

Filozofická fakulta Univerzity Palackého v Olomouci  
Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie



# **Teorie a kritika konzumní společnosti: od normativní k liberální kritice kapitalismu**

magisterská diplomová práce

Obor studia: Sociologie

**Autor:** Bc., Jan Meyer  
**Vedoucí práce:** Mgr., Pavel Zahrádka, PhD.

**Olomouc 2017**

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci Teorie a kritika konzumní společnosti: od normativní k liberální kritice kapitalismu vypracoval samostatně a uvedl jsem veškerou použitou literaturu a veškeré použité zdroje.

V Olomouci

dne

Podpis

## **Abstrakt**

**Název práce:** Teorie a kritika konzumní společnosti: od normativní k liberální kritice kapitalismu

**Autor práce:** Bc., Jan Meyer

**Vedoucí práce:** Mgr., Pavel Zahrádka, PhD.

**Počet stran a znaků:** 85 s., (132 532 znaků s mezerami)

**Počet příloh:** 0

**Abstrakt (minimálně 900 znaků):** V tomto textu jsem se zabýval kritikou konzumerismu. Představil jsem jak normativní, tak liberální kritiku. Normativní kritiku jsem zkoumal z pozice George Ritzera v konceptu McDonaldizace a Naomi Klein v její knize No Logo. Navázal jsem liberální kritikou, kritikou McDonaldizace a Hip konzumerismu. Tato teoretická analýza mi posloužila k rozvinutí návrhu na omezení konzumního jednání na poli kolektivního jednání. Při návrhu tohoto mechanismu, jsem vycházel z předpokladu defenzivní povahy souboje o poziční statky, který předpokládá, že konzumní jednání je sebedestruktivní jednání, na kterém se samotní aktéři nechtějí podílet, ale díky společenskému tlaku jsou nuceni se jemu podřídít. Mé řešení spočívá v zavedení nepodmíněného základního příjmu, který díky snížení příjmové nerovnosti a nerovností v rozdělení bohatství, zvýší sociální rovnováhu a sníží podněty k soutěživé spotřebě. Z výzkumů vyplývá, že menší nerovnosti v příjmech u dané společnosti, mají pozitivní dopad na snížení kriminality, zvýšení průměrného věku dožití, vyšší úroveň důvěry ve společnosti a další. Vyšší důvěra a celkové, nejen materiální blaho jedince, má potenciál k omezení negativních dopadů soutěživé spotřeby.

**Klíčová slova:** konzumní jednání, vězňovo dilema, kritika, kapitalismus, normativní, liberální, nepodmíněný základní příjem, rovnost, nerovnost

## **Abstract**

**Title:** Theory and criticism of consumer society: from normative to liberal criticism of capitalism

**Author:** Bc., Jan Meyer

**Supervisor:** Mgr., Pavel Zahrádka, PhD.

**Number of pages and characters:** 85 s., (132 532 characters, including space)

**Number of appendices:** 0

**Abstract (900 characters):** In the thesis, I was concerned with the critique of consumerism. I introduced both normative and liberal criticism. I dealt with normative criticism from two standpoints. The first is the concept of McDonaldization from George Ritzer, and the second one is Naomi Klein's, introduced in her book No Logo. I continued with liberal critique, criticism of McDonaldization and Hip consumerism. This theoretical analysis helped me as a basis for proposal of mechanism to reduce consumer's action on the field of collective action. I based my mechanism on the assumption, that consumerism and positional goods are of defending nature, that consumer action is self-destructive for those involved and even actors themselves do not want to be part of this struggle, but they are forced to do so by society. My proposal is based on introducing of basic income, which has the potential to reduce income inequality and wealth inequality and with this, to implement more social stability and reduce impulses for competitive consumption. The evidences found in researches, point out, that lower income inequalities have positive outcomes, for example lowering criminality, increasing life expectancy, more trust etc. More trust and overall well-being have the potential to reduce negative outcomes of competitive consumption.

**Keywords:** consumer action, prisoners' dilemma, criticism, capitalism, normative, liberal, basic income, equality, inequality

Úvod .....	8
1. Normativní kritika konsumerismu.....	10
1.1 konsumerismus jako ideologie .....	12
1.1.1 Občan-konzument.....	13
1.2 Alternativní hédonismus .....	14
1.3 Proč chceme to, co chceme?- Perfekcionistická kritika.....	18
1.4 Starbucks- vykup svůj hřích.....	18
1.5 Teorie zahálčivé třídy .....	20
1.6 McDonaldizace společnosti.....	21
1.6.1 Dehumanizace a racionalita.....	22
1.6.2 Falešná přátelskost.....	23
1.6.3 Odkouzlení světa.....	25
1.6.4 Hazard s životním prostředím a zdravím.....	26
1.6.5 Homogenizace .....	27
1.7 Budoucnost McDonaldizace.....	28
1.7.1 eBayizace .....	29
1.7.2 Web 1.0 a 2.0 .....	30
1.8 Naomi Klein .....	32
1.8.1 Bez možnosti výběru .....	33
1.8.2 Bez práce.....	37
2. Liberální kritika konzumerismu .....	40
2.1 Hip konzumerismus.....	41
2.2 Kritika konceptu McDonaldizace .....	45
2.2.1 Kulturní elitismus .....	46
2.2.2 McDonald jako jistota.....	47
2.2.3 Ztráta diverzity.....	48
2.3 Poziční statky.....	49
2.3.1 Kooperace vs. Soutěživost .....	50
3. Návrh mechanismu k omezení soutěživé spotřeby .....	52

3.1 Kapitalismus základního příjmu.....	54
3.1.1 Sociální rozhraní nepodmíněného základního příjmu .....	58
3.1.2 Dopady NZP na kooperaci a genderovou rovnost.....	59
3.1.3 Dopady NZP na občanskou společnost .....	61
3.1.4 Základní nepodmíněný příjem versus progresivní zdanění .....	61
3.2 Nepodmíněný základní příjem a McDondalizace.....	63
3.3 Nepodmíněný základní příjem jako nástroj k omezení soutěživé spotřeby .....	64
3.3.1 Nepodmíněný základní příjem, konsumní jednání a rovnostářská společnost.....	66
3.3.2 Neopodmíněný základní příjem a věžňovo dilema .....	70
3.3.3 Základní nepodmíněný příjem a duševní zdraví .....	71
3.3.4 Životní prostředí a ne/rovná společnost.....	73
3.3.5 Důsledky pro vzdělávací systém .....	76
Závěr .....	79
Literatura a zdroje.....	81
Seznam obrázků, grafů, schémat .....	86

## Úvod

V této práci se budu zabývat normativní a liberální kritikou konzumerismu. Normativní kritiku představím, skrze dva autory, a to Naomi Klein (2005) a George Ritzera (2013). Klein a její kniha *No Logo* byla jedním z prvních počínů, zabývajících se rostoucí silou korporátní moci a jaký mají tyto korporace vliv na životy lidí nejen v západních společnostech, kde působí skrze marketing a své produkty, tak v zemích rozvoje, kde jsou vyráběny jejich výrobky. Ukáži, jak změna ekonomiky přispěla k upevnění nadvlády západu a čím je vykupována naše materiální prosperita.

