeho a všech je pak, věřte nebo ne, přímo k popukání.

Prosperita

– původně výraz naivní víry v to, že v rámci celé společnosti lze rozšířit životní standard, jímž se dosud vyznačovali jen privilegovaní. Postupně se pojem vyprazdňuje a ztrácí jakýkoliv přesnější význam, takže se stává ideálním prostředkem politické agitace. Pojem prosperity vyrůstá z plebejských ambicí těch, kdo neparticipují na takové míře blahobytu, kterou by považovali pro sebe za žádoucí, a kterou mohou proto jen závidět druhým.

Plebejské jádro termínu se dále projevuje jeho tendencí napodobovat především vnější rysy života těch, kdo prosperují. To je jeden z důvodů, proč o prosperitě hovoříme téměř výhradně ve vztahu k materiálním skutečnostem. Prosperovat může určité odvětví ekonomiky, určitá firma, či dokonce určitý druh kriminální

činnosti, který pachatelům mimořádně vynáší. Nelze však hovořit o prosperujícím přátelství či prosperující lásce. Prosperovat může jedině dům lásky.

Právě v tomto smyslu hovoří o prosperitě ekonomizující politika. Prosperita pro ni v podstatě znamená viditelný převís zisků nad ztrátami, jež lze vykázat v účetní podobě a následně politicky výhodně zúročit. Symbolem prosperity se pak stávají země typu asijských tygrů, o jejichž skutečné kvalitě života či stavu přírody lze říci jen málo pozitivního, jež však v mezinárodním měřítku uskutečnily kolektivně sen o vzestupu neprivilegovaných.

V rámci politického diskursu nahradil termín prosperita starší a výstižnější spojení „zvyšování blaha všeho pracujícího lidu“. K výměně ojetého hesla za zbrusu nové došlo především proto, že přestalo být zřejmé, proč by zvyšování blaha mělo být vázáno právě na práci, a to v jakémkoliv její podobě. Prosperita v původním slova smyslu totiž žádné pojetí práce či výkonu neobsahuje, je právě jen výrazem nenaplněných ambic a sociální závisti neprivilegovaných, zhmotněním jejich snu o velké výhře. Není náhodné, že jedním z nejfrekventovanějších symbolů současné prosperity se stává loterie jako způsob zázračného vzestupu, jenž naprosto není vázán na podání jakéhokoliv výkonu a který spočívá čistě jen na principu vyvolenosti, stejně tak jako na něm spočívala v minulosti prosperita rodově privilegovaných.

Vyprávění o prosperitě se ovšem dopouští dvojího klamu. Především zamlčuje základní antagonismus každého usilování o prosperitu. Prosperita jedné části byla zatím vždy dosažena a udržována na úkor strany jiné, ať už jí byly znevýhodněné skupiny v rámci téže společnosti, chudé státy Jihu anebo příroda se svými zdroji. Prosperita byla vždy jen dílčí, vždy spíše rozdělovala, nikdy nespojovala všechny, vždy privilegovala jen některé: severní část Ameriky, západní část Evropy, východní část Asie, jižní část Afriky.

Druhý klam pak spočívá v tom, že za opak prosperity je vydávána stagnace, ať již v podobě chátrajících továren, zastaralé infrastruktury či nedostatků prostředků na zdravotnictví a vzdělání. Problém je však v tom, že tyto známky úpadku jsou zpravidla samy jen výsledkem minulého usilování o prosperitu, a svým chátráním pouze dosvědčují, jak neobyčejně vysilující podobné usilování je a jaký kolotoč vynucených výdajů do budoucna roztáčí. Cynický kruh se uzavírá, když náklady na záchranné práce jsou vydávány jen za další zdroj budoucí prosperity.

Z ekologického hlediska znamená tedy prosperita postupné zatlačování a systematické rozvrácení místních i globálních ekosystémů, zdůvodňované nutností získat prostředky na budoucí obnovu těchto ekosystémů, bez nichž je skutečná prosperita nemyslitelná.

Tato konstrukce, zcela běžně užívaná v politickém soupeření, dokáže díky své povrchní srozumitelnosti mobilizovat takový potenciál voličů, že případné alternativní programy mají v boji o hlasy jen zcela mizivou šanci. Tím se do rukou politiků dostává skutečné perpetuum mobile, neboť je jisté, že společnost na cestě za prosperitou napáchá tolik ekologických i sociálních škod, že bude nezbytné zrychlit tempo nápravy, tedy ještě intenzivněji pracovat na budoucí prosperitě a potažmo na budoucím volebním lákadle.

Prosperita ve skutečnosti označuje typicky moderní syntézu staré sociální závisti a nového ekonomického nerozumu. Sen o prosperitě je tkán z neukojených lidských aspirací a z obyčejné závisti vůči těm, o nichž se domníváme, že mají více než my sami. O prosperitu usilujeme v první řadě proto, že se chceme stát někým jiným, než kým aktuálně jsme. Prosperita je výrazem snahy vypořádat se se svou nevyhovující identitou. Materiální růst, který je nejsnadněji kontrolovatelným indikátorem prosperity, však ke změně identity nedopomůže.

Prostituce

– prostituce v úzkém slova smyslu znamená prodej vlastního těla, v přeneseném slova smyslu též prodej vlastní duše, a to buďto v hotovosti, anebo na leasing. V každém případě ovšem znamená prodej toho, co nám nebylo dáno proto, abychom to někomu prodávali.

Rozmach prostituce je více způsoby spojen s procesem generalizace trhu. V průběhu tohoto procesu se člověk, respektive jeho pracovní síla, stejně tak jako celé části vnější přírody mění ve vstupy produkčního procesu. S přechodem těžiška ekonomiky do oblasti terciéru rostou požadavky na člověka a na výkon, jež podává v sektoru služeb. Poskytování služeb v podobě prodeje vlastního těla je ekonomicky racionální odpovědí na existující poptávku. Podobně je tomu v případě rozšíření prostituce také na prodej žádaného vzhledu a chování, jež se stává přirozeným doprovodem poskytování služeb obecně. Prodej svého vzhledu, způsobu svých reakcí a doprovodných gest, to vše umocňuje v éře služeb šance na trhu práce. Proto je společnost, jež si tolik zakládá na svém individualismu, složená z dalekosáhle uniformovaných lidí, neboť přísná konformita s módou je součástí dobré prodejnosti dotyčných osob. Dokonale promiskuitní chování tohoto typu označujeme termínem dynamičnost, popřípadě flexibilita, a považujeme je za důležitý předpoklad profesního a společenského úspěchu.

Jak konstatuje Christopher Lasch: V kapitalismu se všechny svobody sbíhají v právu užívat si a nechat druhé, aby si užívali mne. Brojit proti sexuální prostituci je v těchto podmínkách nemorální, neboť to omezuje svobodu poptávky a protiřečí posvátné zásadě, podle níž každý kupující zná své preference zdaleka nejlépe. Také jakékoliv omezování charakterové prodejnosti by bylo vážnou ranou pro trh. Pokud má určitý člověk, skupina lidí, politická strana či celý národ nějaké vlohy k prodejnosti, je třeba považovat to za jejich komparativní výhodu, uplatnitelnou ve férovém soutěžení

s nabídkou druhých. Volná soutěž je základem veškeré prosperity, je jen třeba umět svou prodejnost dobře prodat. K tomu je zapotřebí, aby charakter zářil všemi barvami, aby byl příjemně hebký na dotek, aby zákazníkovi pěkně šmakoval a především – aby typicky, nezaměnitelně a hlavně dlouho voněl.

V atmosféře, kdy právě kritérium prodejnosti se stává jediným, posledním a nejvyšším arbitrem kvality čehokoliv, jsou všechny výhrady proti prostituci patrně jen více či méně zastřenými pokusy sabotovat elementární mechanismy trhu. Snahy omezit prostituci v jakékoliv její podobě jsou jen pokusnými balónky, pomocí nichž falešní moralizátoři zkoušejí, co všechno z lidské svobody si mohou dovolit omezovat.

Prostituce je obchod jako každý jiný a ve svobodné společnosti nikdo není nucen vstupovat do obchodů, na nichž nevydělává. V tomto smyslu je nezadatelným právem každého též právo stát se pasákem svého vlastního charakteru, a je jen dobře, že mnozí tohoto práva tak hojně a tak úspěšně využívají. Protože prostituce znamená dobrovolnou obchodní transakci, dětská prostituce pro školený ekonomický pohled již z definice neexistuje, a lze ji tedy stěží potírat.

Zatím posledním významným procesem v oblasti prodejnosti těla a ducha se stává globalizace prostituce. Prostituce již jednou provždy odmítá respektovat strnulé bariéry národních států s jejich policejně celními přežitky. Volně se rozlévá mezi státy i kontinenty a svým skromným příspěvkem cudně přispívá k dalšímu růstu blaha národů.

Průmyslový sport

– podobně jako zemědělství, také sportování bylo v moderní společnosti zprůmyslněno. Ze sportovce se stal chovný exponát, jenž je odborně krmen a ošetřován ve své závodní stáji. Družstvo trenérů,

masérů, manažerů, lékařů, odborníků na styk s veřejností, organizátorů a reklamních agentů spoluúčinkuje při inscenaci sportovního výkonu. Týmy těch, kdo organizují, zajišťují a nakonec prodávají celé sportovní show, mnohonásobně převyšují počet samotných sportovců. Sport se stal formou podnikání a jeho produkt – sportovní výkon – žádaným objektem masové spotřeby. Tytéž síly, konstatuje Christopher Lasch, které organizovaly továrnu a úřad, organizovaly také volný čas a učinily z něj přívěsek průmyslu. Pečlivě vedené registry dosažených světových, evropských či olympijských výkonů slouží stejně jako tovární norma k ohraničení přijatelného výkonu, za nějž lze ještě vyplácet mzdu.

Na první pohled se může zdát zcela přirozené, když také sportovní odvětví je podřízeno stejným racionalizačním procedurám, jako je výroba automobilů či chov užitkového skotu. Prosperita vyžaduje účinnost na všech frontách. Aby se provozování sportu rentovalo, je zapotřebí přilákat maximum diváků, a těm je třeba nabídnout vrcholný zážitek srovnatelný s kouzelnickou kreací či s ukázkou dvouhlavého telete. Pokud sportovec takto náročný výkon nepodá, nebudou lidé chodit ve větším počtu na stadiony. Půjdou raději do cirkusu.

Prosperita neznamena pouze dostatek zboží, musí umožňovat konzumaci zážitků v celé jejich šíři, včetně zážitku napětí, identifikace a triumfu. Stadiony se stávají továrnami, v nichž se tyto zážitky vyrábějí a ještě za tepla prodávají desetitisícům platících klientů. Rozvoj masového diváctví tak koreluje s rozvojem masové výroby v ostatních oblastech uspokojování lidských potřeb.

Idea sportu je však přece jen poněkud specifická ve srovnání s potřebou zajistit lidem dostatek aut či dostatek hovězího. Jakmile je sport komercializován, ztrácí prakticky vše ze svého původního smyslu, a to jak pro sportovce, tak pro diváky. Zprůmyslnění změnilo sportování v obyčejnou, i když zpravidla docela solidně placenou práci. Není již důležité vyhrát, je důležité zpeněžit se. Rivalita mezi týmy se redukuje na boj o udržení na trhu divácké

podívané. Nejúspěšnějším ze sportovců je umožněno exhibovat před publikem nejen ve svých rolích sportovních, ale v mnohem lépe placených rolích dohazovačů tyčinky Mars či automobilu značky Opel.

Mnohem závažnější degradace však postihuje sport vzhledem k publiku. Čím výše stoupají ceny vstupenek, tím více se vytrácí původní smysl sportování. Jak ve své práci *Homo ludens* ukázal Johan Huizinga, hra a sport plnily v minulosti v mnoha společnostech téměř kultovní úlohu. Přes svou zdánlivou neúčelnost byly brány smrtelně vážně, neboť byly dramatizací uměle stanovených pravidel a konvencí, jejichž dodržování je podstatou každé kultury. Hráči a diváci, kteří se podvolují pravidlům hry, přehrávají veřejně to, co je podstatné pro přetrvání samotné lidské společnosti.

Je-li v podobě sportovního průmyslu provozování sportu zbaveno své původní autonomie a podřízeno jiným účelům, tedy především získávání peněz, mění se celý rituál dodržování pravidel v pouhý nástroj, v jeden z dalších typů dobře prodejného zboží. Samotný obsah sportovního klání se stává za těchto okolností bezvýznamným, a není žádný rozumný ekonomický důvod, proč by sportovní podnikatel nevyměnil svou stáj za jakoukoliv jinou, pokud její osazenstvo bude mít vyšší doживost. Zdravé sýry přece nemusí nabízet v televizi právě oblíbený olympijský sportovec, může je docela dobře nabízet osobně směřující se kráva.

A tak se sportovní klání mění v mnoha případech v pouhou kulisu důležitějších činností. Ve sportovních utkáních typu kopané či košíkové dochází k nárůstu přestávek, které drobí hru a matou přihlížející diváky. Vsunují se do zápasů proto, aby televizní diváci mohli být častěji oblažováni reklamními šoty. Kvalita hry sice trpí, důležité však je, že majitelé týmů inkasují nemalý podíl ze zaplacené reklamy.

Sport a hry měly kdysi lidem připomínat v dramatizované podobě samu podstatu jejich společnosti. Byly dramatizací smlouvy,

podle níž se lidé dobrovolně zavázali dodržovat jisté normy a pravidla. Jakmile je tato ochota nabízena jen jako jeden z mnoha pou-
tavých a výnosných artiklů, mění se sport z téměř posvátné činnosti
jen v další formu úniku z příliš nudné a překvapivě tíživé reality
společnosti blahobytu. Na rozdíl od drog je tato forma úniku veřej-
nými autoritami vřele doporučována, neboť sportovní disciplína je
vnímána jako předobraz vojenských ctností a sportovní fanoušství
jako nejčistší forma patriotismu.

Překapávaná prosperita

– hlavní potíží s prosperitou spočívá v tom, že zatímco její příslib
musí být adresován naprosto všem, její plody opakovaně padají do
klína vždy jen některým. Tato vada na ideologické kráse je řešena
teorií překapávané prosperity. Tvrdí se v ní, že prosperita je vysoce
nakažlivá. Poté, co zachvátila nejvyšší vrstvy, šíří se epidemicky do
vrstev stále nižších, aby v poslední instanci zasáhla dokonce i ty
nejpotřebnější. Prosperita takto pomalu překapává nejen v rámci
jednotlivých zemí, ale také v měřítku celosvětovém. Vše je tedy
pouze otázkou času.

Analogie s kouzelným hrnečkem je zde dokonalá. Každý, kdo by
chtěl snad zvolat hrnečku, dost!, uškodí především těm nejbědněj-
ším, k nimž kaše dosud neprotekla. Bohatí, pro které teče z hrnečku
kaviár, stihnou ještě mezi dvěma polknutími označit takového kazi-
světa za nepřítele všeho lidstva.

Bohužel lze zcela spolehlivě spočítat, že prosperita bohatých
k potřebným nedokape nikdy. Naopak, nůžky mezi podílem boha-
tých a chudých se doširoka rozevírají nejen v měřítku jednotlivých
zemí, ale také celosvětově. Sociální stát, který měl rozchod nůžek
kontrolovat, se v současné době nalézá z řady důvodů v těžké
krizi. Proud surovin, peněz i potravin přitom teče z chudého Jihu

na bohatý Sever, překapává tedy úplně opačným směrem, než by měl podle všech teorií bohatých lidumilů. Oficiální statistiky světových organizací zde hovoří zcela jednoznačně. A tak dnes již jen pravicově orientovaná venkovská a městská chudina čeká trpělivě a s pusou rozevřenou dokořán, až také na svém vlastním jazyku ucítí první kapky sladké kaše. Kdosi hodně škodolibý jí totiž namluvil, že v dálce už zaslechl první ozvěnu velkého mlaskání.

Přetvářka

– je důležitou součástí společnosti prosperity. Je tak jako všechno ostatní v této společnosti podmíněna čistě ekonomicky. Přetvářka je výhodnou, a často dokonce předepsanou strategií ve společnosti služeb, kde osobní úspěch je závislý na pružnosti v navazování a udržování kontaktů. Chce-li být úspěšný, musí bankéř vypadat korektně, politik bodře a optimisticky, prostitutka náruživě či aspoň zamilovaně a zaměstnanec pohřební služby ufnukaně. Masky korektnosti se stává jednou z hlavních předností, a pomáhá prodávat neméně než samotná kvalita prodáváného zboží. Nucené úsměvy personálu jsou odstupňovány podle výše útraty a teprve kupujeme-li ve francouzském supermarketu láhev vína pod deset franků, můžeme s úlevou zjistit, že úslužná grimasa nestrnula na tvářích sličných prodavaček už natrvalo.

Rozsáhlá odborná literatura popisuje drezuru zaměstnanců, od nichž je vyžadováno, aby přizpůsobili sami sebe předpokládané poptávce. George Ritzer, autor knihy Mcdonaldizace společnosti, cituje v této souvislosti příkaz vedení Euro Disneylandu otevřeného v blízkosti Paříže v roce 1992: „Zaměstnanci musí udržovat váhu v souladu s výškou. Mužům je zakázáno pěstovat si vousy, kníry, dlouhé vlasy a nosit klenoty. Ženy nesmějí nosit krátké sukně a používat líčení. Na každé ruce mohou mít pouze jeden prsten

a v každém uchu jen jednu náušnici. Očekává se dále, že pod šaty budou nosit spodní prádlo vhodných a přirozených barev.“ Výsledek podobné dlouhotrvající drezury popisuje jiný pisatel v případě amerického Disneylandu. Při jeho návštěvě měl dojem, jako by se zatoulal do čínského převýchovného tábora, kde všichni, včetně strážců, berou sedativa.

Jiným frekventovaným způsobem přetvářky jsou přátelská gesta, jež mají firmě zajistit intimnější a obtížněji narušitelný vztah s jejími klienty. Trochu jinou přetvářku podobného typu pěstují žoviální politici, obracející se na své voliče v důvěrném tónu jako na své dobré známé, o nichž jsou přirozeně přesvědčeni, že je ani v příštích volbách nezklamou.

Grimasa vlídnosti nesmí nikdy spadnout předčasně. O tom se před řadou let přesvědčil jistý rozhlasový hlasatel, který po půlnočním slavnostním blahopřání k novému dni, proneseném ve třech světových jazycích, dodal znaveně do vypnutého mikrofonu: „A teď mi můžou všichni vlézt na záda.“ Jeho příští den šťastný rozhodně nebyl.