U George Ritzera se budu zabývat jeho konceptem *McDonaldizace*. Ritzer navazuje na Webera a středobodem jeho kritiky je racionalizace, která dle něj vede k procesům dehumanizace, homogenizace a dalším institucionálním proměnám. Racionalizace dle něj proměňuje rámec konzumního jednání a vytváří takřka totalitní prostředí.

Současná reflexe *McDonaldizace*, webu 2.0 a možnosti *deMcDonaldizace*, spojené se vznikem sociálních sítí a uživateli generovaným obsahem, mi poslouží jako náhled na budoucí vývoj.

Představím novodobé poznatky z evoluční teorie v podání Petera Singera (2013), který vyvrací předpoklady soutěživosti, jako základního principu vývoje a kooperaci ne jako deviantní formu ale možnou budoucnost, kde se vrozené determinaty lidského jednání mohou proměňovat a reagovat na změnu společnosti.

Liberální kritika, která vznikla na základě práce Juliet Schorové a jejíž východisko je, že povaha konzumního jednání je více defenzivní, tedy že jsme skrze normy společnosti uzavřeni ve vězňovu dilematu. Kolektivní

povaha konzumního jednání proměňuje pohled na konzumenta, který je hnán vlastní touhou spotřebovat na konzumenta, který spotřebovává, aby neztratil společenské postavení.

Joseph Heath je zastáncem liberální kritiky a ve svém Hip-konzumerismu (2001) se snaží poukázat na to, jak rebelie proti konformnímu způsobu života a konzumu, jen dále pohání toto jednání a vlastně je jeho nedílnou součástí.

Dostanu se také ke kritice konceptu McDonaldisace v knize McDonaldisation Revised, která je práce několika autorů, kteří poukazují na jednotlivé nesrovnalosti v dílčích procesech a totalitní charakter tohoto díla, který dle autorů nedává prostor k řešení konzumerismu.

Mým vlastním příspěvkem k tématu konzumerismu, bude návrh řešení problému konzumerismu na poli kolektivního jednání. Budu vycházet z předpokladu věžňova dilematu a defenzivní povahy pozičních statků a konzumního jednání, jakožto sebedestruktiví činnosti. Tento návrh bude vycházet z liberální kritiky a bude se jednat o konkrétní mechanismus v rámci právní úpravy s předpokládanými socioekonomickými dopady, které ať již přímo, nebo nepřímo ovlivní konzumní jednání.



## 1. Normativní kritika konsumerismu

Normativní kritika konsumerismu je kritika, která zabírala po celé 20. Století hlavní místo ve výzkumech sociologů. Ačkoli konsumní jednání není jevem, který by vzniknul až ve 20. Století spolu s industrializací a masovou produkcí. Jistě tyto procesy umocnily toto jednání a rozšířily jej z privilegovaných vrstev společnosti, jak tomu bylo v předmoderní době, na téměř celou společnost. I dnes však není celá populace světa zapojena do tohoto procesu. Naomi Klein ve své knize *No logo*, rozkrývá praktické dopady Wallersteinovy *world-systems analysis*. Konsumní jednání je projevem demokratických hodnot západu. Prohlubování rozmanitosti a možností ke konsumnímu jednání, tak jak to například popisuje George Ritzer ve své knize *McDonaldization of Society*, je mnohými považováno za prohlubování osobních svobod. Právě svoboda nakupovat rozličné produkty a služby je dnes hlavní součástí demokracie. Snoubení tržního hospodářství a demokracie, jakožto univerzální hodnota západu. Naomi Klein nabourává tento stereotyp a ukazuje nám, jakou cenu platíme za rozšiřování možností ke konsumnímu jednání. Tato svoboda je vykupována prací dětí, prací časově přesahující možnosti dělníků žít důstojný život a prací, jejíž produkce zanechává enviromentální spoušť.

Na normativní kritiku konsumerismu by se dalo nahlížet koncepty pozitivní a negativní svobody Isaiaha Berlina (1958). Zatímco negativní svoboda znamená, že neexistují překážky a bariéry, které by nám bránily k dosažení našich cílů, svoboda pozitivní, je jednání vedoucí k uvědomění si základního smyslu. Negativní svoboda je odkazována k jedinci, individu. Tedy v rámci konsumního jednání ubývá překážek, které by nám znemožňovaly jednat konsumně a zároveň ubývá překážek ke konsumování stále širšího spektra produktů. Pozitivní svoboda, pak náleží kolektivu. Dle normativní kritiky nám marketingové společnosti a reklama vůbec, říkají, co máme chtít a

vytvářejí umělé potřeby. Dalo by se tedy říci, že nám konsumentům, dávají právě poznání tohoto fundamentálního smyslu. Fundamentální smysl kapitalistické produkce je neustálé navyšování zisků, snižování nákladů a cyklická spotřeba. Jako nástroj k dosahování těchto cílů slouží, dle normativní kritiky, právě zmanipulování jednotlivce do koloběhu vytváření umělých potřeb a tímto proměnu jeho života (fundamentálního smyslu) do nesmyslné spotřeby.

Immanuel Wallerstein v knize Utopistika- historické rozhodování ve 21. Století (2006), ukazuje rozdíl mezi kritiky a zastánci současného světosystému, skrze tři body. První jsou hmotné statky. Zastánci nynějšího světosystému vidí hojnost těchto statků, odpůrci nerovnoměrné rozdělení. Liberální demokratické struktury podle kritiků neumožňují dostatečné zapojení lidových vrstev (bod dva) a na jedné straně prodlužující se délka života, proti zhoršené kvalitě (především pro lidové vrstvy).

Fungování světa, podle Wallersteinova konceptu Světosystému (2004), je závislé na neustálém rozšiřování trhu do dalších koutů světa, kam ještě nedošel, tedy ve smyslu drancování přírodních zdrojů a vykořisťování lidské práce.

Z tohoto postoje můžeme dojít k rozdělení zastánců a odpůrců tohoto světosystému na vůli přijmout, nebo popřít tento fakt, že relativní blaho západních společností, je vykoupeno vykořisťováním třetích zemí ve smyslu kapitalismu průmyslové revoluce.

Pojem relativní blaho jsem použil záměrně, protože i rozdělení bohatství v západních společnostech je již dlouhou dobou předním tématem, rozšířeným například hnutím Occupy. Zatímco elity neustále bohatnou, střední třída mizí a chudí se stávají více chudší.

Jedna z kritických hypotéz vůči tomuto systému, je založená na rozdělení bohatství v západních společnostech a jak prakticky nemajetné masy, které sice mají sílu změnit chod věcí nejen ve své zemi, ale i tento světový systém, jsou zastřeni každodenní realitou chudoby a vizí elitního bohatství.

Faktem však zůstává, že dnešní potomci středních tříd, již nemají stejné šance k posunu ve společenském žebříčku stejně, jako jejich rodiče a spíše budou na tomto žebříčku padat dolů. Pozice dolních vrstev je ještě tragičtější, i přesto, že se jedná o nejpočetnější skupinu obyvatelstva.

Axel Honneth k tomuto dodává reflexi současného stavu společnosti, ve vztahu k její kritice: *„Kritická teorie, jejíž intelektuální horizont se zformoval při zpracování evropských dějin myšlení od Hegela po Freuda, ještě počítá s možností posuzování dějin na základě rozumu. V ničem by však nemohla být dnešní generaci, která vyrostla s vědomím plurality kultur a konce „velkých vyprávění“, cizejší než v tomto založení společenské kritiky ve filosofii dějin. Myšlenka historicky účinného rozumu, na níž trvali všichni zástupci frankfurtské školy od Horkheimera po Habermase, musí narazit na neporozumnění všude tam, kde už v mnohosti zdůvodněných přesvědčení nelze rozpoznat jednotu jediného rozumu,...“* a dále: *„Obecně převládá liberální koncepce spravedlnosti, jejíž kritéria se stala normativní identifikací sociálních nespravedlností,...“* (Honneth, 2011, s. 34)

## **1.1 konsumerismus jako ideologie**

Jedna část kritiky konsumerismu se nazývá ideologická kritika. Předpokládá, že konsumní jednání, je ve své podstatě ideologické, jelikož upřednostňuje jednu část kolektivního jednání před druhým. Pokud je pohled společnosti zaměřen na konsumní jednání, je tento pohled odkloněn od dalších problémů, jako zdravotnictví, školství, nebo pomoc potřebným. Události, které popisuje Naomi Klein ve své knize No logo, nejsou v dnešní době nijak utajené. Pokud hledáte zprávy o zneužívání dětské práce, znečišťování

vlivem nešetrné produkce v Asijských továrnách, ve kterých jsou produkovány výrobky pro západ, o vykořisťování třetích zemí, jistě je najdete. Tyto zprávy se objevují také v mainstreamových médiích a tedy neujdou zraku většinové populace. Je tedy otázka, proč se s těmito problémy nic neděje, proč západní konsumenti dále konsumují a podporují tímto další koloběh vykořisťování lidí a přírody.

### **1.1.1 Občan-konzument**

Teoretický koncept, jenž spojuje dvě úrovně jedince ve společnosti je pojmenován: citizen-consumer (občan-konzument). Koncept spojuje rovinu občanskou, tedy angažovanou, politickou a rovinu konzumenta, spotřebitele.

Základním předpokladem je, že díky narůstající poptávce po etické konzumaci, došlo ke spojení těchto úrovní a výsledek někteří autoři shrnují jako: „vote with your dollar“ („volte svým dolarem“). Občan přenáší své aktivity na pole konzumerismu a díky selektivnímu výběru produktů své spotřeby, projevuje občanskou, potažmo ideologickou vůli. Může se jednat o Fair trade produkty, bio potraviny, odmítnutí některých produktů na základě místa výroby, nebo ekologické stopy zanechané při výrobě. Koncept spojuje individuální- konzumerský zájem a kolektivní- ideologický.

<sup>1</sup> „... framing of the citizen-consumer hybrid generates multiple contradictions as it relates to three dimensions of social reproduction in globalized economies: a cultural-ideology of consumerism, a political-economic denial of class inequality, and a political-ecological message of conservation through consumption.“ (Johnston, 2008)

---

<sup>1</sup> Utváření hybridu občan-konzument generuje několik protikladů, jelikož se vztahuje ke třem dimenzím sociální reprodukce v globalizované ekonomice: kulturně-ideologická dimenze konzumerismu, politicko-ekonomické zamítnutí třídní nerovnosti a politicko-ekologické poselství zachování skrze konzumaci.

Johnston zde ukazuje, jak je tento koncept problematický. Ve **schématu č.1.** můžeme vidět, jak jsou v rozporu kulturní a politické úrovně obou typů. Předpokládá, že tyto úrovně jsou natolik konfliktní, že nemůže dojít k syntéze, tedy vždy převáží jedna úroveň nad druhou.

	Consumerism: maximizing individual interest	Citizenship: collective responsibilities to a social and ecological commons
Culture	Prioritize individual choice and variety	Limiting individual choice and variety; collective solutions
Political economy	Consumer markets valued; social status through consumption	Equitable access and empowerment for all social classes; markets restricted
Political ecology	Conservation through consumption	Reduce consumption; re-evaluate wants and needs

(Schéma č. 1. Kulturní, politicko-ekonomická a politicko-ekologická dimenze konzumera a občana, zdroj: Johnston, 2008)

## 1.2 Alternativní hédonismus

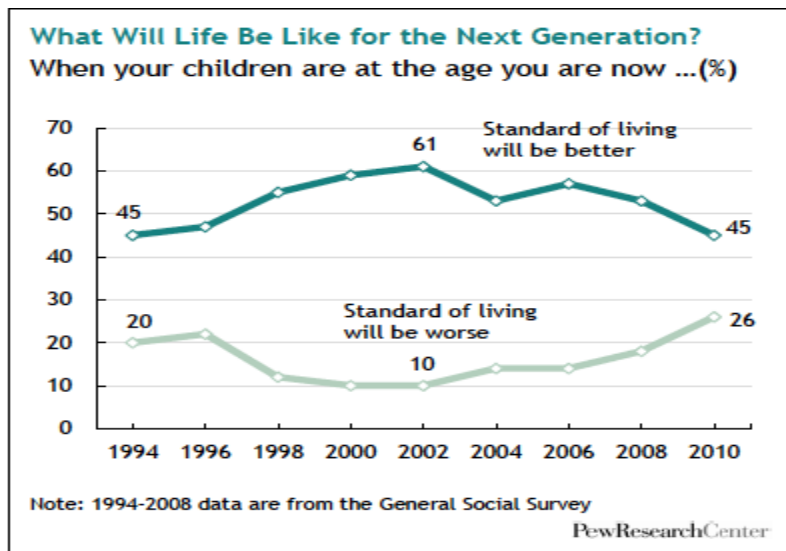
Výsledky Pew Research Center z roku 2010, které zkoumaly dopady ekonomické krize z roku 2008 zjistily, že 71% Američanů si přestalo kupovat drahé značky, 57 % zrušilo, nebo změnilo své dovolené. V návaznosti 52% Američanů odpovědělo, že se nechystá navrátit ke svým předešlým konzumním návykům.

Ekonomická krize dala podnět k hledání alternativních- nekonzumních způsobů života. <sup>2</sup> „*These americans seem to see the austere life not as a deprivation, but as an opportunity to redefine what makes a good life.*“ (Etzioni, 2011)

Nejenom ekonomická krize roku 2008, ale také dlouhotrvající nedůvěra v budoucí ekonomický vývoj se odráží v hledání udržitelných alternativ.