Pseudopragmatismus

– je vysoce účinná strategie jednání, která dokáže zcela spolehlivě odstraňovat jakékoliv stresy v situacích, v nichž by byly zcela na místě. Základem tohoto postoje je snaha učinit z absence zodpovědnosti hlavní přednost vlastního jednání. Tohoto efektu dosahuje pseudopragmatismus několika způsoby. Především ze svých úvah programově vylučuje jakýkoliv delší časový horizont. Vzdálenější budoucnost ho nezajímá, což je užitečné zejména v případech, kdy teprve budoucnost by mohla odkrýt pošetilost našeho počínání. Díky tomu se obrovsky zvyšují možnosti jednání, neboť pro tento přístup se stávají vhodná a korektní i ta řešení, jež budou v delší

perspektivě s vysokou pravděpodobností škodlivá. Je pak zcela rozumné produkovat atomový odpad, podnikat genetické experimenty s nejistými důsledky a používat freony. Případné následky hradí teprve budoucnost, nepředstavují tedy pro nás žádný reálný náklad.

Další předností pseudopragmatického postoje je snaha počítat pouze s tím, co je vyčíslitelné. Také zde tato strategie výrazně odlehčuje našim úvahám. Například při těžbě surovin není nutno zatěžovat kalkul ohledy na estetickou hodnotu krajiny, neboť tato hodnota je, jak jistě uzná každý, jen obtížně vyčíslitelná. Díky tomu, že důsledně abstrahuje od nesnadno vyčíslitelných položek, vycházejí pseudopragmatikovi všechny jeho bilance zásadně kladně, a je zcela vyloučeno, aby na něčem prodělal. Těžíme-li například zbytky pralesů, jsou negativní důsledky tohoto počínání již natolik komplikované a natolik komplexní, že je lze stěží vyčíslit. Padají tedy automaticky do kategorie jevů, s nimiž rozumný pseudopragmatik nemůže počítat, a které tedy vlastně vůbec neexistují.

Další předností pseudopragmatismu je, že zcela rutinně srovnává nesrovnatelné. Díky tomu může například tvrdit, že na přírodu je možno si vydělat. Srovnávání je zde úbytek přírodního bohatství se vzrůstem bohatství umělého. V pozadí stojí přesvědčení, že čím intenzivněji budeme přírodu extrahovat, rozemílat, lisovat, chemicky dochucovat a hlavně převážet z místa na místo, tím více prostředků budeme časem k její záchraně mít. Vše je jen otázkou času a pseudopragmatik nám doporučuje na tento zázrak si při klidné mysli jednoduše počkat. Zatím je jen třeba pacienta-přírodu pevně svázat sítí dálnic, drobné oděrky zalít asfaltem, zbylé rány zabetonovat a klidně čekat, až se mu konečně uleví.

Pseudopragmatismus je zřejmě nejpřirozenějším a nejuniverzálnějším lidským postojem. Vzorně pseudopragmaticky se chová již každé malé dítě, které velice dobře ví, že stačí jen zavřít oči, a všechno zlé a nepříjemné rázem zmizí. Dospělý jedinec umí tuto

spásnou strategii dále do šíře rozvinout a zdokonalit. Pevně zavře oči před budoucností, zacpe si uši, aby k němu nedolehly žádné informace o obtížně vyčíslitelných ztrátách, a zacpe si nos, aby necítil matoucí rozdíly mezi přírodou a chemií, která je přece také jen formou přírody. Díky tomu, co vše nevidí, neslyší a necítí, dokáže si přesvědčený pseudopragmatik uchovat vysoký životní optimismus prakticky za jakýchkoliv podmínek a při jakkoli nevábivé perspektivě. Není to krásné?

Public relations

– představuje poměrně efektivní způsob, jak i zájmy demokracie podřídit prioritám prosperity. Jedním ze základních pilířů demokracie je nepochybně existence svobodného veřejného mínění. Právě tato instituce se stala objektem firem působících v oblasti public relations. Za příslušný honorář jejich experti tvarují mínění veřejnosti podle potřeb zadavatele. Pracují zejména pro koncerny energetické, automobilové, těžební, ale i dřevařské a potravinářské.

Osvědčené firmy jsou nasazovány všude tam, kde je zapotřebí upravit mínění občanů žádoucím směrem. Učebnicovým příkladem je husarský kousek jedné z nich, která dokázala na přání jistého tabákového koncernu vytvořit na obranu před kampaní proti kouření ve Spojených státech masové hnutí občanů-kuřáků. Vznikla tak přímo z lůna vhodně zpracované občanské společnosti Národní aliance kuřáků se zhruba třemi miliony zapálených členů, kteří dokáží být poamericku hrdí na své slibně se rozvíjející tumory.

Špičkoví pracovníci firem, zabývajících se na vysoké profesionální úrovni tvarováním veřejného mínění, jsou zvyklí vyjadřovat se o demokracii s jistým despektem. Edward Bernays, jeden ze zakladatelů postmoderního umění public relations, soudí, že „vědomá a inteligentní manipulace postojů a názorů mas je důležitým prvkem

demokratické společnosti. Ti, kdo ovládají tento neviditelný mechanismus, vytvářejí neviditelnou vládu, která je skutečnou vládnoucí silou v naší zemi...“.

V současné době firmy podnikající v oblasti public relations zaměstnávají například ve Spojených státech více lidí, než kolik má tato země nezávislých žurnalistů. Platí jim výrazně vyšší mzdy, takže i nejvyhlášenější žurnalistické školy v zemi umísťují nyní již většinu svých absolventů přímo ve firmách zabývajících se public relations. Rostoucí zisky těchto podniků na ošetřování veřejného mínění zvyšují pochopitelně míru hospodářského růstu země.

Postupně se činnost těchto firem globalizuje, aby udržela krok s celkovými trendy. Ty nejlepší a nejvýkonnější z nich jsme mohli nalézt ve službách nigerijské i argentinské vojenské chunty, stejně tak jako bývalého režimu jihoafrického apartheidu, kus čisté propagandistické práce odvedly též ve prospěch režimu Nicolae Ceausesca. Pomáhají nalézat narušené sebevědomí firmám, které postihla nehoda, jako v případě havárie jaderného reaktoru v Three Miles Island, katastrofy v Bhópálu či ztroskotání tankeru Exxon Valdez. Kromě zahlazování špatného dojmu veřejnosti z katastrof působí i preventivně – snaží se veřejnost učinit lhostejnější vůči rizikům příštích možných katastrof, ať již se jedná o výstavbu nových atomových elektráren, úložišť jaderného odpadu či o dolování zlata za pomoci vysoce riskantního kyanidového loužení. Firmy působící v oblasti public relations jsou velkou vymožeností společnosti prosperity. Působí jako vysoce výkonné čističky veřejného mínění, které spolehlivě zachycují kaly škodlivých názorů a propouštějí pouze průzračný, pečlivě vyfiltrovaný a důkladně chlorovaný konsensus. Tím chrání veškerou populaci před nákazou nekonformního, a tedy marketingově obtížně využitelného mínění. A proto, i když jsou jejich služby mimořádně drahé, jsou zároveň pro tvůrce prosperity přímo k nezaplacení.

Reklama

– je velkým pedagogem společnosti prosperity. Vychovává její členy k žádoucí spotřebě a učí je, jak se chovat k vyrobenému zboží. Vede je k pečlivosti, s níž naprosto zodpovědně nakupují i takové věci, jež by mohly jinak zůstat docela bez kupce.

Pouhý suchý odkaz na parametry zboží, jež je v obchodech právě k dostání, by k soustavným a mnohdy vyčerpávajícím nákupům inspiroval jen málokoho. Proto musí reklama jakékoliv nabízené zboží nejprve zabalit do přepestrého obalu, jenž garantuje, že s novou žvýkačkou si člověk odnese též zcela nové a neobvyklé zkušenosti, a učiní tak další rozhodný krok ke svému životnímu naplnění. Z téhož důvodu reklama nikdy neslibuje samotnou kávu, ale přibaluje k ní rodinnou pohodu, neslibuje pouhý automobil, ale spolu s ním schopnost překonat všechny překážky, jež se mohou v životě vyskytnout, neslibuje obyčejné hygienické pomůcky, ale pocit nebývalého bezpečí a jistoty. Ke každému laku na vlasy přibaluje reklama stoprocentní úspěšnost a ke každému mýdlu naprostou neodolatelnost. Obyčejnou osušku provoní exotikou dalek a prášek na WC báječnou vůní hlubin. Reklama nabízí věčně neúspěšným okamžitý úspěch, unaveným a stresovaným naprostou spokojenost, stárnoucím věčně mládí a nejistým jistotu stáří. Nekupte to.

K prastarým a velmi úspěšným reklamním trikům patří zneužívání dětí za účelem plnění peněženek dospělých. Nevinná dětská tvářička prodá cokoli od dobré kávy až po mycí linku, a pokud bychom spočetli průměrný věk těch, kdo nám na televizní obrazovce nabízejí prací prášky, bonbony, přípravky na nádobí a osušky do koupelny, byli bychom překvapeni. Vkus nás dospělých a svéprávných zákazníků formují v šotech reklam vesměs osoby, jež samy ještě dlouho nedosáhnou na práh dospělosti. Snad proto mnohé z toho, s čím se setkáváme v našich reklamách, působí dojmem více či méně infantilním. Z hlediska obchodních zájmů však vše funguje

naprosto racionálně: Skrze působivý obraz věčného mládí, elánu a svěžesti sugeruje nám dospělým reklama metu životní úspěšnosti, kterou nám potom pomáhá krok za krokem zcela nezištně naplňovat.

Reklama a posvátné

– mezi novinky, jimiž nás reklama obdarovává, patří zvláště časté užívání prvku posvátného jako součásti mnoha reklamních šotů. Nejde přitom zdaleka jen o mnichy modlící se s pokorou ke své oblíbené značce piva či neschopné odolat pokušení nejnovější značky osobního auta. Nejde jen o řádové sestry, které jsou u vytržení díky zázraku, jenž provedl nový čistící přípravek s jejich klášterními klozety. Nejde ani jen o moudrého panovníka, jenž obřadně testuje nové projímadlo za velebných zvuků Smetanovy Mé vlasti.

Reklama si zahrává s posvátným v daleko obecnější poloze. Činí tak například všude tam, kde prvek tajemného nechává působit v roli dohazovače nových autosoučástek či zaručeně bezpečných hygienických pomůcek. Posvátné má totiž svoji sílu jedině v opozici k profánnímu, a jestliže obojí je v krátkém reklamním šotu neustále důkladně promícháváno, je atmosféra posvátného nenapravitelně nakažena světským, a veškerou svoji kvalitu beze zbytku ztrácí. Jsou-li velebné tóny kostelních varhan použity jako impozantní kulisa k nabídce plechového automobilu, pak se jejich zvuk k nerozeznání blíží vrzání flašinetu.

Reklama má ráda poutové kulisy, a je ochotna pro dobrou (rozuměj komerčně slibnou) věc udělat poutovou atrakci z čehokoliv. Totéž, co křesťanům provádí s mnichy a jeptiškami, provádí ekologům s přírodou.

Nejoblíbenější reklamou českých televizních diváků v roce 1995 byla reklama na avivážní prostředek s modrým zajíčkem a mile

žvatlajícím chlapečkem. Využívání obličejových siluet mláďat je starým reklamním trikem, který má jen málo společného se skutečnou kvalitou avivážního prostředku. Posvátnost vztahu k našim vlastním mláďatům a přítomnost zajíčka, roztomilého reprezentanta přírody, je bezpečnou zárukou obchodního úspěchu. V kombinaci s kunou či skunkem by mohl být příznivý ohlas šotu až o dvacet procent nižší.

Reklama je dnes jednou z mála posvátných věcí, jež nám ještě zbyly, a není radno mluvit o ní neuctivě. Každý má ostatně právo na to, být manipulován způsobem, který mu osobně nejvíce vyhovuje. U nás zabírají froté ručníky, korálové útesy a splachující panovník. U méně kulturních národů je to jistě mnohem, mnohem horší.

Rituály blahobytu

– věci, které použijeme a vyhodíme, věci na jedno jediné použití jsou podstatnou součástí našich každodenních rituálů blahobytu. Mýlí se však ti, kdo se domnívají, že věci na jedno použití jsme vynalezli teprve my, moderní Evropané. Podle etnografů patří autorská práva na tento vynález nepochybně kmenům Kwakiutlů, kultuře obývajících v minulosti jižní pacifické pobřeží Kanady. Tyto kmeny po celý rok pracně rozmnožovaly své bohatství. Muži zhotovovali kánoe a ženy pletly umělecky cenné rohože. Připravovali rovněž olej z mořských živočichů. Jednou ročně, v průběhu slavnosti nazývané potlach, zvali své sousedy k přátelskému pohoštění. Během těchto večírků se chovali jako smyslů zbavení: sekerami rozbíjeli nikdy nepoužitá kánoe a ničili zánovní rohože. Do ohně vlévali ve velkém množství olej, jež pečlivě po celý rok opatrovali. Pozvaní hosté na tyto zdvořilosti reagovali ještě zběsilejším ničením bohatství, jež s sebou na návštěvu přinesli. Kdo dokázal zničit v průběhu návštěvy více majetku, získával pro příští období vůdčí postavení. Kdo zničil

příliš málo, odcházel s potupou. Od příštího dne pak zhotovoval o to usilovněji kánoe i rohože, aby svou porážku na příštím potlachu náležitě odčinil.

Kwakiutlové jako první pochopili, k čemu především slouží věci na jedno použití, stejně tak jako pochopili skutečnou funkci utrácení a spotřeby. Byli jen o poznání přímočařejší než my. Místo toho, aby se před druhými neustále předváděli v nově koupených věcech a zahanbovali je úrovní své vlastní nadstandardní spotřeby, jednoduše veškerý svůj majetek porubali na jednu hromadu. Byla-li vyšší než hromada souseda, vyhráli. Naše rituály blahobytu nejsou takto upřímné. O to jsou primitivnější.

Rizika

– tento pojem zavedl do úvah o společnosti v polovině osmdesátých let německý sociolog Ulrich Beck. Označuje jím skutečnost, že moderní společnost vytváří při svém zdánlivě veleúspěšném fungování řadu rizik, která fatálně ohrožují samo její přežití. Podle Bečka jsou současná rizika atomová, chemická, ekologická či genetická podstatně odlišná od všech nebezpečí, jež hrozila minulým společnostem. Dnešní rizika jsou místně, časově i sociálně bez hranic, je obtížné určit, kdo vlastně za ně nese vinu, a v zásadě se proti nim nelze pojistit.

Právě příslib prosperity je jedním ze způsobů, jimiž ti, jejichž zisky jsou s tvorbou rizik spjaty, poskytují alibi sobě i druhým. Budoucí prosperita představuje v jejich podání naprosto jistý zisk, jenž spolehlivě vyváží všechny náklady v podobě dnešních ohrožení.

Podobná argumentace ztrácí mnoho ze své věrohodnosti v okamžiku, kdy rizika, jež moderní společnost v úsilí o svou prosperitu produkuje, přestávají být nahodilá a roztroušená, a spojují se do

podoby globální ekologické krize. Z dřívějších okrajových rizik tak vznikají hrozby, jež jsou kontrolovatelné pouze okrajově. Domnělá rovnováha zisků a výdajů se jednoznačně vychyluje v neprospěch těch prvních.

Hlavní problém však spočívá v něčem jiném. Současná rizika jsou takového charakteru, že v minulosti vypracovaná ochranná opatření ztrácejí při konfrontaci s nimi svůj smysl. Riziková společnost začíná tam, kde společenské mechanismy, slibující záruky jistot tváří v tvář hrozícím nebezpečím, naprosto selhávají. Ani jistota finanční kompenzace nedokáže rozptýlit například starosti těch, kdo jsou i proti své vůli nuceni nést rizika mírového využití atomové energie.

Moderní rizika se naučila obcházet lidské smysly. „Ten, kdo netuší, co vlastně jí, dýchá a pije, nezná celou pravdu,“ konstatuje Ulrich Beck. „Může být dospělý, a přesto se chová jako naivní dítě. Podobně naivně působí však v situaci globalizovaných rizik i opatření stále bezmocnějších úřadů, a lze se jen dohadovat, co by se asi stalo, pokud by skutečně došlo i podle úředních měřítek k neúnosnému znečištění vzduchu a vody. Bylo by pak dýchání, jedení a pití lidem úředně zakázáno?“ táže se německý sociolog.

K existujícím rizikům se tak pozvolna připojuje riziko další, jež celou dosavadní aritmetiku zisků a ztrát zásadním způsobem problematizuje. Jedná se o poměrně závažné riziko toho, že slibovaná budoucí prosperita již nemusí najít svého adresáta.

Ropa

– kmenová společenství ve stádiu totemismu odvozovala svůj původ od určitého zvířete či rostliny. Dnes považujeme tato společenství za archaická, překonaná a primitivní. V jejich náboženství však byla obsažena velká moudrost. Tyto společnosti dokázaly, stejně tak

jako zvířata či rostliny, které měly v erbu, vystačit ve svém životě s energií přicházející ze Slunce. Tato takzvaně primitivní společenství nežila na úkor budoucnosti.

Pokud by si také naše moderní společnost chtěla pořídit svůj vlastní totem, měl by nejspíše podobu husté a páchnoucí směsi rozložených a zkapalnělých organismů. Právě ropě vděčíme za zvlášť velký díl své prosperity, odvozujeme od ní mnohé z uspořádání naší společnosti a spojujeme s ní velkou část svých snů. Rozložené a zkondenzované mršiny stojí u kořene našeho dnešního civilizačního zázraku, pohánějí motor pokroku, stojí v pozadí procesu ekonomické globalizace, a do značné míry modelují podobu globálních mezinárodních vztahů.

Není třeba dělat si příliš iluzí o rovnováze společnosti, která spočívá na něčem tak kluzkém, jako je právě ropa. Ropa je výmluvným symbolem věrohodnosti příslibů trvalé prosperity, neboť její skutečné zásoby jsou i ve střednědobém časovém horizontu výrazně omezené. Optimistické odhady veškerých, tedy i dosud neznámých zásob ropy na zeměkouli se při současném tempu čerpání pohybují v horizontu pod padesát let. To za předpokladu, že Čína, Indie a další rozvojové země neprovedou industrializaci západního typu a nerozvinou automobilismus.