---

<sup>2</sup>Pro tyto Američany, jak se zdá, není skromný život vnímán jako deprivace, ale jako příležitost k redefinování, co utváří kvalitní život.



(Graf. č. 1. Jak bude vypadat život další generace?, zdroj: Pew Research Center, 2010)

Na tomto grafu (**Graf. č. 1.**) vidíme, že 26% Američanů si myslí, že jejich děti budou mít nižší standard života, oproti 45%, kteří si myslí opak. Je zde patrná nedůvěra vůči ekonomice neustálého růstu.

Alternativní hédonismus je cesta, kterou si začíná volit stále více lidí na západě. Tento trend můžeme pozorovat na vzrůstu vegan, raw a dalších druhů ekologičtější spotřeby.

*„Alternativní hédonismus, je totiž postaven na předpokladu, že i kdyby byl konsumní životní styl trvale udržitelný, nezvyšuje lidské štěstí ani pocit spokojenosti (respektive tak nečiní za určitý mezník, který jsme již minuli). Tvrdí, že na jakýkoli pohyb směrem k udržitelným způsobům spotřeby budou mít vliv spíše nové formy naplnění tužeb než strach z ekologické katastrofy. Je-li nutno dostát nejen politickým závazkům ohledně klimatických změn, ale vybudovat do budoucna i významnější opozici vůči soudobé ekonomické nadvládě, bude třeba nabídnout také lákavý popis alternativ k nezdravým konzumním životním stylům, které se podílejí na intenzivní spotřebě zdrojů, produkují znečištění a ohrožují zdraví.“ (Zahrádka, 2014, s. 373)*

Zde narážíme na dva předpoklady. Zaprvé, zvyšování konsumu nevede k zvyšování pocitu štěstí a spokojenosti a dále, že zákazník/konzument má

prostředky k ovlivnění trhu. Tedy druhý předpoklad vychází ze spotřebitelského paradigmatu, že spotřebitel musí vyvíjet tlak na producenty skrze poptávku. Allan Schnaiberg (2008) však poukazuje, že toto paradigma není zcela účinné a většina moci a rozhodování leží ve sféře produkce.

Na druhý problém již poukazovali Deleuze a Guattari, když pracovali na svazcích *Kapitalismus a Schizofrenie* (1972) a *Mille plateaux* (1980). Kapitalismus podle nich vede k deteritorializaci. Deteritorializace je tendence kapitalismu a globalizace, ničit veškeré identity a entity a podřizovat je pouze zákonitostem tržní směny. Toto poté vede ke zpětné reakci, kdy jsou prázdná místa zpětně zaplněna tradičními modlami, které však plní pouze rituální formu ochrany před destrukcí. Tuto roli pak na sebe bere například religiozita. Toto dokládá Žižek (2007) ve svém výkladu Lacanovy psychoanalýzy, kdy podle něj symbolická rovina hraje nejdůležitější roli. Nejen náboženství, ale také chození do kostela, se stalo pouze rituálem, který nás uklidňuje. Žižek například uvádí, že nahraný smích v komediálních seriálech, který nám ukazuje, kdy se smát, plní stejnou roli. Stačí nám pouze vědomí, že někdo se směje (v tomto případě se za nás směje samotná televize) a aniž bychom sami prožívali radost, přináší nám to úlevu. Tedy jinými slovy, podle Žižeka není cílem uspokojení všech potřeb a stav absolutního uspokojení potřeb, ale naopak je tento stav považován za špatný. Tento stav by se dal popsat slovy: *Desire to desire*.

Nárůst depresí v západních společnostech je doložený: „Podle Světové zdravotnické organizace budou afektivní poruchy v roce 2030 vůbec největší zdravotní zátěží jak z ekonomického, tak sociologického hlediska. Už nyní přitom jde o onemocnění, která znamenají obrovskou finanční zátěž – byť to tolik není vidět na nákladech na zdravotní péči.“ (Zdravotnický deník, 2016)

V diskuzi ohledně nárůstu vydávaných antidepresiv, se objevuje vyšší dostupnost, vyšší efektivita těchto léků, ale právě ono sociologické hledisko, nebo hledání příčin tohoto jevu, ve stavu naší sociální reality je naprosto opomíjené, natožpak spojování tohoto jevu s kapitalismem samotným. Otázka, zda individualizace, nerovnosti, ať již sociální, tak ekonomické způsobují vyšší napětí ve společnosti a tedy i zvýšení výskytu psychických problémů jsou důsledek kapitalismu, nebo současným stavem společnosti tak, jak je popisují Bauman (2014), Giddens (2013), nebo spojením obou, je nyní nepodstatná. Je však otázka, zda poukazování na toto propojení nemůže vést k trvalejšímu řešení.

Individualizace má za následek přenesení odpovědnosti za psychické problémy na trpícího jedince, zatímco odpovědnost společnosti se objevuje pouze v dílech filosofů. Immanuel Wallerstein ve své knize Utopistika (2006) také poukazuje na potřebu změnit zaměření z legitimizace neomezené akumulace kapitálu, jakožto společensky přijatelné a žádoucí a namísto toho vytvořit podmínky pro uvědomělý, solidární systém, který upřednostňuje společenskou prospěšnost před ziskem.

Lacanův psychoanalytický přístup k tomuto tématu by se dal popsat, že smutek, až deprese, je nedílnou součástí procesu chtění, získávání a ztrát.

<sup>3</sup> „*What makes me sad is my creeping awareness that, sooner or later- sooner than I am ready to admit- I will integrate myself into a new community, forgetting and forgotten by the place that now means so much to me. In short, what makes me sad is*

---

<sup>3</sup> *Co mě dělá smutným, je plíživé vědomí, že dříve nebo později- dříve, než jsem si schopena přiznat- se integruji do nové komunity, zapomenou a budu zapomenut místem, které nyní pro mne tolik znamená. Ve zkratce, co mne dělá smutným, je vědomí, že ztratím touhu po tom, co je nyní mým domovem.*



*the awareness that I will lose my desire for (what is now) my home.*" (Žižek, 2007, s. 68)

Na tomto příkladu Žižek popisuje, jak člověk reaguje na změnu prostředí, změnu domova. Zde je tento smutek popsán, jakožto nevědomá reakce podvědomí a tedy s ní nemůžeme pracovat, jakožto se sociálním faktem. Tento koncept, by nám však mohl pomoci propojit právě problém vyprázdněnosti spotřeby a jeho dopady na lidskou psychiku.