Ropa je symbolem prosperity především proto, že při dnešním užívání přináší obrovské zisky při minimálních nákladech. V tomto ohledu funguje téměř jako jakési perpetuum mobile, což je možné jen díky tomu, že plnými barely čerpáme její zásoby mnohonásobně rychlejším tempem, než jakým se v geologické minulosti Země tvořily. Prosperující společnost poznáme bezpečně podle toho, že dokáže během několika desítek let spotřebovat to, co se tvořilo stovky milionů let. Takto velkoryse si žije společnost již od počátku průmyslové revoluce, právě díky ropě a jejím produktům však bylo teprve možno tuto nezodpovědnost důsledně privatizovat. Nástrojem privatizace nezodpovědnosti se stal osobní automobil,

jenž svobodu každého majitele vozu rozšířil o právo přivlastnit si prospěch ze spalování neobnovitelného zdroje, a přitom platit pouze zlomek nákladů, jež jsou důsledkem tohoto hazardního počínání.

Kmenové společnosti, které dnes označujeme za primitivní, přinášely na počest svých posvátných totemů lidské oběti. Takovou praxi dnes s odporem odsuzujeme jako necivilizované jednání. Civilizované je to jednání, které přináší lidské oběti na oltář ropy. Lidské oběti se konají buď přímo u jejího zdroje, jako tomu bylo například v případě Kena Saro-Wivy, anebo, což bývá prozatím běžnější, jsou lidské životy po stovkách a tisících obětovány až při jejím obřadném spalování v motorech našich automobilů.

Kultura uctívající ropu nebude trvat tak dlouho, jako vydržely kultury obyčejných primitivů. Oblaka dýmu, stoupající ve dne v noci k nebi z kadidelnic automobilových výfuků ani magické formule, vepsané do billboardů podél dálnic vedoucích k prosperitě nedokáží přivolat žádnou milost pro společnost, která si svou vyspělost dokazuje tím, že se již dnes zalyká soustý pozitřejšího oběda.

Růst

– je základem veškeré ideologie prosperity. Požadavek nikdy nekončícího růstu zní natolik sugestivně a slibuje tolik příjemného, že lehce přehlédneme jeho skutečný smysl: „Růst“ se stále více stává jen eufemismem pro „přežití“. Platí to v mnoha oblastech. Alternativou osobního růstu je neúspěch na trhu práce, alternativou růstu firmy je bankrot a alternativou ekonomického růstu je ekonomický, a vzápětí politický kolaps. Růst je v ekonomické i politické rovině pečlivě prezentován jako cukroví, ve skutečnosti je však bičem, jenž bez ustání visí nad hřbety všech účastníků posledních dostihů. Schopnost tvářit se i pod jeho tvrdými údery

neustále limonádově vlídně patří k hlavním povinnostem úspěšného člověka.

Roztáčejíci se kolotoč růstu působí jako centrifuga, která z myslí lidí odstřeďuje zbytky zdravého rozumu a nahrazuje je koncentrovaným roztokem reklamních iluzí. Teprve odstředěné mozky jsou připraveny vnímat rakovinný růst jako medicínu, vhodnou k léčbě jakéhokoliv problému. Ontogeneticky je přání urychleného růstu typické pro období puberty, které by chtělo být co nejdříve konečně dospělým, aby se vymanilo se z dohledu rodičů. Tato mentalita věčné puberty, vyzařuje-li z programů a projevů politiků, stává se dvojnásob ošidnou. Kromě iluzí o dospělosti, které provázejí infantilní myšlení naprosto standardně, skrývá se v ní ještě mnohem větší pošetilost: naprostá neschopnost přiznat si, že posledním výstupem neomezeného růstu v omezeném prostředí mohou být jediné problémy tak kolosální, že přerostou již všechny možnosti řešení.

Segregace sociální

– dokáže vcelku spolehlivě vyřešit jeden z nejožehavějších problémů společnosti prosperity, a sice nerovnou distribuci konzumních možností. Společnost blahobytu považuje ostentativní konzum za legitimní součást získávání a udržování sociální prestiže. Pro ty, jejichž konzumní možnosti zůstávají z různých důvodů omezené, představuje společnost spotřeby velký problém při hledání sociální identity. Budovat svou identitu na vlastní neúspěšnosti není nikterak snadné, a pokud by neúspěšní byli v přímém kontaktu s těmi nejúspěšnějšími, nebylo by to ani pro jednu stranu příjemné.

Společnost je však ke všem svým dětem stejně milosrdná. Mnoha způsoby proto podporuje sociální segregaci. Konzumně méně disponovaní spoluobčané se nedostanou do kontaktu s těmi

nejšťastnějšími ani v místě svého bydliště, ani ve škole, kterou navštěvují jejich děti, pochopitelně ani v zaměstnání, a už vůbec ne o dovolené. Ty skutečně bohaté a jejich konzumně nadějně potomky nepotkají průměrně úspěšní ani v obchodech a zamčené ani v prostředcích hromadné dopravy. Takové moudré uspořádání dává chudším možnost porovnávat se výhradně s ještě chudšími a bohaté nevystavuje nebezpečí kontaktu s nečistým.

Obě skupiny, jež nejsou pochopitelně v žádném ohledu vyšší či nižší, ale vždy pouze navzájem poněkud odlišné, se setkávají nicméně každodenně, a sice prostřednictvím televize. Oddělení pouze tenkou vrstvou obrazovky, mohou méně úspěšní pozorovat své snaživější spoluobčany, nahlížet do jejich příbytků, prožívat jejich nezáviděníhodné trable s pořizováním majetku a čekáním na dědictví i sledovat neuvěřitelná dramata jejich čajových party. Kromě toho, že učenlivější část chudších se touto podívanou výrazně kultivuje, slouží pravidelný televizní kontakt k jasnému odlišení segregace demokratické od dnes již zcela přežilé segregace kastovní.

Nejostřejších forem nabývá segregace úspěšných a neúspěšných pochopitelně v prostoru, do něhož se stahují z různých důvodů ti i oni, tedy v prostředí velkých měst. Vznikají v nich čtvrti bezpečné, v nichž veškeré dění je pod dohledem průmyslových kamer, nouzových tlačítek a SOS telefonů. Hustá síť policie státní i soukromé bdí nad bezpečností turistů a všech, kdo jsou schopni prosperitu místa podpořit z vlastní peněženky. Ti, kdo na to nemají, jsou ekonomicky vytlačeni do čtvrtí, v nichž bezpečí již tak snadno zaručit nelze. Ulrich Beck hovoří v této souvislosti o „architektuře apartheidu“, která již nespočívá na rasistických předsudcích, chce sloužit výhradně bezpečí takzvaných elit výkonu.

Tyto elity potřebují především klid pro práci, bez níž by se prosperita moderní společnosti zajisté zhroutila jako domek z karet. Jejich vysoká výkonnost napojená na počítače ruší nutnost vykořisťovat práci chudých. Zůstává potřeba oddělit se od nich, neboť

kontakt se statusově nečistým by mohl poskvřnit samu posvátnost úspěšných. Jestliže obrazovky bezpečnostních kamer spolehlivě chrání prosperující před nezpůsoby neúspěšných, obrazovky televizorů dávají i neúspěšným možnost participovat na životě úspěšných, aniž by byla ohrožena hygiena a zvyky dobré společnosti.

Seriály televizní

– tvoří důležitou součást pocitu prosperity a činí tak přinejmenším dvojím způsobem. Na jedné straně fungují jako prostředek eskapismu, tedy slouží úniku z reality, pokud je pocítována jako nelibá. Televizní seriál dokáže dodat lidem, kteří nemají důvod být příliš nadšeni svým každodenním životem, prefabrikovaný, předvařený sen na pokračování. Ať již jsou kulisy nekonečného děje seriálů laděny spíše v romanticko-exotickém tónu tichomořských ostrovů a zapomenutých „rájů na Zemi“, anebo raději ukazují přepychový život, odehrávající se v bazénech a u barů milionářských špiček, vždy nechávají diváka na chvíli zapomenout na oprýskané dveře jeho balkónu vévodícího poněkud zašedlé vedlejší ulici. Je nepravděpodobné, že by sto a vícedílné seriály měl chuť a čas sledovat kdokoliv, kdo považuje svůj život za dostatečně hodnotný, svou práci za dostatečně atraktivní a svůj volný čas za dobu, kdy se nenudí. Seriály nabízejí možnost identifikovat se s ropnými magnáty, a to dokonce i těm, kdo vysedávají před televizí jen proto, že nemají momentálně na benzin. Jejich profesionálně dokonalé zvládnutí posiluje v divácích lhostejnost k rozdílům mezi iluzí a realitou. A divák tyto rozdíly přehlíží tím ochotněji, čím více skóre dopadá ve prospěch iluzí.

Poutavé seriály dokáží vytlačit šedou realitu všedního dne tak dokonale, že ranní jízda tramvají do práce je vnímána jen jako dobrá příležitost, jak se spolucestujícími nalézt to nejvhodnější řešení, jež

pro všechny přijatelně ukončí kruté strádání manželského trojúhelníku kdesi na texaském ranči. Pokud řešení najdeme, přijíždíme do práce uvolnění, a poznámky nerudného šéfa přijímáme s tajemným úsměvem na rtech.

Popsány jsou dokonce případy, kdy čeští turisté, ponořeni po pás do vln oceánu v jednom z atraktivních přímořských letovisek, namísto koupání řeší problémy jakéhosi seriálového miliardáře s jeho nedostudovaným synem. Dobrý seriál spolehlivě dokáže rozptýlit i toho, kdo by to snad ani nepotřeboval.

Seriály umožňují odpočinout si od vlastních problémů sledováním problémů druhých. Tím spíše, že dobrá režie dává záruku jejich uspokojivého vyřešení, což v reálu není vždycky dost dobře možné. Kromě nabídky úniku, při němž dokonce vůbec není nutno sundat papuče či se jen na moment vzdálit z dosahu chio chipsů, plní televizní seriály také další užitečnou funkci: pozitivně snižují míru deprivace. Seriály ze života bohatých, mocných a privilegovaných jsou shodou okolností režírovány tak dojemně, že běžný člověk u své televize získává neodbytný dojem, že bohatí jsou na světě vlastně hlavně proto, aby mohli svými osobními a rodinnými trablemi bavit po dlouhé zimní (ale také jarní, letní a podzimní) večery ty méně úspěšné, a tedy určitě i méně ustarané. V soucitu nad nimi lehce zapomínáme na své tak málo fotogenické běžné trable.

Silniční daň

– odvádí se v zabitých a zmrzačených lidech, a to průběžně po celý rok. Je vybírána bez výjimky od řidičů i chodců, je vyžadována od opilých i střízlivých, hazardujících i opatrných. Platí ji muži i ženy, stejně tak malé děti jako dospělí. Samotné údaje o stavu a perspektivách výběru této daně lehce mrazí. Studie heidelbergského prognostického ústavu zveřejněná v březnu 1995 předpokládá,

že při dosavadních trendech si automobilová doprava v průběhu příštích 35 let vyžádá na celém světě zhruba 50 milionů lidských obětí. To je podstatně více mrtvých, než kolik si vyžádala na všech bojištích druhá světová válka (odhady historiků hovoří o 30 milionech obětí).

Snad ještě otřesnější než tato surová čísla je banalizace smrti, k níž v naší kultuře dochází mimo jiné právě ve spojení se smrtí na cestách. Zatímco desítky milionů mrtvých z druhé světové války nás stále ještě oprávněně straší a pro celé generace představují osudové memento, na desítky milionů mrtvých, kteří zcela jistě přijdou v příštích letech, pohlížíme jako na holou nutnost. Dokážeme být zcela soudní, hodnotíme-li válku, a považujeme ji za naprosté barbarství. Rozvoj prosperity, i když v tomto bodě prokazatelně přináší větší lidské oběti, než dokázala přinést i ta zatím nejkrutější válka, zůstává pro nás symbolem něčeho blahodárného.

Obrázky mrtvých a zraněných na cestách se prostřednictvím televize nepozorovaně proměnily v naprosto rutinní každodenní podívanou, v běžný, byť ne právě nejatraktivnější doprovod našeho mírového podvečerního odpočívání. Mrtvý na silnici, nejedná-li se o člověka nám blízkého, není vnímán tak tragicky jako jiní mrtví. Nikdo na něj přece nečekal v záloze s nožem v ruce, nikdo ho nezabil ze žárlivosti či ze zisťnosti, tedy z motivů nekalých a odsouzeníhodných. Stal se jen víceméně náhodným doprovodem technického selhání a lidské nedokonalosti. Je mrtvý ne proto, že by mu někdo chtěl ublížit, ale vlastně jen proto, že měl smůlu. Stačilo, aby vyjel o pár vteřin dříve či později, či jel kousek jinudy. Nemuselo se mu vůbec nic stát, a mohl se večer spokojeně dívat spolu s námi na zprávy z našich stále delších a stále rychlejších a bezpečnějších silnic. Prosperita není osobně zaujata vůči nikomu. Svoji žeň mrtvých jí silnice každoročně odevzdat musí, též procento růstu této daně odevzdávané pokroku nelze příliš ovlivnit. Její však naprosto lhostejné, kdo konkrétně bude do letošního transportu

smrti zařazen. Silniční daň funguje dnes v lecčems podobně jako v minulosti morové rány. Není na ni znám žádný lék, vybírá si své oběti s železnou pravidelností, bezpečný se před ní nemůže cítit prakticky nikdo, každý si však může až do poslední chvíle namlouvat, že jeho a jemu blízké snad také tentokrát mine. Morové rány však kosily lidi v důsledku nevědomosti a bídy. Silniční daň platíme jako daň rostoucímu bohatství a při jejím výběru asistuje ta nejmodernější technika. Již to samo o sobě je neklamným důkazem toho, že pokrok přece jen existuje. Je ovšem zvláštní kráčet k prosperitě rytmem každoročních malých morových ran.

A nedoporučuje se pohlédnout zpět na cestu, kterou jsme již na svém pochodu za prosperitou urazili. Je pokryta hromádkami zkrouceného plechu a lemována řadami křížů ve čtyřech, v nejvyvinutějších zemích pak již dokonce v osmi pruzích.

Skromnost

– z hlediska společnosti, která nutně potřebuje prosperovat, patří skromnost bezesporu ke zdaleka nejnebezpečnějším lidským neřestem. Čím je spotřebitel skromnější, tím více vlastně okrádá celou řadu výrobců nejroztodivnějšího zboží a ještě delší řadu poskytovatelů všemožných služeb. Společnost prosperity se nebuduje pro askety, a už vůbec ne pro lidi s tržně nezajímavou duchovní orientací. Bible, která se kupuje jednou za život, či dokonce vydrží rodině po celé generace, je odstrašujícím příkladem toho, jak spotřeba nemá vypadat. Lidé, kteří jsou skromní a vyjdou spokojeně i s málem, působí na neviditelnou ruku trhu jako tetanus. Jsou mnohem horší než lupiči, neboť se před nimi nelze pojistit, a nelze je ani zažalovat. Skromní sabotéři prosperity jsou vrcholně cyničtí, neboť okrádají své bližní o zisk, a po trestněprávní stránce přitom vůbec nic neriskují.

Prosperita je založena na rychlé obměně čehokoliv, ze své podstaty musí podněcovat nespokojenost s dosaženou úrovní a rozvíjí se přesně v rytmu střídajících se módních vln. Prosperita nemůže, i kdyby snad chtěla, starosvětsky zvolnit krok, protože věci, které nabízí, nebývají konstruovány na delší životnost. Jsou vždy jen provizorní, a pokud bychom se s nimi chtěli v návalu skromnosti snad spokojit, pod rukama by se nám rozpadly a nebylo by je možno zatím nahradit něčím ještě provizornějším. Skromný volič, jenž by zůstával hluchý vůči slibům blahobytu, by byl stejnou pohromou pro politické strany jako skromný spotřebitel pro všechny výrobce a dealery. Naštěstí skromnost není mezi lidmi příliš rozšířena. Naši spotřebitelé a naši voliči jsou v tomto ohledu chválabohu vysoce nároční.

Soukromí

– hraje ve společnosti prosperity roli zcela klíčovou. Je to ovšem soukromí poněkud jiné, než o jakém mluví učebnice politologie. Charakter dnešního soukromí snad nejlépe vystihuje ona televizní reklama, v níž je ke koupi nabízeno jakési domácí skákadlo, malá trampolína s názvem Pumper Jumbs, na které můžeme podle libosti povyskakovat. Reklamu doprovází slogan: Kupte si naše báječné domácí skákadlo namísto běhání v nebezpečných parcích a v nezdravém ovzduší!

Reklama na skákadlo velmi hezky ilustruje, jakými proměnami prošla kategorie soukromí a jak skrovnou roli hraje dnes ve srovnání s velkými aspiracemi osvícenství. Oblast soukromého se po peripetiích středověku postupně opět vynořuje jako jeden z předpokladů realizace práv neurozených měšťanů. Moderní renesance soukromí probíhá v kontextu emancipace především zámožných vrstev od tlaků a indiskrétností absolutistického státu. Měšťanské

soukromí představuje definitivní průlom do světa feudálů, kteří po oddělení soukromého nikterak netoužili. Na celé své panství pohlíželi jako na rozšíření své vlastní domácnosti, vydatně profitovali z toho, že soukromé a veřejné v době jejich vlády zůstávalo nerozlišeno.

Měšťané svým požadavkem soukromí naopak obnovovali anticou zkušenost, pro kterou vlastní soukromí nebylo samoučelem, nýbrž předpokladem a východiskem účasti plnoprávného občana na věcech veřejných. Také moderní osvícené měšťanstvo chce využít svého soukromí jako nedobytné zálohy, z níž může vyrazet do veřejného terénu a formovat ho v demokratické diskusi a konkurenčním soupeření podle svých představ.

Nedotknutelné soukromí nebylo žádnou skrýší. Bylo pouze předpokladem toho, aby se nezávislý občan mohl bez obav věnovat zásahům do věcí veřejných, aby mohl činit svět bezpečnějším pro sebe a zdravějším pro své zájmy. Soukromí zámožných se mělo stát prvými ohnisky, z nichž se bezpečí a osvěta budou postupně šířit do celé společnosti, odkud vytlačí zbytky temného středověkého barbarství. Nabídka domácích skákadel dává tušit, že tento projekt nevyšel. Právo na bezpečnou domácnost už není příslibem pacifikace širší společnosti. Dřívější velké měšťanské aspirace se uskrovnily do podoby defenzivní strategie: domácnost se proměnila v poslední obrannou linii obklopenou nebezpečnými parky a nezdravým ovzduším. Soukromí se z předpokladu účinného zasahování do věcí veřejných změnilo ve vyhledávanou formu útěku z reality.

Prosperitě to vyhovuje. Běhání v nebezpečných parcích a v nezdravém ovzduší nepřispívalo k růstu ekonomiky bezprostředně ničím. Je to způsob trávení volného času, jenž nedává příležitost k žádnému zdanění. Budeme-li však všichni po večerech dovádět na svých nově koupených nejmodernějších domácích skákadlech, hrubý domácí produkt také o něco povyskočí. Časem vzniknou nepochybně skákadla druhé generace, vybavená digitálním měřičem

výše výskoku a další špičkovou technikou. Olympijské hry budou možná jednou rozšířeny o novou disciplínu. Parky se ovšem stanou ještě opuštěnějšími, a tedy nebezpečnějšími, a snížená kvalita ovzduší nebude vzorně skákající občany už zdaleka tolik deprimovat. Hop!

Stachanovci konzumu

– Stachanov byl mladý sovětský člověk, který vůbec netušil, že jeho počínání je vzornou karikaturou buržoazní protestantské etiky práce. Neúnavná práce, píle a odříkání stály v základech industrializace západního i sovětského typu, a Stachanov plně odpovídal představě Fredericka W. Taylora, podle něhož člověk je jen méně výkonnou odrudou tažného tvora.

S pokrokem výroby moderní technika vytlačuje stachanovce ze slojí a továren, a časem je vytlačí i z kanceláří, pokud v nich nějakí jsou. Manažeři výroby brzy pochopili, že nestačí organizovat jen produkci, je třeba stejně pečlivě zorganizovat také spotřebu vyrobeného. Zhruba od poloviny století je toto přesvědčení již natolik rozšířeno a tak hojně praktikováno, že kritikové masové kultury začínají hovořit o konci protestantské etiky. S krajní nevolí se vyjadřují k hedonistickému způsobu života, jenž píli nahradil užíváním, úspornost žitím na dluh a pracovní výkon orientací na volný čas. Podle kritiků masové kultury prostě vše nasvědčuje tomu, že člověk se naprosto změnil a vyměnil staré a příliš pracné ctnosti za nové, pohodlné, zahálčivé požitky. Ztratil prý též svoji bývalou zodpovědnost, když kreditní karty svádějí lidi k tomu, aby při nákupech velkoryse překračovali své platební možnosti.

Můžeme však být klidní. Člověk je stále tentýž, to jen doba vyžaduje od něho jiné nasazení. Jakmile se stalo zřejmým, že výroba se nemůže firmám rentovat, není-li perfektně a pokud možno

s předstihem připravena slušná poptávka a zorganizována vysoká spotřeba, musel být člověk příslušným směrem přeorientován. Je to logické. Když se o výrobu dokáží postarat stroje, musí se z člověka stát stroj na spotřebovávání. Jeho spotřebitelský výkon je třeba přizpůsobit výkonu výrobní mašinerie. S asketickými spotřebiteli nelze dělat žádné komerční zázraky. Podle slavného výroku ředitele výzkumné laboratoře firmy General Motors Charlese Ketteringa musí být proto jedním z předních cílů byznysu organizované utváření „neuspokojeného spotřebitele“.

Namísto stachanovců výkonu tak nastoupili stachanovci spotřeby. Nelze než smeknout před jejich výkonem, i když je veřejným tajemstvím, že ho dosahují sportovně ne tak docela čistým způsobem. Vydatně nadopováni reklamou vrhají se odvážně do uměle osvětlených slojí supermarketů a postrkují své nebezpečně přetížené vozíky až k výstupní kontrole, která exaktně zváží, kolik toho dnes zase vytěžili. Nejlepší z nich dostanou bonifikaci a jména těch docela nejšťastnějších jsou slosována a vyvěšena na čestném místě hned u východu ze sloje.

Stachanovci konzumu jsou hrdiny dneška, protože bez nich a bez jejich každodenního nasazení by ekonomika těžce stagnovala. A proto zítra nafasují ještě větší vozíky a bude jim aplikována ještě mámivější dávka reklamy, aby mohli do slojí, v nichž se rozhoduje o našem zítřku, vyrazet ještě častěji a neúnavněji. Díky novým a větším supermarketům budeme moci už brzy fárat dokonce i v sobotu odpoledne a v neděli, výrazněji zmírnit bude možno teprve po odchodu do důchodu. Nepůjdeme do něj však zdaleka všichni. Některé čeká předávkování reklamou, jiné zase v nejlepším konzumentském věku těžké nákupní vozíky bez milosti rozmačkají.

Starosti

– jsou motorem veškeré prosperity. Bez ustavičné ustaranosti všech by nebylo ustavičně rostoucího odbytu. Prosperita začíná tam, kde starosti se už ani vzdáleně netýkají pouhého přežití či elementárního zajištění sebe a svých blízkých. Správné starosti se musejí týkat věcí, bez nichž se lze při troše dobré vůle docela dobře obejít. Teprve tyto starosti jsou skutečně trýznivé, nutkavé a všudypřítomné. Teprve takové starosti správně prodávají.

Poválečná historie starostí je bohatá na události. Koncem čtyřicátých let a v letech padesátých byl osou každodenních starostí slušný byt, kuchyně vybavená poměrně jednoduchými přístroji a základními potravinami, časem také gramorádio, černobílý televizor a především – první automobil. Starost o pořízení těchto věcí naplňovala v době prvních krůčků státu blahobytu každé dopoledne továrny a úřady, každé odpoledne obchodní domy.

Od konce let padesátých a v letech šedesátých se starosti pronikavě modernizují. Kromě běžných rutinních starostí (rodinný domek, HI-FI souprava, barevná televize) přibývají starosti zbrusu nové. Nalézt příhodné zaměstnání pro manželku a opatřit dětem vzdělání natolik atraktivní, aby jejich starosti mohly být větší, než byly starosti rodičů. Tyto starosti plní každé dopoledne supermarkety a superúřady, každé odpoledne pak zaplňují až k prasknutí nově stavěné supermarkety.

Pokrok se nedá zastavit, a léta sedmdesátá přinášejí též v oblasti starostí opravdovou revoluci. Je nutno začít se starat o koupi druhého auta pro domácnost, a to i přesto, že ceny benzínu jdou nahoru. Kromě běžných starostí v práci je nutno začít se starat o atraktivnější dovolenou, protože na Mallorcu a na Kanárské ostrovy už začali jezdit i sousedé. Namísto starostí o pouhá vybraná jídla a obyčejné nejkvalitnější nápoje nastupují starosti o zaručeně zdravá jídla a stoprocentně nezávadné nápoje. Zelené police hypermarketů jsou

celé přesunovány do automobilů vybavených třicestným katalyzátorem. Přibývá nová starost – cestou domů nepřejet posledního zajíce v regionu, pečlivě chráněného a vybaveného pro všechny případy vysílačkou s dekodérem.

Nastupují léta osmdesátá a starosti vrcholí. Už je doma téměř všechno, co bylo možno od druhé světové války kdekoliv na světě koupit, a x-té auto právě přiváží z hypermarketů ten zbytek. Spíše je plná, nádrž přetéká a lednička praská ve švech. Sociolog Inglehart může tedy začít psát o změně hodnot pryč od hodnot konzumentství. Je to logické, neboť to jediné, o čem lze ještě diskutovat, je míra naplněnosti vlastního života. Po obrovském boomu prodejců automobilů, úspěších televizních společností a výrobců chladírenské techniky se dočkávají konečně své tučné sezóny experti na smysl života, psychoanalytici, hvězdopravci, dlouhá řada nových církví a instruktoři jógy. Turistické kanceláře nabízející zámožným ze všech končin exotiku, na druhé straně zeměkoule dostávají tvrdou konkurenci ve specializovaných expertech na mystično nabízejících zájemcům ještě větší exotiku kdesi hluboko uvnitř vlastní duše.

Do vozíků k plným lahvím nezávadné vody, nezávadného chleba a dalších otestovaných pochutin začíná být slušné, a v lepší společnosti zcela závazné, přihodit navrch ještě cosi postmoderně neurčitého, mučivě ambivalentního, drobet rozmazaného, ovšem neopakovatelně vzrušujícího. Jak poznamenává Ulrich Beck: Ti, kdo jsou nejposlednější touhou po sebenaplnění, vytrhávají sami sebe ze země, aby se ujistili, že také jejich kořeny jsou zdravé. Bedlivě si je prohlížejí, a pro jistotu fotografují, aby pádným důkazem své starosti alespoň na malou chvíli poněkud rozptýlili.

Je stále těžší předvídat, jak se budou naše starosti vyvíjet do budoucna. V intencích teorie růstu by měly trumfnout všechno, na co jsme byli zvyklí v minulosti. A skutečně, futurologové, kteří se tímto problémem zabývají, vypadají stále ustaraněji.

Stáří

– staří lidé jsou nepřáteli prosperity, a to z celé řady důvodů. Nejčastěji se hovoří o důvodech demografických. Podíl staré a stárnoucí populace ve vyspělých zemích, ale i u nás neustále roste, zatímco podíl ekonomicky aktivních, tedy vlastních budovatelů prosperity, úměrně tomu klesá. Nutnost udržovat rostoucí podíl starších spoluobčanů z daní ekonomicky aktivních neospravedlnitelně snižuje průměr životní úrovně všem. To však není ještě zdaleka to nejhorší.

Ani skutečnost, že pro staré lidi má společnost blahobytu jen velmi málo použití, není ještě tak zoufalá. Je sice pravda, že jejich produktivní síla se do značné míry vyčerpala a jejich konzumní potřeby, snad s výjimkou léků a lékařské pomoci, se stávají nepochopitelně nízké a především krajně nevynalézavé. Nevadilo by tolik dokonce ani to, že staří lidé jsou již jaksi z povahy věci vzdáleni tomu, co si moderní společnost cení na svých členech zdaleka nejvýše: jsou málo pružní, málo flexibilní, špatně se adaptují, nejsou ani trochu dynamičtí. Mnohem povážlivější je, že stárnoucí a staří lidé jsou vlastně trpkým výsměchem, krutě ironickým zpochybněním nejvyšších hodnot prosperity.

Honba za prosperitou je ve svém jádru honbou za volným časem. Málokdo uvažuje o své pracovní době jako o čase, kdy se mu báječně prosperuje. Prosperita znamená především techniku, která šetří naši práci, a tím zvyšuje rozsah času, který máme sami pro sebe k dispozici. Životní úroveň dnešního člověka je prakticky totožná s jeho soukromou spotřebou ve volném čase. Na žebříčku prestiže ve společnosti prosperity postupujeme o to výše, oč méně jsme vázáni pevnou pracovní dobou a povinnostmi, které nám z našeho volného času ukrájí. Pracujeme proto stále intenzivněji, abychom získali prostředky a postavení, které nám umožní mít svůj čas jenom sami pro sebe.

V tomto zápase o volný čas, který nás nutí pracovat tak často přesčas, působí staří lidé jako živoucí provokace. Veškerý jejich čas je, měřeno měřítky osob ekonomicky produktivních, úplně volný. Jejich možnosti využít ho jsou však v obrovském nepoměru s ambicemi mladých, kteří v boji o čas, jež by dokázali tak báječně využít, pomalu a neodvratně stárnou. Nástup stáří je proto vnímán nikoli jako přirozené vyústění života, ale přinejmenším jako nepříjemná kosmetická vada, ne-li přímo záludná choroba. Toužebně vyhlížíme vynález léků, které zpomalí stárnutí, i když bychom měli raději hledat lék na naši zastydlou infantilnost, která nás pudí tvářit se věčně mladými a udržovat se v postpubertální fyzické i mentální kondici na kurtech a hřištích i ve věku, jemuž vždy slušela mnohem více usedlá rozšafnost.

Prosperita je zcela rutinně spojována s mládím především v reklamních obrazech. Stáří v nich figuruje jen zcela okrajově, a zpravidla ve funkci garanta jistoty určitého podniku či výrobku, jenž opět má sloužit především mladým. Je to pochopitelné, neboť reklama se obrací na perspektivní zákazníky, kteří mají potřeby a možnost dlouhodobě se zadlužit při jejich stále rafinovanějším uspokojování. Vize prosperity je tak přímo z technických důvodů spjata s fikcí věčného mládí. Stárnutí tuto fikci smrtelně vážně zpochybňuje, a pro staré lidi není vůbec žádnou omluvou, že tak činí mnozí z nich možná docela nechtěně.

Stát blahobytu

– patří do skupiny největších a nejzarytějších nepřátel prosperity. Ti, kdo to tvrdí – a tvrdí to dnes prakticky všichni – se liší pouze ve vysvětlení tohoto jednohlasně přijímaného konstatování. Podle odpůrců státu blahobytu ohrožuje tato instituce příchod prosperity tím, že dává stále rozmazlenějším a stále línějším vrstvám

obyvatelstva zcela zdarma to, na co si v jakémisi podivném vrtochu nechtějí vydělat vlastní poctivou prací, jak to odjakživa a v potu tváře činí vrstvy zámožné. Stoupenci tohoto výkladu jsou dnes ve společnosti naštěstí ve většině, takže je jen otázka času, kdy stát blahobytu bude odstraněn a líní začnou konečně pracovat po vzoru bohatých.

Druhé vysvětlení je složitější, a snad proto není všeobecně přijímáno. Bohatí je považují za příliš pobuřující a ti ostatní jsou trochu líní o něm přemýšlet. Toto vysvětlení tvrdí, že stát blahobytu je podezřelý hlavně proto, že odhaluje naprostou utopičnost celé vize prosperity. Stát blahobytu se všemi svými potížemi je živoucím dokladem iluzornosti snah nahradit pomocí organizované lidské činnosti efektivně to, co jiná lidská činnost, konkrétně moderní ekonomika, dokonale a zcela systematicky narušila a rozbila.

Ekonomická teorie jako věda o slibované prosperitě je zvyklá považovat nejen čistý vzduch a čistou vodu, ale třeba také vlídné mezilidské vztahy, soudržnost obce či respekt vůči sociálním sankcím za samozřejmosti, jež jsou a navěky budou zcela bezplatně produkovány. V prvním případě se o to postará příroda, v případě druhém sama společnost. Tato bezstarostná ekonomika stravuje přírodní prostředí ve stejné míře, jako stravuje vztahy přirozené a nevykalkulované solidarity mezi lidmi. Potíže státu blahobytu jsou pouze důkazem toho, že umělé produkování lidské solidarity úřadem je právě tak nerentabilní jako snaha uměle nahrazovat činnost rozvrácených ekosystémů a suplovat pomocí technických aparatur jednotlivé aspekty dříve funkčního a nyní poškozeného přírodního prostředí. V obou případech je příliš finančně nákladné, příliš organizačně složité, a zároveň příliš málo účinné snažit se uměle napodobovat to, co bylo dříve reprodukováno víceméně zdarma a co lidé mohli užívat zcela samozřejmě.

Kritika, jež vyčítá sociálnímu státu přílišnou nákladnost, těžkopádnost a neúčinnost ve srovnání s trhem, nechápe tedy dost

možná samu podstatu věci. Sociální stát se nesnaží o totéž co trh, snaží se do značné míry pouze o nápravu toho, co právě rozvoj tržních vztahů ohrozil. Proto nelze klást na sociální stát stejná měřítka výkonnosti jako na trh. Trh prokazuje svou výkonnost v souvislosti s narušováním sociálního předitiva, a je zřejmě jednodušší toto předitivo narušit, než ho opět revitalizovat. Porovnáváme-li tedy účinnost sociálního státu s trhem, je to stejné, jako kdybychom chtěli porovnávat ekonomické přínosy těžby uhlí s ekonomickými přínosy rekultivace krajiny touto těžbou narušené.

Trh vyžaduje autonomní individuum, a pro jeho fungování je pak již zcela lhostejné, je-li jedinec integrován sítí přirozených sociálních vazeb do společnosti spolu s druhými, či žije-li zcela osaměle a izolovaně. Z čistě ekonomického hlediska je dokonce nutno preferovat druhý případ, neboť existence rodiny, příbuzných a přátel vytváří riziko, že proběhnou neformální směny, jež uniknou zdanění, a tedy nikterak nepřispějí ke vzrůstu registrovaného hrubého národního produktu. Hledisko mezilidské solidarity a sociální integrity společnosti vyžaduje však pravý opak. Proto může Pierre Rosanvallon tvrdit, že bez sítí rodinné solidarity a bez podzemní ekonomiky, která dokáže vyrovnávat výkyvy a šoky ekonomiky oficiální, by požadavky na státní intervenci byly nepochybně ještě mnohem větší.

Sociální stát je tedy výrazem přímo sisyfovského úsilí o revitalizaci vazeb sociální solidarity, jež nejsou rozhodně nikterak posilovány sociálními dopady tržního mechanismu. Ušili sociálního státu je dvojnásob vyčerpávající. Nejenže postupuje vždy až s určitým zpožděním za těmi silami, jež sociální vazby oslabují. Navíc je nucen to, co vzniklo a bylo udržováno zcela spontánně a přirozeně, reprodukovat naprosto uměle, za pomoci byrokratických mechanismů, tedy mechanismů, jež historicky vznikly ve zcela jiných kontextech a se zcela jiným posláním než za účelem posilování mezilidské soudržnosti a sociální solidarity.

Veškeré fungování státu blahobytu bylo navíc založeno na předpokladu, že hospodářské bohatství bude vytvářeno uvnitř dané země a že v principu neexistují žádné meze pro stálý růst tohoto bohatství. Zatímco druhý předpoklad byl vážně zpochybněn projevy globální ekologické krize, předpoklad první byl zpochybněn neméně výrazně globalizací podnikání. Jestliže trh, působící v národním měřítku, vyvolal vznik sociálního státu jako instituce povoláné revitalizovat mezilidskou solidaritu, pak globalizovaný trh dodatečně ohrozil fungování této opravné instituce tím, že přenáší práci i daně z vyspělých zemí do zemí rozvojových, a tím zároveň zvyšuje počty sociálně potřebných a snižuje prostředky na jejich zabezpečení.