### **1.3 Proč chceme to, co chceme?- Perfekcionistická kritika**

Další typ normativní kritiky vychází z předpokladu, že lidé dostanou co chtějí, avšak to, co chtějí je uměle vytvářeno velkými nadnárodními společnostmi skrze marketing. Dnešní celosvětové značky typu Apple, Nike, Addidas, nic nevyrábějí ve smyslu hmotného produktu. Většinu „vyrábění“ za tyto korporace dělají subdodavatelé z Asie. Tedy pokud se již nemusejí starat o produkci samotnou, zaměřují se tyto firmy na branding. Branding je název pro vytváření značky. Branding je o stylu. Korporace již jen nechtějí, abychom konsumovali jejich produkty, ale abychom je žili. Tím, že nosím určitý druh oblečení, nebo používám určitý druh elektroniky, dávám jako konsument najevo svou příslušnost k určité skupině. Právě vytváření skupin konsumentů, které konsumují určitou značku, je hlavní cíl marketingových snah korporací. Celoživotní oddanost značce.

### **1.4 Starbucks- vykup svůj hřích**

*„Jak se může ideologie projevovat v podobě svého opaku, tedy jakožto neideologie? Děje se tak díky určité proměně, která nastala v převládajícím modu fungování ideologie: v naší údajně „postideologické“ éře funguje ideologie stále více-*

*v protikladu k tradičnímu symptomálnímu modu- ve fetišistickém modu. V prvním uvedeném modu je ideologická lež, strukturující naše vnímání reality ohrožována symptomy v podobě „návrátů potlačeného“, trhlinami v tkanivu ideologické lži. Naproti tomu fetiš de facto funguje, jako obrácený symptom. Jinými slovy, zatímco symptom je výjimka, která čerá povrch falešného zdání, moment vyhrěznutí potlačené freudovské „druhé scény“ fetiš funguje jako ztělesněná Lež, která nám dovoluje unést nesnesitelnou pravdu“ (Žižek, 2011, s. 86-87)*

Touto citací bych chtěl navodit problém, o kterém nehovoří jen Žižek, ale který také uvádí Mark Fisher ve své knize Kapitalistický realismus (2010). V podtitulu této knihy (Proč je snazší představit si konec světa než konec kapitalismu) narážíme na představu, že nynější systém působí, jakožto veskrze neideologický, snad až antiideologický. Právě však Žižek a Fisher tuto představu nabourávají a převracejí tento pohled na kapitalismus, jakožto totalitní ideologii, která zabraňuje jakýmkoli pokusům o změnu.

*„Realismus“ se zde podobá rezignovanému stavu člověka stíženého chronickou depresí, který se domnívá, že jakýkoli pozitivní stav, jakákoliv naděje jsou pouze nebezpečné iluze.“ (Fisher, 2010, s. 14)*

Důvod, proč zde cituji tuto knihu a proč poukazuji na propojení kapitalismu, jakožto absolutní ideologie a etické spotřeby, je ten, že právě toto spojení působí na straně jedné, jako nástroj zvyšování zisků, za předpokladu, že tato marketingová strategie funguje a na straně druhé, jako morální odpustek konsumentům, kteří „nemohou dělat více“, než právě eticky konsumovat.

Starbucks je dokonalým propojením toho, co kritizují jak ideologická, tak perfekcionista kritika. Jak uvádí Slavoj Žižek (2011), když si ve Starbucks koupíte kávu, určitá malá částka jde na pomoc farmářů v Keni, nebo proti kácení deštných pralesů. Aktem zakoupení této kávy tedy vykoupíte svou „duši“ ze spárů konzumerismu. Jsem sice konsument, ale konzumováním

přispívám k záchraně světa. Tímto řeším problém osobního zapojení a angažování se do řešení problému. Stačí každý den kupovat kávu u Starbucks a problém vyřeší mé peníze a někdo jiný.

<sup>4</sup> „Ethos® Water was created to help raise awareness about this terrible crisis and provide children with access to clean water. Every time you buy a bottle of Ethos® Water, you contribute \$.05US (\$.10CN in Canada) to the Ethos® Water Fund, part of the Starbucks Foundation. So far more than \$12.3 million has been granted to help support water, sanitation and hygiene education programs in water-stressed countries – benefiting more than 500,000 people around the world. In 2014 grants were made to six NGOs in the following coffee-growing countries: Tanzania (\$750K), Indonesia (\$750K), Colombia (\$1.1M), Guatemala (\$480K) and Nicaragua (\$300K). „ (Starbucks)

## 1.5 Teorie zahálčivé třídy

Thorstein Veblen ve své knize *The theory of leisure class* (1994) popisuje Americkou společnost konce 19. Století. Jako první zde propojil konzumní jednání, s jeho statutním rozměrem v konceptu okázalé spotřeby. Veblen přirovnává okázalou spotřebu k instinktu predátora: <sup>5</sup>„*The utility of consumption as an evidence of wealth is to be classed as a derivative growth. It is an adaptation to a new end, by selective process, of a distinction previously existing and well established in men’s habit of thought.*“ (Veblen, 1994, s. 43) Okázalá spotřeba slouží vyšším vrstvám ve svém ceremoniálním charakteru, ale neslouží

---

<sup>4</sup> Ethos® Water byla vytvořena ke zvýšení povědomí o této hrozné krizi a pro pomoc dětem v přístupu k čisté vodě. Pokaždé, když si zakoupíte Ethos® Water, přispíváte \$.05US (\$.10CN v Kanadě) fondu Ethos® Water, součástí nadace Starbucks. Dodnes jsme přispěli 12.3 miliony dolarů na pomoc a podporu vzdělávacích programů v zemích s nedostatkem vod a přispěli tak více než 500, 000 lidí po celém světě. V roce 2014 jsme přispěli šesti neziskovým organizacím v těchto zemích produkujících kávu: Tanzanie (\$750K), Indonésie (\$750K), Kolumbie (\$1.1M), Guatemala (\$480K) a Nikaragua (\$300K).

<sup>5</sup> Užitečnost konzumace, jako důkazu bohatství, je nutné klasifikovat, jako nepůvodní. Jedná se o adaptaci s novým cílem, vycházející z již ustálené podoby lidského myšlení.

pouze jim. Pro střední třídy je zde zástupná (vicarious) spotřeba. Manželky mají za úkol, díky zástupné spotřebě ukazovat dobré jméno domova a jeho pána. Okázalá spotřeba tedy degraduje směrem dolů v rámci společenské hierarchie, ale je to právě okázalá spotřeba vyšších vrstev, které se snaží střední třídy dosáhnout. Veblen dále popisuje, jak muži „horlivě“ pracují, aby mohli svým manželkám dopřát dostatek financí ke správné reprezentaci.

Přijatelná úroveň života a produkty s ním spojené vznikají dle Veblena způsobem, že původně zbytečné, pouze statusové produkty jsou začleněny jako integrální součást běžného života a tímto ztrácí svou společenskou hodnotu, jelikož si již bez nich nelze běžný život představit. (Veblen, 1994, s. 63)

Zde můžeme vidět počátek věžňova dilematu a pozičních statků, které budu zkoumat dále v textu.

## **1.6 McDonaldizace společnosti**

Koncept McDonaldizace společnosti je jedním z nejvýznamnějších současných teoretických rozborů vývoje konzumerismu a jeho zásahů do dalších oblastí sociální reality. Také je kritizován a tuto kritiku rozeberu dále.