Odpůrci státu blahobytu si svou kritiku příliš ulehčují, jestliže tvrdí, že sociální výdaje rostou především, či dokonce výhradně jen proto, že jeho klienti jsou stále zhýčkanější a požadují stále více, čímž podvazují možnosti dalšího ekonomického rozvoje. Podobná argumentace naprosto přehlíží skutečnost, že právě dosavadní ekonomický rozvoj přispěl právě tak ke zvýšení nezaměstnanosti jako k oslabení instituce rodiny, sousedství a dalších forem přirozené solidarity. Přehlízejí, že tento rozvoj nebyl bez viny na rozvoji kriminality, alkoholismu a narkomanie a v kombinaci s nepříznivými ekologickými dopady zvyšuje nemocnost a ohrožuje genetickou zdatnost populace. To vše, spolu s řadou dalších souvisejících faktorů, zvyšuje nároky na výdaje sociálního státu zcela bez ohledu na stupeň zhýčkanosti či snad lenosti jeho obyvatel.

Strach

– obyčejný lidský strach patří k nejvýkonnějším motorům prosperity. Strachy a úzkosti, které jsou maskovány neustále optimističtější grimasou politiků a voláním po stále vyšší spotřebě, jsou v zásadě dvojího druhu. První zdroj strachu a obav má široký antropologický

záběr a souvisí s nejistotami lidské existence a s vědomím omezenosti lidského života. Strach tohoto typu dával vždy vzniknout bohům a není divu, že stojí též u kolébky boha konzumu. Člověk, který se stává pánem koupených věcí, jež jsou mu vydány na milost a o jejichž životnosti on sám rozhoduje, na chvíli zapomíná, že nad svým vlastním osudem už zdaleka takovou kontrolu nemá. Tuší, že jeho život není neomezený, utěšuje se tedy alespoň tím, že jeho životnost je vyšší ve srovnání se zbožím krátkodobé, střednědobé, a někdy dokonce i dlouhodobé spotřeby. Hluboce zakořeněný antropologický strach z konečnosti, omezenosti, limitovanosti v nás jako protireakci vzbuzuje víru v konzumní neomezenost a v růst věčný. Ekonomika i politika na této svou podstatou náboženské víře parazitují vždy, když se tváří, že jsou schopny donekonečna růst garantovat.

V tomto smyslu jsou všechny politické strany stranami tvrdě klerikálními. Podobně víra v neomezený pokrok vědy a v nové technologie je mnohem méně vědecká, a mnohem více má společného s magií a náboženstvím, než si zejména vědci připouštějí. Víra v pokrok je projevem nutkavé snahy o neomezenost a jistotu, ale strach z konečnosti nás vede k tomu, že místo sošek starých a zapomenutých bůžků vztyčujeme na vhodných prostranstvích kamenné sošky těch, kdo nás do říše Pokroku nepochybně vedou, a pravidelně jim přinášíme oběti v podobě květin, symbolu kvetoucího růstu, a rituálních věnců se stuhami.

Druhý zdroj strachu je historicky omezený a civilizačně podmíněný a má podobu moderní industriální společnosti. Tato společnost budí obavy a nejistotu svou přílišnou komplexností a drtí své členy vahou svých rozměrů. Moderní společnost již dávno překročila člověčí měřítko, a dokonce i v podobě zbytků státu typu České republiky překračuje mnohonásobně běžnou kapacitu orientace. V realitě, která dávno přestala respektovat lidské rozměry, existují však ostrůvky světa, jenž je přesně ušit na lidskou míru. Jedná se

o svět konzumu, jenž ve svých přesně cílených reklamních šotech ukazuje člověku povědomou tvář, v níž rychle a zcela bezpečně poznává sám sebe. Vše je zde tak důvěrně známé. Co je malé, to je milé, a konzumní azyl je přesně tak malý, aby byl dokonale přehledný, a navíc také (to je v ceně) bezkonkurenčně pohodlný a útulný.

Strachy a obavy, které pronásledují člověka, a moderního člověka zvlášť, jsou tedy zvládány podle dvou zcela odlišných receptů. Na jedné straně máme víru v neohraničený pokrok a růst, jehož velkolepost dává člověku možnost překonat svou vlastní nepatrnost pocitem účasti na něčem obrovském. Na straně druhé zde máme naopak útulný prostůrek soukromého konzumu, ve kterém je všechno nejenom zářivě bílé a neskutečně jemné na dotek, ale taky bezprostřední, blízké a snadno pochopitelné. Víra v možnosti neomezeného pokroku dalšího konzumu představuje tedy dvojí jistění před tradičními úzkostmi a strachy. Pro ty pak, kdo z ekologických důvodů propagují umírněnost a skromnost, představuje naopak dvojnásobně obtížnou překážku v jejich snaze o hodnotovou reorientaci.

Ekologům se často předhazuje, že prý lidi straší. Ale to přece vůbec není třeba. Lidé mají nahnáno už tak dost. Jinak by necítili potřebu kořit se bohům neomezeného růstu a nesnažili by se zabarikádovat ve svých soukromých útočištích pro všechny případy proměněných v nepřístupné sklady konzumní hojnosti.

Super

– slůvko „super“ se s úžasnou, přímo nevídanou superrychlostí stalo součástí našeho slovníku. Jeho velkou předností je, že jím lze vyjádřit prakticky cokoli. Je-li něco velkého (například samoobsluha), je to supermarket. Je-li něco malého (například ceny), jsou to superceny. Především mládež, jedno zda učňovská, středoškolská,

či vysokoškolská, se doslova přes noc přenesla do supersvěta a citoslovce super se stalo snad nejběžnějším výrazem, jehož při pohledu do výkladních skříní, na obrazovku videa či jen tak do zrcadla používá.

Je to pochopitelné, neboť celá moderní společnost dospěla do svého superstádia. Aby se ve své dokonalosti přes noc nezřítila, je nutno ustavičně všechno v ní mnohonásobně předimenzovávat. Především je třeba neustále ekonomicky růst, aby se vůbec hospodářsky přežilo. Je třeba přímo astronomicky bohatnout, má-li zůstat alespoň malá šance, že vůbec něco prokape ke skutečně potřebným. Do superobrátek je nutno vyhnat i zbrojení, neboť jedině arzenál zbraní, schopný stokrát zničit naši planetu, může odstrašit od jejího jediného, avšak zřejmě definitivního zničení.

Totéž, co platí v globálním měřítku, platí nepochybně také uvnitř společnosti. Každá firma a každý podnikatel tuší, že musí být superúspěšný, má-li mít šanci zakamuflovat všechny své drobné neúspěchy. Do reklamy je nutno vkládat miliardy, má-li se alespoň něco prodat. Politikové, dealeri a cirkusoví umělci zase vědí, že je nutno chovat se superdotěrně, supersuverénně a zároveň superpochlebovačně, chtějí-li přilákat alespoň minimum věčně nedostatkové pozornosti ke svým programům, výrobkům a veselým kouskům. Televize, která není superkrvavá a supersexuální, riskuje, že na ni většina diváků zanevře, a bude ji vypínat jako supernudnou.

Dnešní společnost už může fungovat jedině pomocí naprostého přehánění, protože obyčejné lidské rozměry v ní ztratily veškerou váhu a všechen respekt. Buduje dálnice jako supercesty spojující supercentra se superperiférií. Buduje zábavné areály jako střediska superzábavy a síť McDonaldů, v nichž se lze radovat nad nadměrnými porcemi bighamburgerů. Biblí této společnosti se pochopitelně stala Guinessova kniha rekordů, která registruje supervýkony, jež spolu soutěží ve své nesmyslnosti. Zde nachází slůvko super svůj nejvlastnější výraz.

Aby zahнала své zasuté superstrachy a pečlivě tajené superobavy, promítá si v dílech svých prognostiků moderní společnost na plátno budoucnosti ty nejúspěšnější trendy a neoptimističtější tendence svého dosavadního směřování. Užívá přitom často slůvka post-, aby zdůraznila, že všechny problémy minula se již podařilo v podstatě vyřešit. Zároveň však tuší, že největší problém ji teprve čeká. Obyčejné super se totiž stává příliš těsným, a na dálnicích do třetího tisíciletí se začínají tvořit stále delší a hustější superzácpy. Ani staré dobré supermarkety už nevyhovují. Je třeba začít rychle budovat hustou síť gigantických, kolosálních marketů, každý zvící mezinárodního letiště, a čekat, zda se tím přece jen něco nevyřeší.

Možná je tato cesta skutečně jedině správná, možná jsme byli dosud až příliš staromódní a zoufale úzkoprsí. Postpokrok se nedá zastavit, a tak lze jen doufat, že již brzy a stále častěji budeme slyšet z úst nové generace namísto dnes již poněkud nepřesvědčivého a trochu vágního „super“ slůvko osvobozující, slůvko spásné – jásavý výkřik „hyper“.

Supermarket

– je projevem zvlášť destruktivního způsobu uspokojování lidských potřeb. I když ve své nablýskané vnější formě chce budit zdání rozšiřování svobody výběru, v mnoha ohledech svobodu volby výrazně omezuje. Podobně jako dálnice, také supermarket vytváří abstraktní šablonu jednání, která ničí jakýkoliv svéráz, svébytnost a různorodost té části reality, na niž je přiložena. V tomto ohledu překonávají supermarkety již jen rychlojídelný typu McDonald's, jež jsou v podstatě polovojensky organizovanou sítí supermarketů na nenáročně upravené hovězí.

Supermarkety ničí tradiční podobu a tradiční funkce měst. Jsou budovány na okrajích měst či přímo v otevřené krajině a odtud ničí

sít drobných obchůdků a krámků, jež vytvářely kolorit městského života. Od přelomu padesátých a šedesátých let, kdy supermarkety začínají být uváděny do provozu, přivedly v každé zemi ke krachu desítky tisíc drobných prodejců. V oblasti distribuce zboží posilují koncentraci, která má jen málo společného s představou svobodného trhu s uplatněním pro všechny. Tyto továrny na spotřebu umožňují několika největším obchodním firmám kontrolovat distribuci zboží v každé z hlavních oblastí masového konzumu. Tlak velkých nadnárodních koncernů celý proces koncentrace dále urychluje. Předpokládá se, že během příštích patnácti až dvaceti let ovládne téměř veškerý prodej ve vyspělých zemích několik málo gigantických firem, které vytlačí a zlikvidují všechny drobnější konkurenty.

Supermarkety činí v tržních ekonomikách se soukromými obchody totéž, co učinily státní zásahy v ekonomikách direktivních. Ve Velké Británii, kolébce liberalismu, dnes tři největší majitelé supermarketů kontrolují v některých oblastech až 65 % obchodu s potravinami. Drobné nezávislé obchůdky, které byly často děděny v rodinách po řadu generací a tvořily součást místního koloritu, jsou celoplošně likvidovány.

Ve jménu zdokonalování trhu diktují supermarkety zcela nekompromisně podmínky svým dodavatelům. Aby zajistily uniformitu nabízeného zboží, určují farmářům podmínky, za nichž budou vyrábět. Určují jim, jaká semena a kdy smějí vysadit, pomocí jakých chemikálií úrodu ošetřovat, jakým způsobem a kdy sklízet. Vyškrtnutí ze seznamu dodavatelů pro velké supermarkety je pro pěstitele osudné a není proti němu žádné odvolání. Supermarkety používají různé metody, jak disciplinovat své dodavatele. Například v případě neúrody určité plodiny nejsou ochotny zvýšit výkupní ceny, raději daný produkt dočasně vyřadí ze své nabídky. Namísto svobody trhu tak nastupuje politika, kterou sami pěstitelé označují termínem „komerční tyranie“.

Supermarkety ničí svobody chodců v konkurenci s automobily. Jsou budovány ve vzdálených oblastech a prodej v nich je organizován

způsobem, jenž privileguje motorizované. Nebezpečná závislost člověka na automobilu se tak dále zvyšuje. Lacinost zboží, které nabízejí, je zčásti umožněna tím, že motoristé neplatí ani zdaleka všechny náklady na svou dopravu. Tyto náklady jsou formou daní rozloženy na ty, kdo mají pěšky do supermarketu daleko, a formou emisí na přírodu, která do supermarketů nechodí.

Supermarkety přispívají také ke stále výraznějšímu oddělování rytmu času společenského a přírodního. Za umělého světla a klimatizace zde probíhá nakupování zcela kontinuálně, včetně sobot a nedělí. Nabídka zboží nerespektuje střídání ročních období a dotváří iluzi naprosté nezávislosti člověka na přírodě a jejích cyklech. Přitom je ekologicky nesmírně škodlivá, protože je umožněna buďto energeticky vysoce náročným pěstováním ve sklenících, anebo neméně devastujícím dovozem z celého světa, jehož rentabilita je zajišťována opět zcela netržně – umělým snižováním nákladů na transport.

Supermarkety devastují také sociálně. Na jedné straně dokázaly existenčně zničit desítky tisíc drobných soukromníků, na straně druhé vytvářejí armádu nízce kvalifikovaných zaměstnanců, většinou žen, pracujících často na snížený úvazek, s velice slabým platem, bez základního pojištění a s omezeným nárokem na důchod. Mnoha způsoby tak v oblastech postižených svou přítomností zvyšují nezaměstnanost.

Firmy vlastníci supermarketů jsou velkými příznivci sjednocené Evropy. Chtějí mít Evropu sjednocenu na základě dvou druhů jablek, dvou druhů hrušek a dvou či tří značek pokud možno co nejtrvanlivějšího piva.

Svádění

– profesionální znalost praktik svádění je nezbytnou podmínkou úspěchu v jakékoliv oblasti života v podmínkách společnosti prosperity.

Je tomu tak proto, že zdaleka nejnedostatkovějším statkem v této společnosti, která dokáže hravě uspokojovat lačnost všeho druhu, se nutně stává pozornost zahlceného publika. Boj o to, kdo upoutá pozornost přesycených, se odehrává souběžně na mnoha frontách. Dohazovači nových zážitků používají poutových triků k upoutání pozornosti co největšího počtu lidí, a to alespoň na několik vteřin. Reklama, coby generalizovaný Kecal, nabízí rafinovaně za pomoci pečlivě vybrané a pózující nevěsty zcela novou almaru. Jiné nevěsty pózují v prodejnách automobilů, jiné zase při prodeji ramy. Vše jako by bylo založeno na tajemné magické představě, podle níž schopnost svádění se přenáší z vnadných dívek na zboží, jehož se dotýkají. Moderní marketingová věda tuto magickou představu jen potvrzuje.

Svádění se zdaleka neomezuje pouze na oblast konzumního zboží. Stalo se rutinní součástí politiky, a žádný politický program nemá šanci, není-li veřejnosti nabízen pohledným manekýnem. Ve své knize *Pád veřejného člověka* Richard Sennett ukazuje, jak se postupně z politiků stávají v lepším případě herci, v případě horším klauni, a šikovní maskér rozhodně patří k nejnepostradatelnějším osobám jejich volebních týmů.

Svádění jako zvlášť účinný způsob, jak získat pozornost, bylo do detailu propracováno televizí. Nejvhodnější kombinací bývá násilí, strach a sex, to vše smícháno se špetkou tajemna. Proto budou už navždy plnit večerní pořady stále drsnější americké thrillery, a proto budou pro potřeby publicistických pořadů každoročně v létě přelétávat nad českými lány celé letky Ufonů.

Svého dalšího profesionálního vrcholu, jenž bývá shodou okolností též vrcholem nevkusy, dosáhlo svádění v podobě nejružnějších soutěžních pořadů, kde věrnost publika se kupuje přímo za hotové. Soutěže o vysoké peněžní výhry jsou jakýmsi sváděním na druhou, neboť nabízeným zbožím zde není nic jiného než naděje na případnou výhru, jež umožní absolvovat rutinní dostihy každodenního svádění ve výhodnější startovní poloze.

Je pochopitelně jen otázkou času, kdy se všechny úspěšné formy svádění slijí v jedno velké a oslepující show. Předvolební mítinky politických stran pak budou začínat striptýzem, volební lídři budou vystupovat v plážovém oděvu a volební programy budou slosovateľné. Showbyznys se definitivně propojí s politikou, se kterou má už nyní tak mnoho společného.

Strategie svádění je základem nového světového názoru, v němž profesionální svůdci legitimují své postavení pečlivě měřeným radostným aplausem svedených, kteří přece znají nejlépe své vlastní preference.

Neustálé soutěže vyhlašující miss všeho druhu a všech věkových kategorií jsou v tomto systému záležitostí výrazně ideologickou. Nejde v nich ani tak o to, která z uchazeček v soutěži zvítězí. Vnadami překypují všechny a šíře úsměvu bývá u všech stejně nadstandardní. V soutěžích se však nepředvádějí zdaleka jen ony. Především se v nich předvádí samo svádění jakožto nejcennější dovednost v rámci společnosti, ve které platí, že ten, kdo nedokáže svést dostatečný počet zákazníků, voličů, diváků či sázejících, bez milosti zahyne.

Svoboda kritiky

– se ve společnosti prosperity má stát jen zvláštním druhem konzumu. Právě tak jako si můžeme vybrat mezi patnácti druhy pracích prášků, můžeme si po libosti zvolit, jaký přístup ke konzumu zaujmeme, a pokud nám snad rozmar velí zaujmout přístup kritický, můžeme si vybrat, z jakých pozic svoji nesmlouvavou kritiku povedeme. Výběr je dnes vskutku bohatý. Můžeme konzum napadat z hlediska křesťanských hodnot, upřednostňujících duchovno před materiálem, můžeme ho kritizovat z pozic ekologických a upozorňovat přitom na jeho zhoubné environmentální dopady. Můžeme ho

těž kritizovat ze sociálních pozic, tedy ze solidarity s těmi, jimž se i náznak blahobytu vyhýbá, ať již proto, že žijí v nevhodných vrstvách uvnitř prosperujících společností, či proto, že přežívají v úplně nevhodných zemích. Můžeme konzum kritizovat též z perspektivy těch, kdo jsou konzumováni a servírováni průmyslovým způsobem. Můžeme ho konečně napadat ve jménu budoucích generací, na které se v důsledku našeho vlastního spotřebního obžerství již zřejmě nedostane.

Ať již si zvolíme jakékoliv východisko a použijeme jakýchkoliv argumentů, bude na nás společnost konzumu zhlížet svrchovaně vlídně a s opravdovým pochopením. Svoji tolerantnost vůči kritikům, kterou je tak proslavená, neposkytuje ovšem společnost blahobytu zcela bez podmínek. Požaduje za ni velkorysou toleranci i od druhé strany. Zavazuje své nejzarytější kritiky k přijetí určitých pravidel hry. Podle těchto pravidel například platí, že každý kritik má naprostou svobodu kritizovat řekněme plenění přírody a jejích neobnovitelných zdrojů, pokud nechává ostatním podobně neomezenou svobodu tuto přírodu podle své chuti plnit a tyto zdroje vyčerpávat.