McDonaldizace je proces, který proměňuje vztahy nakupujícího a prodávajícího, proměňuje podobu institucí a také sociálních institucí. Tuto proměnu, můžeme například doložit na pojmu, který zavádí Ritzer: Prosumtion. Tedy slovo, skládající se ze dvou: production a consumption. Logicky z tohoto vyplývá, že je nabourávána klasická představa producenta služby/statku a konsumenta služby/statku. Spojením těchto dvou rolí v kapitalistickém systému, vzniká role nová.

Role prosumenta je stále stejná. Prosument spotřebovává, avšak určité činnosti, které byly původně určeny prodávajícímu/produkcujícímu, jsou

přeneseny právě na konsumenta. Například ve fastfoodech si objednáte jídlo, ale pít si již načepujete sám, nebo si na benzinové stanici sami natankujete a poté jen zaplatíte u pokladny.

V rámci globalizace popisuje Ritzer McDonaldizaci čtyřmi charakteristikami:

1. Transplanetární, 2. Procesuální, 3. Tekutá, 4. Vícesměrná.

**Transplanetární**- odkazuje na fakt, že McDonald je již ve více než sto zemích světa, spolu s komponenty McDonaldizace.

**Procesuální**- spočívající v procesech spojených s hlavními charaktery McDonaldizace, tedy: efektivností, předvídatelností a kontrolovatelností.

**Tekutost**- spočívá v tendenci k přenášení z instituce na instituci a ze společnosti na společnost.

**Vícesměrnost**- ačkoli jsou počátky McDonaldizace v USA a dle Ritzera zde má stále centrum, na příkladu Švédské IKEA, můžeme vidět export McDonaldizovaných systémů zpět do USA.

### 1.6.1 Dehumanizace a racionalita

Nyní navážu na kritiku Deleuzeho a dalších uvedených a rozvedu problém odcizení. Odcizení člověka od společnosti skrze racionalizační procesy. Weber spatřoval v racionalizaci a byrokratizaci prostředek pokroku. Domníval se, že tento proces je zapotřebí nejen k řízení průmyslově vyspělých zemí, ale že je také zapotřebí v rámci kapitalistické společnosti.

Dopady racionalizace a byrokratizace, které měly sloužit efektivitě, již tehdy skrývaly zárodek nynějšího odlidštění. Tak, jako Lyotard (1993) dodává k postmoderně, že nastal konec velkých vyprávění, Ritzer hovoří podobně o

důsledcích racionalizace. Podle něj došlo k odkouzlení. Racionální systémy ztratily své kouzlo a záhady.

V racionálním řízení, není místo pro lidské pocity. Odmítá lidskost a nahrazuje člověka předem naprogramovaným robotem tak, aby byl každý jeho budoucí pohyb možný mapovat a předvídat. Důsledky racionality a dehumanizace, jsou podle Ritzera, falešná přátelskost, neúměrně vysoké ceny, homogenizace, nebezpečí pro zdraví a životní prostředí.

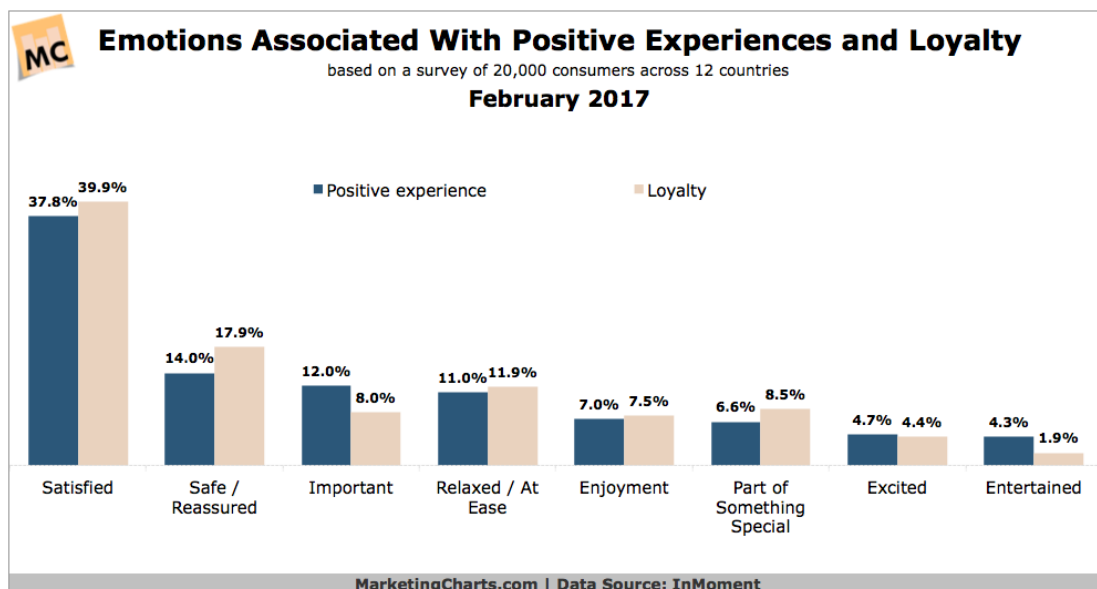
Marx popisuje kapitalismus, jako systém odcizení člověka. Odcizení skrze práci a dělbu práce. Nejedná se však pouze o odcizení člověka od světa, ale člověka jako bytosti od sebe samé. Nástroji, kterými utváří svět a produkty, které vytváří, již nejsou vyjádřením jeho tvůrčí síly, ale stávají se cizími, nezávislými na svém tvůrci. Pokud vezmeme v úvahu stále se zvyšující poptávku po individualizaci a personalizaci produktů, vytváření osobních designů a stylů, můžeme obrátit princip odcizení člověka skrze práci a zbožní fetišismus a nahlédnout na konsumní jednání, jako na snahu „nalézt se“. (Fromm, 2004)

Marxovo pojetí odcizení rozvíjí Walker a Wood (2011), kteří používají pojem odcizený investor (alienated shareholder). Poukazují na fakt, že na počátku devatenáctého století, byli investoři nedílnou součástí rozhodování o budoucnosti, agendě a odpovědnosti korporace. Změna v rozhodování investorů, která dala větší práva investorům s větším podílem. Došlo sice k navýšení počtu investorů, ale rozhodovacích práv se zmocnila úzká skupina elit. Výsledkem je směřování na zisk a chybějící kontrola korporace a jejich působení.

### **1.6.2 Falešná přátelskost**

Falešná přátelskost, by se dala popsat sloganem Burger King: „*Smile at all times.*“ Pro zvýšení zisků skrze opakované návštěvy zákazníku, je třeba, aby

byl každý zákazník obsloužen uctivě a s úsměvem. Toto je asi nejlepší příklad odlidštění a iracionální racionality. Za předpokladu, že neexistuje dokonalý zaměstnanec- člověk, který by se dokázal usmívat celou pracovní dobu, celou svou zaměstnaneckou kariéru. Na jedné straně, zde máme požadavek na zaměstnance, kterých bylo v roce 2016- 3 729 653 v USA (Statistica) a na straně druhé výzkumy (**Graf. č. 2**), které právě na takovéto jednání poukazují, jako na základ oddanosti a pozitivní zkušenosti nakupujícího, vůči značce/řetězci. Výzkum emocí, spojený s oddaností značce v USA ukazuje, že nejdůležitějším faktorem je spokojenost. Můžeme předpokládat, že právě falešná přátelskost, je jedním z více faktorů podmiňujících spokojenost zákazníka. Tento faktor můžeme propojit s uvolněností a zábavností a vidíme, jak důležitou roli tato odlidštěná až mechanická přátelskost hraje. Paradoxem však zůstává, že ačkoli většina lidí na západě pracuje ve službách, tedy v místech, kde je vyžadován tento přístup k zákazníkovi, ti samí lidé, kteří se v práci musí usmívat to samé očekávají od ostatních, pokud se jejich role obrátí. Bylo by tedy zajímavé zjistit, zda je tato falešná přátelskost opravdu vnímána, jako falešná (ať již zaměstnanci, nebo zákazníci) a tedy toto jednání nese pouze symbolický význam, nebo není. Další možností by bylo, že i když je vnímána, jako falešná, při nakupování na tento fakt zapomeneme. Tedy upadneme do nákupního transu v chrámech konsumu.



(Graf. č.2. Emoce spojené s pozitivním zážitkem z nákupu a věrnost znače, Zdroj: Marketing Charts, 2017)

### 1.6.3 Odkouzlení světa

Dalším důsledkem racionalizace a McDonaldizace, je podle Ritzera odkouzlení světa. V tomto závěru navazuje na Webera, když tvrdí, že jakékoli fantaskní a snové představy, jsou ze své podstaty nekontrolovatelné a nepředvídatelné a tudíž nemají místo v racionálně vedené společnosti. Za předpokladu, že tyto vlastnosti jsou od přirozenosti dány člověku, jsou tyto tendence dalším důkazem odlidštění.

Kapitalistická spotřeba, je především podmíněna kvantitou. Kouzlo (enchantment) je naopak kvalitativní rozměr, který zabraňuje zvyšování kvantity požitků/produktů jednotlivce.

Odkouzlení a izolace jsou součástí odcizení (alienation). Odcizení v sociologickém smyslu, znamená ztrátu důvěry a oslabení pouta s centrálními institucemi společnosti. (Weakliem & Casey Borch, 2006)

Tento proces může vést k proměně politické angažovanosti ve společnosti a vyměnit konvenční (volby), za nekonvenční nástroje typu stávek, demonstrací a může dát vzniknout populistickým uskupením, jež budou



„chránit běžné občany“ proti zkorumpované moci. (Weakliem & Casey Borch, 2006)

#### **1.6.4 Hazard s životním prostředím a zdravím**

McDonald a další řetězce fast-foodových restaurantů, jsou jedním z hlavních zdrojů nárůstu srdečních onemocnění a obesity. Podle WHO (2011) se počet obézních jedinců mezi roky 1980 až 2014 zdvojnásobil a počet dospělých jedinců, trpících nadváhou, byl v roce 2014 odhadován na 1,9 miliardy (z toho 600 miliónů obézních). WHO uvádí jako hlavní příčiny tohoto stavu, zvýšení příjmu potravy obsahující vysoký obsah tuku a snížením energetických výdajů spojených se sedavou prací, změnou dopravní infrastruktury a urbanizací. Všechny tyto sféry, jak je popisuje WHO, jsou podle Ritzera zasáhnuty procesem McDonaldizace a podle Ritzera zde existuje přímá spojitost, nejen se společností McDonalds samotnou.

Životní prostředí je také zasaženo. Maso do hamburgerů a vůbec zvýšená produkce masa, má za následek degradaci půdy, změnu klimatu, znečištění vody a ovzduší, nedostatek vody a úbytek biodiverzity. Podle World Watch institutu (WHO, 2016), se produkce masa za posledních 40 let ztrojnásobila a v posledních deseti letech narostla o 20%. Co se týče rozložení spotřeby masa ve světě, můžeme vidět, že západní společnosti, nejvíce zasažené McDonaldizací, spotřebovávají více masa, než lidé v rozvojových zemích. Průměrný člověk v industriální společnosti, spotřebuje 80 kilogramů masa za rok, oproti 32 kilogramům u lidí, žijících v rozvojovém světě. Co se týče úbytku pitné vody a znečišťování životního prostředí, World Watch odhaduje, že produkce masa spotřebovává 23% veškeré vody v zemědělství a tímto připadá 1,15 litru pitné vody na člověka za jeden den. Dále 75% antibiotik, používaných v zemědělství zvířata nepojmou a jsou skrze exkrementy propouštěny do prostředí, kde mohou způsobit rizika nejen pro zdraví lidí, ale také pro životní prostředí samotné.

Na příkladu Salmonelózy, Ritzer ukazuje, jak je tato nemoc přímým produktem racionalizace skrze McDonaldizaci. Urychlování růstu kuřat a vajec, v důsledku zvýšené poptávky, má za následek šíření této nemoci. Produkce masa, je jednou z nejvíce zasažených oblastí. V důsledku zvyšování efektivity v produkci masa a s tím spojené užívání látek na podporu růstu zvířat, se z této produkce stala spíše továrna, než farma.

### **1.6.5 Homogenizace**

Poptávka po uniformitě a předvídatelnosti má za následek, že stejný McDonald se stejnou nabídkou, naleznete jak v USA, tak ve Francii, či Německu. Avšak tato uniformita, ve smyslu rozšiřování korporací do celého světa, není jediným příkladem tohoto jevu.

Rozšiřování franchisingu, se již netýká jen hamburgerů, ale také regionálních specialit, a tak je možné nalézt franchisové croissanty a další, předtím uniformitou nezasažené oblasti produkce. Toto má za následek snižování diversity zážitků a omezování lidské touhy poznávat nové věci.

Homogenizace, ve smyslu univerzálních hodnot a kapitalistické morálky, se ukazuje jako další problém. Milton (1995) se ve svém výzkumu *Yearning for balance: views of Americans on consumption, materialism and the environment*, zabývá hodnotami Americké společnosti. Překvapivě, 82% Američanů uvedlo, že spotřebováváme více, než musíme, dále 91% uvedlo, že způsob jejich života produkuje příliš mnoho odpadu, více než 66% by rádo trávilo více času s rodinou a rozvíjela komunitní činnost. Nespokojenost se stávajícím stavem společnosti, je důsledek přílišné individualizace. Obraz, který si vytváříme o společnosti jako celku, je produktem televize a další prostředků masové komunikace. Tímto dochází k takto paradoxním

výsledkům, kdy je většina lidí nespokojena, ale zároveň jsou přesvědčeni, že jejich postoj je ojedinělý a společnost jako celek je hnána touhou po zisku.