Společnost blahobytu si dokázala touto vysoce tolerantní drezúrou svobodu dokonale ochočit. Ochotně povoluje kritiku poměrů, kdy v jedné zemi jsou zaorávány přebytečné brambory a spalováno přebytečné obilí, zatímco v jiných zemích umírají lidé po statisících hladů. Svoji velkorysost ohledně jakékoliv kritiky však podmiňuje podobnou velkorysostí ze strany kritiků: ti jsou povinni ponechávat jednomu svobodu zaorávat brambory a druhým zase třeba svobodu umírat hlady.

Tímto způsobem společnost prosperity sice nepozorovaně, o to však důkladněji inovovala nejvlastnější smysl společenské smlouvy. Podle klasických teorií společenské smlouvy uzavřeli lidé jakousi fiktivní dohodu, v níž se jakoby zavázali, že si nebudou navzájem na každém kroku škodit a ubližovat. Na podobné smlouvě o vzájemné

toleranci vydělávají, alespoň podle klasiků moderního politického myšlení, nakonec spolehlivě všichni.

Postmoderní společenská smlouva, kterou v podobě podmíněné tolerance kritiky a kritiků nabízí společnost blahobytu, je vskutku nekonvenční. Její originalita spočívá v tom, že lidé se zavazují trpělivě tolerovat i to, na čem nakonec všichni prodělají. Svět se stal globální vesnicí, a v ní nikdo nemůže neprodělat na takovém pojetí svobody, které nás učí tolerovat pohled na děti umírající na mezích hladu, zatímco kousek vedle jsou na poli zaorávány přebytké brambory. Jestliže kritiku podobných nepravostí pojmem pouze jako pikantní či raději nasládlý dezert, jež si nadměrný konzument může podle chuti dopřát po bohaté a tučné krmi, vážně riskujeme, že sociální a ekologické rozpory se nakonec vyhroť natolik, že nás všechny a bez diskuse naberou na jedny velké, přímo globální vidle.

Svobodná volba

– společnost prosperity je postavena na svobodné volbě, jež je ovšem lidem podávána, z technických důvodů, v poněkud zvláštní úpravě. Prosperity je možno dosáhnout a udržet ji jedině za předpokladu, že celá společnost bude fungovat vysoce účinně. Veškerá moderní společnost musí pracovat jako dobře seřízený stroj, má-li žít, šatit, léčit, vzdělávat, přesvědčovat i trestat dostatečně efektivně a dynamicky. Svoboda volby jejích členů, pokud by byla zcela neohraničená, ohrožovala by hladkost fungování společnosti ve všech vzpomenutých a mnoha dalších dimenzích, a lidem by působila navíc příliš mnoho zbytečných starostí. Aby si nemuseli s každou situací tolik lámat hlavu, vychází jim společnost dalekosáhle vstříc. Pečlivě za ně připravuje alternativy, mezi nimiž se pak mohou zcela volně rozhodovat. Taková volba jim především šetří čas, a čas, jak známo, jsou peníze.

Je v povaze věci, že jednotlivé alternativy nemohou být navzájem příliš odlišné, neboť by to příliš komplikovalo možnosti realizace voleb, pro něž se lidé zcela spontánně rozhodnou. Máme možnost rozhodnout se mezi řadou pracích prášků, jejichž vlastnosti se od sebe zase neliší natolik, aby nebyly použitelné v tomtéž typu praček. Máme možnost rozhodnout se mezi velkým množstvím značek automobilů, jejichž vlastnosti musí být natolik podobné, aby se všechny daly provozovat na našich silnicích. Máme mnoho politických programů, nesmějí se však navzájem lišit natolik, aby nemohly být rutinně realizovány pomocí úředníků, jejichž schopnosti a založení jsou právě tak limitujícím faktorem jako parametry používaných praček či rozměry stavěných a provozovaných silnic.

Svoboda volby mezi dopředu odborníky připravenými možnostmi vypadá na první pohled jako svoboda neúplná, svoboda polovičatá, svoboda předvařená a předžvýkaná. To je ovšem její další nesporná výhoda, neboť předvařené výrobky šetří čas a předžvýkaná potrava nezatěžuje tolik náš chrup a trávicí ústrojí. Plná svoboda by byla naopak jen málo efektivní, neboť by musela dávat – pokud možno všem – možnost podílet se na formulaci samotných alternativ a teprve potom, ve druhém kroku, z nich vybírat. Něco podobného je ovšem intelektuálně velice náročná operace, a není zdaleka jisté, s jak velkým nadšením by to bylo přijato lidmi, jejichž čas je beze zbytku pečlivě rozdělen mezi pracné vytváření a následné rychlé konzumování vzniklé prosperity.

Zdá se proto, že se mýlil americký sociolog Charles Wright Mills, když se domníval, že je počátkem tragédie, nechťejí-li si lidé tvořit alternativy, chtějí-li mít před sebou co nejméně cest, aby se museli co nejméně rozhodovat. Tento postoj je naopak vysoce funkční, neboť výrazně zjednodušuje život nejen obyčejným lidem, ale především těm, kdo pro ně jejich budoucí možnosti obětavě předžvýkávají, a tím pro všechny činí svobodu mnohem, mnohem stravitelnější.

Technologie

– vhodná technologie je základem prosperity. Technologie je vhodná tehdy, garantuje-li vysokou účinnost, tedy umožňuje-li dosahovat s minimem nákladů maxima výstupů v požadované kvalitě. Účinnost však není tím jediným, co nás na technologii vábí. Christopher Lasch vysvětluje naši fascinaci technikou a moderními technologiemi z pozůstatků primárního narcismu, tedy z iluze dítěte o jeho všemocnosti, která má kořeny v neschopnosti rozlišit samo sebe od okolního prostředí. Postupné získávání vědomí své vlastní ohraničenosti je zároveň zdrojem bolestného rozčarování, kdy si lidský tvor začíná uvědomovat, že jeho žití je uvězněno v ohraničenosti, v limitovanosti. Strach ze strádání, všech možných ztrát, stárí a posléze smrti budí řadu obranných protireakcí. Jednou z nich je nezměrná víra v technologie, která se snaží iluzi z raného dětství o absolutní nezávislosti a všemocnosti opět nastolit.

Od vhodných technologií si slibujeme, že uchrání náš život od strádání, podřídí skutečnost našim přáním, a jednou nás snad učiní dokonce nesmrtelnými. Má-li Lasch pravdu, pak správný technokrat je vlastně jen silně odrostlým dítětem, jež nepřestalo naivně věřit, že celý svět je jen prodloužením jeho vůle, a musí být poslušen jeho rozmarů a chtění. Pouze úlohu dudlíku jako uklidňujícího a civilizujícího prvku jednání plní vázanka, což je naprosto funkční, neboť vázanka na rozdíl od dudlíku nebrání artikulaci vzácných myšlenek.

Opatřovat si pocit kontroly světa a žít iluzi neohraničenosti sebe a svých možností právě pomocí techniky je však krajně problematická strategie. Je-li technologií použito ke kontrole neživé přírody, může to fyzicky člověka zpětně ohrožovat. Je tomu tak v případě použití technologie kyanidového loužení zlata jako v případě jaderných technologií. Co je však ještě horší, technologie postavené na naprosto stejných principech účinnosti slouží též kontrole světa živých bytostí. Zde dospělý člověk pěstuje dětskou iluzi všemocnosti,

zabezpečení a neohraničenosti svých možností zcela zvráceným způsobem. Jeho velkochovy a továrny na maso kopírují metodiku koncentračních táborů. „Nejlepší telecí je světlé, se slabě vyvinutým svalstvem. Aby jim svalstvo nezesílilo, jsou telata zavřená v maličkých stájích, kde nemají možnost pohybu, a jak rostou, nemohou se ani otočit. Uzavřením ve stájích se jim také znemožňuje žrát trávu, po které by jejich maso ztratilo svoji bledou barvu. Aby zvířata žrala co nejvíce, nedává se jim žádná voda, a stálá žízeň je nutí pít vydatnou tekutou stravu. Přísnou kontrolou velikosti stáje a diety dosahují výrobci telecího maximální produkce masa v nejkratší možné době a dodávají to nejjemnější, nejsvětlejší a nejžádanější telecí“, píše Peter Singer v knize *Osvobození zvířat*.

Přesvědčení, že lidstvo má nezpochybnitelné právo využívat svých technologií bez ohledu na všechno ostatní a že může beztrestně roubovat své technologie na ostatní živé bytosti, patří k základní filozofii těch, kdo spíše jen z čistě společenských, nikoli snad z mentálních důvodů vyměnili dudlík za kravatu.

Tittytainment

– je zcela nový výraz, jehož autorství je připisováno Zbigniewu Brzezinskému. Je složeninou slova entertainment ve smyslu „péče, zacházení, opatrování“ a slovesa titter, slangového označení pro ženská ňadra. Brzezinski razí svůj novotvar v souvislosti s předpokládaným vývojem ekonomiky a sociální v příštích desetiletích. Vychází z předpokladu, podle něhož proces globalizace ve spojení s pokrokem technologií již brzy umožní celosvětově vyrábět vše potřebné s využitím pouhých dvaceti procent práceschopného obyvatelstva. Zbýlých osmdesát procent dospělých bude z výrobního hlediska přebytečných, a problémem se stane, jak je vhodně zabavit.

Brzezinski doporučuje dávkovat jim směs základního materiálního zabezpečení v kombinaci s lacinou a trochu lechtivou zábavou.

Směs nikoli příliš nákladné, avšak dostatečné výživy a omamující, nenáročné, průmyslově fabrikované zábavy představuje nej-lacinější možnou náhražku životního programu pro ekonomicky přebytečné. Hihňání a chichotání pobavené populace je zároveň tou nejlacinější zárukou sociálního smíru. Pokud je Brzezinského vize i tentokrát správná, můžeme očekávat, že laciné potraviny budou již v blízké budoucnosti vyráběny pomocí genetických zásahů a laciná zábava bude dílem klonovaných komiků.

Uvedená vize prosperity je docela dobře uskutečnitelná i při existenci limitů růstu, neboť dovádívá rozvernost nezná žádných hranic. Podle této vize bude lidstvo pobaveně přihlížet pokračujícímu vyčerpávání přírody i postupnému vyprazdňování smyslu své existence. Sloveso *titter* má ovšem ještě další význam, jenž je blízký postoji nejednoho stratéga příštího vývoje. Znamená též „smáti se pod vousy“.

Trh

– představuje veškerý lesk a také veškerou bídu moderní společnosti. Dokáže vysoce efektivním způsobem uspokojovat poptávku po čemkoliv. Aby ji však mohl takto efektivně uspokojovat, vyžaduje k tomu atomizovanou společnost, tedy společnost složenou z nesoběstačných lidí, kteří jsou nuceni obracet se na něj od rána do večera, počínaje koupí budíku a konče objednáním pohádky na dobrou noc. Pořídí-li si naopak člověk cokoliv svépomocí či s pomocí svých blízkých, okrádá trh o příležitost ochotně mu vyhovět a připravuje stát o daně odváděné z této ochoty.

Trh podporuje nesoběstačnost a závislost lidí hned ve dvojm ohledu. Vyžaduje nejen to, aby se na něj lidé obraceli s každou

maličkostí a platili za každou drobnost, kterou jim i s přírážkou za vkusný, ale jinak nepotřebný obal poskytne. Důsledně také vyžaduje, aby se zřekli své soběstačnosti i v tom ohledu, že sami sebe nabídnou k dispozici trhu. Jiným způsobem si člověk prostředky pro nákup všeho, co na trhu potřebuje, v tržní ekonomice prostě opatřit nemůže.

Tato dvojí závislost ovšem pronikavě znevýhodňuje všechny, kdo z jakéhokoliv důvodu nemají, co atraktivního by trhu nabídli. V tomto smyslu je nutno dát za pravdu těm, kdo tvrdí, že trh znevýhodňuje prostituci oproti mateřství. Právě z tohoto znevýhodnění plyne ovšem základní deformace celého chápání tržně realizované prosperity. Trh nemá žádná čidla pro ty formy spokojeného života, které nemohou být podporovány jednoduše zvýšením toku objednaných a zaplacených služeb. Trh nemá navíc ani žádný signální systém, jenž by ho upozorňoval na to, že právě proud zboží a služeb, sílí až ke zbytnělosti, může spokojený život v nejrůznějších ohledech dokonce ohrožovat. Trh má jen obrovskou touhu růst, to znamená poskytovat stále většímu počtu lidí stále více zboží a služeb, a to včetně těch, které si dříve byli schopni poskytovat sami.

Staneme-li se závislými na trhu, jsme bohatě odměněni přepestřým proudem zboží, jenž se hrne s energií stoleté vody. Tato záplava hojnosti si vymílá nesčetná nová koryta dálničních pruhů a obtéká naše města stále novými betonovými potoky obchvatů. Uvnitř měst a obcí ohrožuje příval erozí ty vrstvy mezilidských vztahů, které jsou založeny na hodnotách, jež nelze označit jednoduše cenovkou, nemají-li být jednou provždy znehodnoceny. A přímo uvnitř nás podemílá onen žádnými ohledy nespoutaný tržní proud schopnost odlišit se od obyčejné kalkulačky ještě něčím jiným než pouze vkusnou kravatou.

Trh (a to je jeho hlavní a zcela zásadní přednost) dává lidem alespoň rámcově svobodu nevstupovat do vztahů, z nichž jim nekyne žádný profit. Tato svoboda je velmi důležitá, neboť mimo jiné znemožňuje

(či alespoň činí ilegálním) například provozování trhů s otroky. Tento druh svobody však ještě sám o sobě nedokáže zabránit tomu, aby se člověk neproměnil ze samostatné a relativně soběstačné bytosti v otroka trhu. Ve skutečnosti se jím stává tím více, čím prudším tempem zvyšuje okruh svých stále nových a den ze dne nenasytnějších potřeb, jež ho, jakkoliv to může znít paradoxně, ke svobodnému trhu stále důkladněji a stále nekompromisněji připoutávají.

Trh vyžaduje autonomní individuum, a pro jeho fungování je zcela lhostejné, je-li jedinec integrován sítí sociálních vazeb a styků do společnosti spolu s druhými, či žije-li zcela osaměle a izolovaně. Z čistě ekonomického hlediska je dokonce nutno preferovat druhý případ, neboť existence rodiny, příbuzných a přátel vytváří riziko, že proběhnou neformální směny, jež uniknou zdanění, a tedy nikterak nepřispějí ke vzrůstu registrovaného hrubého národního produktu.

Trh práce

– představuje arénu, v níž se rozhoduje, v jaké míře bude kdo účasten velké hostiny prosperity, či naopak, s jakou pravděpodobností z ní bude vyloučen. V minulosti nastupovali do této arény ve vzorně vyrovnaném šiku, avšak bez kousku nadšení, zasmušilí gladiátoři, vyškolení v zápase s kladivy, francouzskými klíči, rýči a motykami. Zápasníci lehčí váhy byli stejně polovojensky vyškoleni v klání inkoustovým perem, kružítkem a logaritmickým pravítkem. Obě kategorie zápasily den co den po mnoho hodin, a sklízely jen skromné ovace v podobě průměrného platu.

Po druhé světové válce se začala aréna prudce proměňovat. Dnes je vyzdobena blikajícími barevnými neony, jež zápasu propůjčují zvláštní přízračnost. Zápasníci do ní nepochodují ve vyrovnaných šicích, vbíhají jednotlivě za potlesku, jehož výši lze regulovat podle

potřeby. Také jejich vzhled se pronikavě změnil. Namísto málo nápaditých modrých dresů páchnoucích potem a pocákaných olejem a benzinem vbíhají ve vkusných dresech fialových, provoněni deodoranty a parfémy s těžkou vůní velkého byznysu. Každý třímá v ruce kufřík, v němž jsou ukryty všechny jeho mocné zbraně.

Co opravňuje pohlížet na trh práce přes všechny jeho báječné proměny jako na arénu, v níž vždy soupeřili otroci, kteří neměli na vybranou? Trh práce přece nemá nic společného s nevolnictvím, historicky je dokonce pomáhal odstraňovat, a ve své dnešní podobě skýtá zúčastněným nebývalé možnosti. Bohatství kostýmů, výběr zbraní i způsobů boje, které umožňuje, je dnes vpravdě nepřehledné. Gladiátoři získali pohyblivou pracovní dobu, nárok na hodně dlouhou a hodně drahou dovolenou, jsou pojištěni pro případ, že by se jim v aréně snad stala nějaká nehoda. Vysloužilí gladiátoři odcházejí se slušnou penzí, o níž se propuštěným otrokům ani nezdálo. Někteří jsou do boje zabráněni natolik, že je třeba odvádět je násilím. Ještě se párkrát rozmáchnout, ještě si párkrát píchnout, užít si trochu odměňujícího aplausu. Jiní, kteří byli vyloučeni z klání pro nezpůsobilost, často netrpělivě čekají měsíce i celé roky, aby je do arény alespoň na chvíli zase vpustili.

Přes to všechno připomíná trh práce stále prastarou arénu. Klání v něm je pro obyčejné smrtelníky povinné, nijak jinak se nemohou domoci obživy, sebevědomí, vážnosti v očích druhých. Aréna, jež navenek budí dojem báječné zábavy a povyražení, při bližším pohledu silně připomíná převýchovný tábor. Ten, kdo vstoupí do jejich bran, musí zapomenout na to, že by slušně a se ctí mohl žít i vně jejich ochozů. Od mládí jsou adepti povinně vedeni k tomu, aby uvěřili, že vše, co se dozví a ze světa pochytí, má cenu jedině tehdy, dokáže-li toho využít v mele a vřavě uvnitř arény. Kdo neprojde arénou, nemůže se zodpovědně zamilovat, protože vše, co potřebuje pro založení domácnosti, může najít jedině v prachu arény. Pod heslem emancipace byly do ní posléze nahnány i ženy,

což neučinilo zápolení kupodivu o nic něžnějším. Uřícení a zpocení zápasníci bojují mnohdy přesčas jen proto, aby jejich místo nezaujal někdo jiný, šikovnější a bojovnější.

V aréně soupeří, někdy i na směny, ti, kteří nemají žádné pány, přesto však nejsou tak docela svobodni. Stali se otroky svého úspěchu, nevolníky statusového postavení. Nikde jinde než v aréně trhu práce nemohou druhým, ale ani sami sobě dokázat, že jsou naprosto, ale naprosto nezávislí, a že mají neomezenou možnost výběru. Nikde než v aréně jim nevystaví poukázku na volnost. Ten, komu se nepodaří domoci se vpuštění do arény, nemůže si hrát v supermarketu na propuštěnce. A hrát si na svobodného mimo supermarket není zase tolik atraktivní.

Prastarou arénu trhu práce nelze uzavřít, je však možno trochu ji zkultivovat. Namísto obrovské manéže, stavěné na míru globalizovaným gladiátorům, budou snad časem stavěny cirkusy lidštějších rozměrů. Dění v nich by pak sice nemělo dramatickosti akčních filmů, o to by však mohlo být vkusnější a hlavně inteligentnější.

Turistický průmysl

– hospodářské odvětví, jehož základem je rutinní péče o velkochov masových turistů. Turisty chováme pro peníze, jež mohou být investovány do nových, dosud nevídaných atrakcí, které přilákají větší hejna turistů. Turisté konzumují hutné a zahuštěné zážitky, jež mohou pocházet buďto z otevřené krajiny, anebo z historických památek. Podle potřeby a místních možností lze obojí zdroj vzrušení vhodně kombinovat.

Zvyšování výnosů turistického průmyslu vyžaduje polovojen-skou organizaci zájezdů a vhodnou přípravu zdroje turistických zážitků. Jinak by nebylo možné přepravit jen v roce 1993 za jedineč-nými zážitky po celém světě více než půl miliardy platících turistů.

V roce 2010 by jich měla být již celá miliarda. Osvědčené postupy organizované turistiky vytvářejí strukturu, jež může být aplikována zcela uniformně kdekoli ve světě. Tato organizační struktura (autobusy pro vyhlídkové a okružní cesty, navzájem si k nerozeznání podobné hotely a zařízení rychlého stravování, prodej po celém světě stejných typů suvenýrů, večery s nefalšovanými domorodci apod.) překrývá svéráz navštívené krajiny či památky, podobně jako dálnice ničí svéráz krajiny na kterémkoliv kontinentu. Výsledkem je, že návštěvník jakékoliv metropole, pláže či horského kraje konzumuje vždy v podstatě totéž. Původní cíl turistiky – obohacování se novými zážitky – je technikou jejího provozování z velké míry již dopředu vyloučen. Je to dáno také tím, že na obvyklých turistických trasách bylo už dávno vše domácí vytlačeno turisty. Ti se potkávají po celém světě, roztrženi do kategorií podle nároků na přepych a podle výše svého pojištění.

Cílem turistického průmyslu není pouze výroba nevšedních zážitků odstupňovaných podle solventnosti klienta, ale především výroba vzpomínek. Turista nechce v navštíveném místě žít, chce mít na místo jen hezkou vzpomínku, a kromě ní samozřejmě též osvědčení, že zde byl. Výroba těchto osvědčení tvoří podstatnou část příjmů z turistického ruchu. Turista navštívená místa zároveň obdivuje, a zároveň vydírá, neboť stačí, aby byl jen s maličkostí nespokojen, a již hrozí, že příslušnou trasu svým přátelům příště nedoporučí.

Zájem o poptávku ze strany turistů nutí místa a místní lidi, aby se stali atrakcí, nemá-li zdroj zisků opadnout. Jestliže dříve cestoval cirkus za svými diváky, dnes diváci cestují za svými stacionárními vyhlášenými cirkusy, ať již mají podobu papežského hradu v Avignonu, Niagarských vodopádů, obrazárny v Louvru, řeckých klášterů či jiného Disneylandu. Návštěva kteréhokoliv z uvedených míst organizovanému turistovi svými suvenýry a fotografiemi již natrvalo osvědčuje, že zde byl, že se sem tedy již nemusí vracet a že

v příští sezóně může navštívit zcela jiné místo se zcela stejnými hamburgery, coca-colou, hotelovými pokoji a okružní jízdou, která je v ceně zájezdu.

Zvlášť smutnou kapitolu tvoří turistický ruch nasměrovaný do kdysi panenské divočiny přírodních parků a chráněných území exotických zemí. I když příslušné agentury pochopitelně tvrdí, že peníze takto získané budou použity na ochranu divoké přírody, realita tomu neodpovídá. Proud turistů směřujících do divočiny je rok od roku mohutnější a spolu s tím donekonečna roste také potřeba peněz na ochranu stále více narušovaných oblastí a posledních kousků „nedotčené přírody“.

Konečným stavem prosperity bude pochopitelně situace, kdy téměř všechna místa na Zemi budou natolik pohostinná a atraktivní, že 90 % světové ekonomiky bude tvořeno příjmy z jejich navštěvování. Zároveň budou tato místa působit navzájem stále podobněji a stále více budou stravou, zvyklostmi a obyčejí turistům připomínat jejich rodnou zemi a rodný kraj. Jejich periodické objíždění bude ovšem obligatorní, neboť bude odlišovat ty, kdo si to budou moci dovolit, od těch méně šťastných, kteří je budou obsluhovat a hrát si na domorodce před objektivy věčně hladových fotoaparátů.

Útěk z reality

– řeči o prosperitě a o jejím budování, byť jsou nejčastěji pronášeny ekonomy, se v prvé řadě netýkají oblasti hospodářství. Jsou to v jádru kategorie bytostně psychologické a fungují jako kterákoliv jiná utopická konstrukce. Ve světě nejistoty, stupňovaného stresu a pocitu ohrožení mají dodat iluzi pevného bodu. Ze stejného důvodu užívají ekonomové s takovou oblibou příměru s Robinsonem Crusoe. Vůbec přitom nejde o to, vysvětlovat na jeho příkladu elementární

principy fungování liberální ekonomiky. Mnohem podstatnější je, že tento trosečník našel v beznadějně situaci pevnou půdu pod nohama a na ní pozemský ráj, ve kterém mu k naprostému štěstí chyběl snad už jenom ojetý automobil.

Vize společnosti prosperity není ve skutečnosti ničím jiným než mozaikou podobně rajských ostrovů, v nichž bohatým a nezávislým individualistům stojí plně k dispozici jak veškerá příroda, tak také lidská práce v podobě zachráněného, a tedy až k smrti vděčného Pátka. O této prosperitě všichni sní tím intenzivněji, čím více se naše až na kost opotřebovávaná příroda liší od kouzelného Robinsonova ostrova a čím více houstnou řady nepoužitelných Pátků.

Jako každá vize, také prosperita musí zůstat do značné míry utopena v mlhách nekonkrétnosti a obestřena oparem tajemna. Příliš podrobností o jejích parametrech by ji zbavovalo kouzla a přitažlivosti pro ty, kterým je dovoleno o jejím příchodu dlouze snít. Zjevuje se nám proto jen v náznacích, zatím jen v podobě útržků reklam, z nichž však už nyní můžeme vytušit leccos o její budoucí dokonalosti. Báječné reklamní šoty, které nám již nyní dovolují uniknout alespoň na pár okamžiků ze šedého světa všední práce a průměrné mzdy, jsou stále jen vzdáleným příslibem toho, co prosperita nepochybně dokáže ve velkém. Bude zajisté ještě barevnější než trenýrky po vyprání, ještě voňavější a smyslnější než mýdlo camey a bude trvat neuvěřitelně dlouho, vlastně pořád. Všimněme si, že nikdo z politiků a ekonomů, kteří tak rádi a tak často hovoří o prosperitě, ani v náznaku nepřipouští, že by se mohla poté, až jí bude jednou slavnostně dosaženo, zase někdy zmenšit, či docela vytratit. Prosperita je jako každá utopie zásadně nevratná.

Robinson Crusoe se na svůj ostrov dostal nedobrovolně. My se naopak do snů o prosperitě utíkáme, či spíše jsme do nich vysíláni zcela vědomě a záměrně. Utíkáme se k ní tím častěji, čím více se naše vlastní skutečnost od jejího ostrovního praobrazu odlišuje a čím intenzivněji potřebujeme překrýt konfliktní realitu harmonickým

snem. Vzhledem k jiným známým a hojně praktikovaným prostředkům útěku z reality (od drog a alkoholu přes tuláctví až po automobilismus a sebevraždu) je denní snění o budoucí prosperitě poměrně nevinné. Málokdo mu propadne natrvalo a ti, jimž má sloužit namísto drogy, nebývají ani při silných abstinenčních příznacích nijak zvlášť nebezpeční. A tak jedinou obětí fantazírování o prosperitě se stanou zřejmě politici, kteří mají podněcování iluzí přímo v náplni práce. Až jejich voliči přestanou této fata morgáně věřit, budou se muset politici pracně přeprogramovávat na věrohodnější slova: skromnost, pokora, solidarita, úcta k životu, schopnost vystačit s málem. Čím déle se budeme uchylovat na bájný ostrov prosperity, tím méně snesitelná bude realita, z níž bychom už nyní tak rádi co nejdále utekli.

Velké vyprávění

– společnost prosperity měla představovat báječný happy end, jímž definitivně končí velké historické drama, v jehož průběhu nejprve kasty, poté stavy a naposled ve zvlášť dramatické koncovce dvě velké společenské třídy soupeří o to, kdo bude oslavován jako velký hrdina a kdo odsouzen jako nečistý zloduch či poťouchlý padouch světových dějin. Společnost prosperity ztělesňuje okamžik, kdy opona padá a všichni herci svorně odcházejí probrat zvlášť zdařilé zápletky odehraného kusu do blízkého bufetu. Namísto patetických výstupů a dramatických scén nastupuje uvolnění, odpočinek, obyčejná pohoda u šálku kávy oblíbené značky. Dobro na prknech i tento večer konečně zvítězilo, a nyní také padouchům je dovoleno smýt líčidla a sejmut masku, tím spíše, že pokladna je už zase až neobvykle plná.

Zhruba takový obraz světa nabízí ti, kdo hovoří o konci dějin jako o nástupu éry, v níž školení technokraté s přehledem

řeší všechny sporné situace, omezující svůj vliv na roli pouhých asistentů, zasahujících jen při běžné pedikúře neviditelné ruky trhu. Žádná další dramata, pouze přátelské posezení u plného stolu bez patosu a velkých gest smiřuje prvního milovníka s posledním náhradníkem.

Ekologická krize tuto selanku náhle a drze přerušila ještě dříve, než se mohla ve své uspávající dokonalosti skutečně rozvinout. Ekologická krize dokázala učinit nejosudovější drama z toho, co se zdálo být až dosud naprosto banální a rutinně samozřejmé. Způsobila, že otrávené jídlo a nápoje už nehrozí hercům jen na jevišti, podávají se totiž zcela běžně i v bufetu po představení. Tato změna učinila mnohá dříve oblíbená a vrcholně napínavá dramata nezáživnými, když dokázala udělat drama na život a na smrt z obyčejného dýchání prostého vzduchu. Sen avantgardních divadelníků o tom, že jeviště a hlediště se prolne v jednom velkém představení, se konečně naplnil, i když možná trochu jinak, než by si to sami byli přáli. Jak tento netradiční kus může skončit, neví zatím nikdo. Podle optimistů to bude ovšem nevídaný úspěch. Vždyť už teď je beznadějně vyprodáno.

Velkoměsto

– je výmluvným dokladem toho, že princip neomezeného růstu vytváří mnohem více problémů, než kolik jich dokáže řešit. Velkoměsto právě vinou své obrovské předimenzovanosti problematizuje snad všechny klady původního městského života. V minulosti skýtalo město oproti venkovu vždy větší bezpečí, a bylo dokonce historickým vzorem, podle něhož se formovaly v měřítku celých států zásady racionální správy. Počátkem sedmdesátých let našeho století konstatuje však starosta města New Yorku, že útvar podobné velikosti již přestal být spravovatelný.

Přítom kolem roku 2015 mají být ve velkoměstech nahuštěny již více než čtyři miliardy lidí. Zatímco v roce 1950 pouze New York překročil hranici 10 milionů obyvatel, k roku 2015 bude takových metropolí existovat na zeměkouli již třicet.

Město v antice i ve středověku vystupuje jako ostrov civilizace umožňující v různé míře účast svých obyvatel na politickém životě. Moderní velkoměsto se naopak stává podle Denise de Rougemonta „strojem na zničení politické účasti občanů“. Stává se kolosálním popřením původního smyslu obce, stává se stále více pouze kusem k obzoru zabetonovaného kraje bez pevného středu, pevných obrysů a bez jakéhokoliv odůvodnění.

Moderní velkoměsto je vskutku monumentálním pomníkem růstu, který mnohonásobně přerostl svůj původní smysl. Je až příliš masivním a setrvalým důkazem toho, že nejvíce může zároveň znamenat nejhůře. Zásada růstu, která u mnohých stále ještě budí sympatie v čistě abstraktní rovině, je právě na mapě velkoměst předvedena ve své odpudivější, protože reálné podobě. Velkoměsto, které se přisálo na původní venkovskou krajinu, dokáže proměnit veškerý okupovaný prostor v gigantický znehodnocovač životně důležitých látek. Na to, že je vydáváno za symbol pokroku, má krajně nevábny metabolismus. Město velikosti Londýna spotřebovává každým rokem více než miliardu tun vody, mizí v něm více než milion tun dřeva, přes dva miliony tun papíru a stejné množství plastů i cementu. Pro svou energetickou potřebu ročně spotřebovává ekvivalent 40 milionů tun ropy. Na druhé straně za stejnou dobu do prostředí vyloučí přes osm milionů tun pevných odpadů, téměř stejné množství tekutých splašků, bezmála půl milionu tun oxidu siřičitého a více než čtvrt milionů tun oxidů dusíku. Výsledkem je, že městský vzduch, který v minulosti činil své obyvatele svobodnými, činí je dnes astmatickými.

Velkoměstská koncentrace růstu poznamenává ty, kdo zde žijí. Moderní úzkost, jež je jinde ve společnosti spíše potlačena, zředěná

a rozptýlená, zdá se narůstat spolu s rozměry velkoměsta. Potřeba uspokojivých mezilidských kontaktů je nutně frustrována v prostředí, v němž nadměrná frekvence kontaktů znemožňuje vnímat natěsnané druhé jako něco blízkého, jako něco, co vyzývá k oslovení. Velkoměsto zničilo uměřenost a zná již jen extrémy: každodenní smogový příděl stále delších dopravních špiček se v něm periodicky střídá s nedělní prázdnotou pulzující v rytmu betonových sídlišť.

S výjimkou svých historických dominant, jež prodavači suvenýrů stačili již dávno k nerozeznání připodobnit kýčům, skýtají velkoměsta různých zemí podobně neutěšený pohled. Odříznuta dálničními obchvaty od otevřené krajiny mění se v celoroční trvalá bydliště méně úspěšných a periodicky navíc v sezónní útočiště méně vybíravých turistů. Skutečně úspěšní měšťané svá velkoměsta už dávno opustili. Vidí, že venkovský vzduch je činí svobodnějšími, a hlavně jejich děti v něm trpí o něco méně alergiemi.

Veřejné mínění

– do budování prosperity v pravém slova smyslu vlastně ani nepatří. Prosperita každého je totiž čistě jeho soukromá věc, a k hlasování o tom, zda ji budovat, anebo raději ne, necítí nikdo mít ten správný mandát. Původní funkcí veřejného mínění bylo tříbit názory uvnitř vrstvy majetných a vzdělaných mužů, kteří přes svou neurozenost v důsledku úspěšných revolucí získali právo hovořit do věcí veřejných. Vyjadřovali se k otázkám historicky zcela novým a hledali pro ně ve vzájemné diskusi řešení přijatelná pro všechny anebo alespoň pro většinu z nich.

O čem však diskutovat při budování prosperity? Schopní manažeři zajistí rozjezd příslušných továrních mašin a schopní straničtí manažeři rozjedou příslušné politické mašinérie. Veřejné mínění jim přitom může držet palce. Nic více, neboť veřejnost je složená

z laiků, kteří řízení továren ani volebních kampaní v nejmenším nerozumějí. Odtud oprávněná nechuť všech budovatelů prosperity k referendům, která by se měla vyjadřovat k otázkám, v nichž špičkoví budovatelé mají už dávno úplně, ale úplně jasno.

Veřejnému mínění je tak přenechán hlas alespoň ve věcech, které sice mají menší dopad, než řekneme rozhodování o stavbě atomové elektrárny, jsou však také důležité. Veřejnost se může svobodně vyslovit například k tomu, zda ariel je lepší než vizír, anebo zdaje oba strčí do navoněné kapsy lanza bílá. Veřejnost sice nemá co mluvit do výstavby dálnic (ty jsou přece stavěny ve veřejném zájmu), zato však má nezadatelné právo vyjádřit se k tomu, kterého politika miluje tento týden více a kterého o dvě tři procenta méně.

Periodicky se veřejnost vyslovuje k tomu, kdo ji má vést cestou prosperity po příštích několik let. Má přitom na vybranou, zda se chce přiblížit blahobytu spíše zleva, anebo raději zprava. Právce ji přesvědčuje, že zleva k prosperitě žádná cesta nevede, levice jí našeptává, že cesta zprava k ní sice vede, ale zdaleka ne pro všechny. Veřejnost, o kterou se handrkují zprava zleva, už dávno není tvořena skupinami, které kriticky tříbí své názory, když přes svou neurozenost v důsledku úspěšných revolucí získaly právo hovořit do věcí veřejných. Je tvořena nestrukturovanými chomáči potenciálních voličů politických stran, kteří mají nesnadný úkol rozeznat z fešáckých tváří na billboardech, kdo s nimi bude vlídně zacházet i po volbách.

A tak se namísto veřejnosti kriticky diskutující stává v éře binga a loterií veřejnost tipující. Jestliže vycházejí tipy pro příští volby řekneme v poměru tři ku dvěma v neprospěch levice, hovoří exaktní politologové o široce rozšířené důvěře občanů v pravici. Jestliže sázka vyjde náhodou obráceně, hovoří o nepatrných preferencích pro levici. Počet tipujících se však rok od roku snižuje. To zřejmě znamená, že politickým stranám, které vznikly z ničeho, se nedaří vydupat z ničeho funkční a zodpovědnou občanskou veřejnost. Nic

naplat, budou se muset pokusit nastolit v zemi prosperitu i bez ní. Možná to půjde o to snadněji. Veřejnost redukována na rozhodování ve věcech pracích prášků nebude bránit ani stavbě atomových elektráren ani stavbě stále nových dálnic. Taková veřejnost je pro otce-budovatele prosperity tím nejvhodnějším, protože nejelastičtější a nejomyvatelnějším materiálem. Výherci, kteří uhádnou tip pro příští volby, budou ve druhém kole navíc slosováni.

Věda

– se od počátku rozvíjí jako nástroj kontroly světa. Proto jsou od počátku ve velké nevýhodě vědy společenské, které by se rády přiblížily vědám exaktním, tento jejich úspěch by však znamenal ohrožení lidské svobody a možnost manipulace se společenským vývojem. Naštěstí se zdá, že nic podobného vědám o společnosti nehrozí. Nejen že jsou od ideálu exaktnosti vzdáleny víc než kdykoliv předtím. Navíc se zdá, a ekologická krize to více než názorně dokumentuje, že ani přírodní vědy nedokázaly ani zdaleka realizovat své kontrolní ambice podle svých představ. Příroda byla vědou a technikou zmrzačena, přiotrávena, popálена a nepěkně zjizvena, nedostala se však ani zdaleka pod její systematictější kontrolu. Společenské vědy mohou odložit velkou část své zakomplexovanosti.

Současná krize vědy je doprovázena hlubší krizí vlastního smyslu vědeckého poznání. Rozmach vědy byl přinejmenším od počátku novověku doprovázen velkými emancipačními nadějemi. Věda přináší světlo, je příslibem naplnění dosud nevyužitých potencií lidstva. Tím také legitimuje svoji animozitu vůči náboženství a vůbec všem formám nevědeckého výkladu světa. Zároveň má ambice suplovat náboženství, a to právě ve funkci onoho nositele světla a naděje, tedy ofenzivní strategie v zápase o nesmrtelnost lidského ducha.

Nástup ekologické krize také v tomto ohledu zásadně mění pozici vědy. Věda se stává defenzivní strategií všude tam, kde se omezuje na nezaújatou registraci postupného chátrání člověkem zatlačované přírody i postupující omšelosti zasahující svět mezilidských vztahů. Nehodnotící přístup, jenž omezuje vědu na kvalifikovaný popis postupující degradace životního prostředí, straní ve skutečnosti zcela tendenčně silám smrti oproti potencím života. Posledním stádiem takto chápané vědecké nestrannosti se stává akademický spor o to, která z disciplín dokáže vysvětlit zánik člověka a jeho civilizace elegantněji a exaktněji.

Věda se zde důstojně řadí k jiným, původně emancipačním, vlivem ekologické krize však stále defenzivnějším strategiím moderní společnosti, a sice k jejímu způsobu provozování ekonomiky a politiky. Zatímco věda přísně objektivně registruje postupující degradaci životního prostředí, sektor ekonomiky usiluje o optimalizaci tempa vyčerpávání zdrojů a produkce emisí, sektor politiky pak obstarává legitimizaci ekologické krize tím, že jí propůjčuje legislativní rámec, tedy dohlíží, aby celá krize probíhala přesně podle zákonů.

Mezi doprovodné rysy krizového směřování vědy patří též krize komunikace mezi vědci. Rozdrobení práce má v oblasti práce duševní podobu rozdrobení vědeckého poznání do málo přehledné tříště dílčích disciplín a subdisciplín. Jen ojediněle mají komunikační hrdinové jednotlivých vědeckých subdisciplín ambice vyniknout před publikem širším a vědecky různorodějším. V důsledku toho se vědění stále více parcializuje, a to právě v době, kdy nejzávažnější problémy světa se globalizují. Právě vědci tak budou pravděpodobně mezi těmi posledními, kdo si krize přírodního i společenského světa, v němž žijeme, vůbec povšimne.

Krize motivace vědců může mít ještě hlubší kořeny. Pěstování vědy, zvláště v její úzkostlivě nehodnotící podobě, lze považovat za zvlášť důmyslnou formu útěku z reality. Není důvodu domnívat

se, že právě vědci by byli méně citliví, méně vnitřně labilní a méně zranitelní lidé, než je průměr populace. Nejednou se jedná naopak o individua, která mají z důvodů nejružnějších značné problémy se zvládáním i běžných každodenních situací. Tito citliví a často nevyrovnaní lidé zachraňují v příliš nepřehledném a příliš tvrdém světě svoji vnitřní rovnováhu a své duševní zdraví právě útekem do azylu své dílčí subdisciplíny. Pouze zde jsou skutečně u sebe, zde jsou doopravdy doma, zde mohou řešit problémy, kterým dobře rozumí, a vyhnout se konfrontaci s problémy sice nevědeckými, o to však pro ně osobně složitějšími. Pokud tuto formu útěku z reality zvolí dostatečný počet individuí, říkáme o vědě, že se slibně rozvíjí.

Vynucené výdaje

– kupujeme-li si v celých bednách k pití dobrou vodu, stavíme-li nové, chlorované plovárny a bazény, jsou-li naše obydlí obestavěna stále vyššími, dokonalejšími a esteticky lépe řešenými protihlukovými bariérami, nemusí to být nutně znamením rostoucí prosperity. Podobně jezdíme-li na dovolenou do stále odlehlejších a vzdálenějších míst, potkáváme-li na ulicích stále více stále lépe vyzbrojených příslušníků nejružnějších druhů ochrany a policie, je-li naše potrava podrobována stále většímu počtu zdravotních testů, nemusí to být vůbec známkou stále vyššího blahobytu. Toto všechno, a mnoho dalších vymožeností moderní doby představuje jen část vynucených výdajů, jen část toho, co bylo nutno vymyslet a zpravidla s velkými náklady zřídit a udržovat, nemá-li se náš život stát příliš ochuzeným, příliš nebezpečným a příliš křehkým. Investujeme-li obrovské sumy do odsiřovacích zařízení, odkalovacích nádrží a čistících stanic, neděláme to proto, aby byla příroda čistější, voda průzračnější a půda méně jedovatá, než byla původně.

To vše děláme jen proto, aby při koupeli v řekách či v rybnících nebylo více plavců ohroženo otravou než utopením.

Vynucené výdaje jsou všechny výdaje, které je nutno investovat ne snad proto, aby kvalita našeho života vzrostla, ale právě jen proto, aby v důsledku našeho nešetrného vztahu ke světu dále neklesala. Velkou ironií a nepochopením je, když vynucené výdaje v oblasti ekologie jsou vydávány za projev chvályhodné péče o přírodu. Tyto výdaje nevydáváme proto, abychom přírodě nezištně pomohli, ale jednoduše proto, abychom ji úplně nedorazili. A proto nás tyto výdaje šlechtí asi jen tolik, jako řidiče, který přivolává sanitku pro chodce, jehož v příliš rychlé jízdě srazil na chráněném přechodu.

Jiným typem vynucených výdajů, jenž je opět zcela mylně ztožňován s prosperitou, je řada dávek vyplácených sociálním státem. Tyto dávky nejsou, podobně jako čističky na komínech našich elektráren, něčím luxusním, něčím navíc, něčím, co by nevídané vylepšovalo kvalitu našeho života. Jsou vynuceným výdajem, pomocí něhož má být záplatováno alespoň něco z přirozené sociální sítě, jež byla zpřetrhána pod nápořem požadavků moderní ekonomiky a její společnosti. Dynamická ekonomika vyžaduje nasazení na trhu práce, nikoli na poli sousedských či příbuzenských vztahů, vyžaduje člověka ochotného měnit bydliště podle pracovních příležitostí, nikoli nostalgicky oddaného své rodné vísce či kraji. Dynamický trh však tvoří nejen bohatství, produkuje také tržně slabé a neúspěšné. Po zpřetrhání příliš nemoderních příbuzenských, sousedských a jiných podpůrných sítí zbývá již jen místo ve frontě přede dveřmi sociálního referátu. Jakkoliv různé mohou být důvody neúspěchu, úřední dávky, jež ho mají kompenzovat a učinit snesitelným, jsou výdajem vynuceným. Nebyl vynucen zdaleka jen neschopností tržně neúspěšného. Byl zároveň vynucen naivní namyšleností moderní společnosti, která se domnívá, že je dost bohatá na to, aby vzorně léčila přírodu, kterou druhou rukou neustále mrzačí, a aby vzorně záplatovala díry v sociálních vztazích, které druhou rukou neustále zpřetrhává.

Zábavní parky

– jsou vyhledávaným tržištěm, kde se obchoduje s neobyčejnými zážitky. Uplatňují se ve společnostech, kde spotřeba běžného zboží je natolik nasycena, že příležitosti zisku v této oblasti rostou již jen zdráhavě.

Člověk byl odnepaměti sběračem. Po stovky generací sbíral potravu ve volné přírodě. Teprve historicky zcela nedávno přešel k jejímu sběru v prostorech supermarketů, kde vybaven košem či vozíkem funguje jako sběrač zmražené potravy a lovec porcované zvěře. Velkým úlovkem manifestuje svou společenskou úspěšnost.

Zábavní parky představují vyšší fázi, kde úlovek se odpoutává od svého materiálního nositele a člověk se stává lovcem neobvyklých prožitků a zážitků. Vjíždí do zábavního parku s nákupním košíkem svých očekávání a své znuděnosti a pořadatelé mu ho postupně naplňují nevídanými atrakcemi.

Předchůdci zábavních parků (byly jimi obyčejné pouti a kolotoče) pracovali s poměrně jednoduchými zážitky, založenými zpravidla na principu rychlého pohybu, neobvyklého výkonu, exotična či příjemné chuti. Běžné atrakce se však vyčerpávají, a s každou další, již shlédnutou, očekávání roste. V zábavních parcích proto přistupuje nový prvek: I středně solventním pohledům se zde odkrývá to, co dosud zůstávalo běžně skryté a nepřístupné.

Tímto způsobem bývají vystaveny na odiv bud' části přírody, anebo zasutá minulost zpravidla v kombinaci s technicky vylepšenými atrakcemi dřívějšího stádia. Ať již je součástí zábavního parku krápníková jeskyně či starý hrad se zašlou minulostí, ve všech případech se stává součástí nabídky něco, co by běžně zůstalo organizovaným pohledům nepřístupné.

Z důvodu rentability musí být prohlížení pochopitelně organizováno masově, což ovšem jen podtrhuje vulgaritu celého představení: historická památka i přírodní úkaz získávají definitivně punc

poutovosti. Jelikož se solventnímu pohledu nabízí něco, co nebylo vytvořeno na prodej, stávají se atraktivní kousky přírody i historie předmětem v principu stejné prostituce jako v případě klasickém atraktivní lidská těla. Je třeba znásilnit jejich podstatu, aby bylo možno okukovat krápník či barokní věž uvnitř organizovaného davu, jako kdyby se jednalo o mořskou pannu. Zázitek, který je v tomto kontextu nabízen na prodej, člověka vnitřně neobohatí, spíše ho jen utvrdí v představě, že vzhledem k tomu, jak vysoké vstupné zaplatil, mohla se Bílá paní klidně ukazovat nahore bez.

Zbídačování přírody

– zdá se, že koncem dvacátého století se v nových a mnohem rizikovějších kulisách opakuje něco z dramatu, jež mělo svou premiéru počátkem století devatenáctého. Vedle zarážejících podobností lze zde však nalézt i zásadní odlišnost. Počátkem moderní doby došlo k souběhu prudkého růstu společensky produkováného bohatství se zbídačováním těch, kdo byli skutečným zdrojem a skutečnými tvůrci onoho bohatství. Ekologická krize o dvě stě let později celou zápletku pronikavě zdramatizovala. Je projevem postupujícího zbídačování přírody, jejího drastického ochuzování a nepředstavitelného strádání. V roli přírody zde opět podvýživou trpí skutečný zdroj a pramen všeho společensky produkováného bohatství. Nemělo by nás mýlit, že příroda nestávkuje, nerozbíjí stroje a nezakládá odbory. Má jiné a účinnější prostředky, jak přestat pracovat pro toho, kdo ve dne v noci ždímá její výkon nad jakoukoliv slušnou míru.

Lidé, kteří nechápou zásadní odlišnost obou historických dramát, se domnívají, že také v případě vykořisťované přírody lze uplatnit taktiku, která se tak osvědčila v případě proletariátu. Intenzivnější tvorba bohatství umožnila po sto letech konfliktu zvýšit životní úroveň bezprostředních výrobců a dopřát jim o dalšího půlstoletí

později komfort srovnatelný se spotřebou těch, kdo z jejich práce kdysi zbohatli. Odtud silně nepůvodní myšlenka: Snažme se vydělat tolik, aby se dostalo i na přírodu, vydělejme si na její nové šaty.

Opakovaný vtíp však přestává být vtípem a stává se tragikomickým nedorozuměním. Chudnoucí proletáři byli sociálně usmířeni v důsledku demokratizace konzumu. Byli přizváni k hostině, kterou stát blahobytu uspořádal na účet přírody, jež se stala o to chudší. Dnes není nikde na obzoru ochotný hostitel, který by uspořádal podle stejného scénáře banket na usmíření lidí a přírody. A chceme-li si na revitalizaci přírody vydělávat stejným způsobem jako dosud, je to totéž, jako kdybychom pozvali na přátelské posezení u zabíjačky toho, kdo má být utracen.

Lze se obávat, že příroda naše vřelé pozvání k hodování na jejím vlastním těle zdvořile odmítne. Tímto mazaným způsobem, jenž se tak osvědčil v případě proletářů, si ji neudobříme. Naopak, bude nám dále tiše nakukovat do plných mís a talířů a provokovat svým tuberkulózním pokašláváním. Ani stále hlasitějším mlaskáním ji nepřehlušíme. Místy už vyhubla docela na kost a tratí se před očima. Je třeba mít silný žaludek podnikatele či věčně nenasytný apetit proletáře, nemá-li nám při tomto pohledu přestat chutnat.

Pohled na poslední buclatější partie přírody dokážeme perfektně využít v reklamních šotech, jež večer co večer ubezpečují, že nevidaná hostina se teprve rozjíždí a její hlavní chody na nás teprve čekají. Kamery reklamních agentur zabírají její chřadnoucí tělo z těch nejfotogeničtějších stran, aby v nás živily iluzi práva na svobodný výběr. Tím vcelku dovedně zastírají jedinou skutečnou volbu, kterou ještě máme: Jde o volbu mezi tím, zda budeme věřit spíše jejich trhoveckým figlům, anebo se zvedneme od přijímačů a vyjdeme se na ni podívat sami. Asi s námi odmítne povečeřet, ale dost možná si bude chtít docela vážně o něčem popovídat.

Život

– není ve srovnání s prosperitou hodnotou sám o sobě. Hodnota jeho jednotlivých projevů je dána jejich užitečností, je přímo úměrná jejich podílu na vytváření prosperity. Aby mohl život figurovat jen jako jeden ze vstupů do mašinerie vytvářející prosperitu, musela být bagatelizována smrt. Společnost na cestě ku prosperitě bagatelizuje smrt (a zároveň s tím zpochybňuje posvátnost života) mnoha různými způsoby. V laboratořích, v nichž jsou prováděny experimenty se zvířaty, je smrt vnímána a registrována jen jako ukončení pokusu. Život je zde pojmán pouze jako plastelína, která svými vlastnostmi dobře vyhovuje potřebám modelování, formování a deformování. Podobnou funkci sehrává život u protagonistů akčních filmů. Jeho odnětí je ve scénáři naprogramováno stejně detailně jako v metodice laboratorních pokusů. Smrt člověka (pokud možno smrt co nejfotogeničtější, tedy co nejdrastičtější) je zde gramaticky správným ukončením scény, podobně jako je tomu v případě metodicky správně vedeného vědeckého pokusu. Pokud by stejnému účelu mohl posloužit jiný a působivější efekt, herec může postoupit do další scény.

Podobně jako se život a jeho promyšlené ukončení v případě laboratoře či akčního filmu mění v nástroj něčeho důležitějšího, něčeho, na čem badateli či režiséru záleží především, ustupuje život do pozadí i v nejrůznějších praktikách každodenního života. Rozvoj automobilismu banalizoval smrt tím, že z ní vytvořil statisticky předvídatelnou a technicky lehce zvládnutelnou všední kulisu dopravního provozu. Počet mrtvých na kilometr asfaltu může dnes sloužit jako stejně spolehlivý ukazatel dosažené prosperity jako počet automobilů na tisíc obyvatel či na domácnost.

V případě reklam na cigarety a jiné drogy dosahuje bagatelizace života a jeho významu snad nejdůmyslnějších rozměrů. Klientům je doporučováno užívat zboží, které jejich životy v průměru

prokazatelně zkrátí a jejich smrt učiní krutější. Konzument je zde postupně metodicky likvidován předem pečlivě odměřenými dávkami nikotinu stejně tak jako laboratorní zvíře při vivisekci přesně mířenými řezy či hrdina akčního filmu přesně mířenými dávkami ze samopalu. Rozdíl je jen v tom, že laboratorní myši nejsou tak hloupé jako kuřáci, aby za svou likvidaci příslušným expertům ještě platily.

Zmíněné způsoby bagatelizace života a metodicky promyšleného usmrcování by byly nepochopitelné, pokud bychom si nevšimli jejich enormního významu pro urychlování příchodu prosperity. Smrt zvířete na pokusném stole rozšiřuje trh o nové výrobky, smrt řidiče za volantem a chodce na přechodu je součástí scénáře rozvoje infrastruktury, smrt akčního hrdiny v úchvatné koncovce filmu dotuje zábavní průmysl a umírání kuřáka podporuje dynamiku finančně zdravého průmyslu tabákového. Ve všech případech nás smrt obohacuje a urychluje růst tempa hrubého domácího produktu.

Zatímco život, není-li dále zpracován, sám o sobě v podstatě žádný zisk nenese, smrt naopak patří k nejvitálnějším silám postupující prosperity, onoho nejvyššího zdroje štěstí a spokojenosti moderního člověka.

Jan Keller
Abeceda prosperity

Ilustrace na obálce Albrecht Dürer, dřevoryt k *Lodi bláznů* Sebastianiana Brandta (1494)
Redakce Jaroslava Bednářová

Vydala Městská knihovna v Praze
Mariánské nám. 1, 115 72 Praha 1

V MKP 1. elektronické vydání
Verze 1.0 z 8. 4. 2022

ISBN 978-80-274-2289-0 (epub)
ISBN 978-80-274-2290-6 (pdf)
ISBN 978-80-274-2291-3 (prc)