## **1.7 Budoucnost McDonaldizace**

Ritzer uvádí dvě možné varianty budoucího vývoje McDonaldizace a případné deMcDonaldizace. Starbucks, jakožto hlavní soupeř McDonaldu, představuje také odlišný druh procesů. Jestliže prioritou u fastfoodového gigantu byla kvantita, Starbucks se zaměřuje na vysoce kvalitní produkty. Takzvaný „třetí prostor“, který je na pomezí domova a práce, je hlavní charakteristikou Starbucks. Pohodlná křesla a sedačky, nahradily nevzhledné a nepohodlné lavice McDonaldu. Snaží se o propojování lidí a vytváření komunit. Zákazníci zde již nejdou jen za cílem konzumace, ale knihy, noviny a CD vyvolávají pocit příjemného, ležerního prostředí, kde rádi strávíte více času. Realita je však odlišná. Až 80% zákazníků Starbucks si pouze vyzvedne svou kávu a okamžitě odcházejí. Většina také nenaváže jakýkoli rozhovor, nebo sociální interakci. Jedná se tedy spíše o marketingový obraz, který však není a snad ani nemůže být realitou, jelikož omezený prostor neumožňuje všem zákazníkům sedět zde dlouhé hodiny.

Podle Ritzera slouží zákazníci Starbucks, kteří zde přicházejí na schůzky, pro wi-fi připojení, jako neplacení pracovníci-herci. Divadlo, které předvádějí, má za cíl právě vytváření onoho obrazu přívětivého prostředí. Obraz odpovědné korporace, je dále vytvářen benefity pro zaměstnance. Zaměstnanecké benefity, zdravotní péče a další výhody jsou přesným opakem McDonaldu, který je často kritizován za špatné zacházení se svými zaměstnanci a dodavateli.

<sup>6</sup> „According to one source, less than 4% of Starbucks' coffee is fair-trade coffee, it rarely offers fair-trade varieties as its coffee of the day, and it has not followed through on, or publicized widely, its promise to brew such coffee on demand for customers who request it. Starbucks' commitment to the small coffee farmer is much more myth than reality.“ (Ritzer, 2013, s. 174)

Ritzer si nemyslí, že „Starbucksizace“ (Starbucksization) nahradí McDonaldizaci, nebo že předznamenává deMcDonaldizaci. Starbucks' splňuje všechny jeho principy a dokonce přidává navíc vysokou cenu. Vystává nová forma vykořisťování- vykořisťování zákazníků skrze neplacenou práci, mimořádné přírůžky a inflaci cen.

### 1.7.1 eBayizace

Kritici McDonaldizace tvrdí, že tento proces popisuje fordistický svět konzumace, který existoval před čtvrtstoletím, ale nedokáže vystihnout současnou realitu. eBayizace se liší v třech základních dimensích od McDonaldizace: 1. **Různorodost** (oproti omezené nabídce McDonaldu), 2. **Nepředvídatelnost** a 3. **Tržní kontrola** (místo centralizované kontroly McDonaldu).

Na otázku, zda by eBayizace měla nahradit McDonaldizaci kvůli internetové budoucnosti konzumace, Ritzer odpovídá: <sup>7</sup> „... it is the McDonaldization of the

---

<sup>6</sup> Podle jednoho zdroje, méně než 4% kávy ve Starbucks, je fair-trade. Jen výjimečně nabízejí fair-trade varianty kávy dne a zatím nedodržují svůj příslib, že uvaří tuto kávu všem zákazníkům, kteří si o ni zažádají. Závazek Starbucks vůči malým producentům kávy je tedy spíše mýtus než realita.

<sup>7</sup> Je to základní struktura McDonaldizace, která umožňuje eBaii různorodost, (zdánlivou) nepředvídatelnost, a (očividnou) tržně zprostředkovanou kontrolu.

*basic structure of eBay that makes variety, (seeming) unpredictability, and (apparent) market-mediated control possible.” (Ritzer, 2013, s. 178)*

Nepředvídatelnost eBaye, byla možná dosáhnout pouze skrze vysoce McDonaldizované struktury a její elementy, jsou tolerovány přes strukturu a rám předvídatelnosti, který ji obklopuje. Vyhledávání klíčových slov je limitované a neměnné.

Zdánlivá nepředvídatelnost na eBayi, by mohla být považována za „enchanted“ (okouzlující) prvek, v jinak vysoce odkouzleném systému, ale jak uvádí Ritzer, právě odkouzlené a racionální jádro, obklopené kouzelnými prvky, utváří McDonaldizaci jako přijatelnější pro spotřebitele<sup>8</sup> *„Consumers are drawn to both its unpredictable offerings and the unpredictability of obtaining things at bargain prices. This seeming magic serves to obscure the McDonaldization at the heart of eBay as well as to make it more tolerable.” (Ritzer, 2013, s. 179)*

Prvky centralizace a kontroly eBaye, můžeme nalézt v systému hodnocení, které omezují riziko nákupu a dává možnost předpovídat spolehlivost prodejce. Zdánlivě svobodný tržní systém je tedy do značné míry předvídatelný.

### **1.7.2 Web 1.0 a 2.0**

Web 1.0 je popisován, jako internet v době svého vzniku, tedy 90. Léta 20. Století. Ačkoli existuje na stále stejné bázi, web 2.0 se liší od svého předchůdce uživateli vytvářeným obsahem (user-generated content), který nahradil provozovatelem vytvářený (provider-generated).

---

<sup>8</sup> *Konzumenti jsou přitahováni jak nepředvídatelností nabídek samotných, tak nepředvídatelností koupě za nízkou cenu. Tato zdánlivá magie slouží zakrytí McDonaldizace v samém srdci eBaye a dělá jej přijatelnějším.*

Web 2.0 můžeme také charakterizovat skrze koncept prosumenta. Například sociální sítě jako Facebook, jsou z větší části generované svými uživateli a zároveň jsou jimi konzumovány. Liší se v tomto bodě od předešlých internetových stránek, kterých obsah byl pod plnou kontrolou vydavatele a uživatel neměl možnost jej ovlivnit.

Do této kategorie můžeme zařadit celou škálu webových stránek, od Wikipedie přes Youtube, až po Mozilla Firefox- open-source software, které jsou udžovány svými uživateli. Tyto nové tendence dramaticky změnilu podobu internetu.

Sám Ritzer uznává, že web 2.0 nenaplnil předpoklad stále rostoucí a totalizující McDonaldizace. Při používání webu 1.0, jsme zbaveni jakékoli kreativní funkce, a naše možnosti jsou omezeny rámcem, který nám určil provozovatel. Vysoká úroveň McDonaldizace obsažená ve webu 1.0- předvídatelnost, dehumanizace a vypočitatelnost, se vytrácí ve webu 2.0.

*9 „In one sense, Web 2.0 has reduced or eliminated the irrationalities of rationality associated with web 1.0. In another sense, it could be argued that it has greatly heightened the rationality of these systems, by figuring out how to get the most out of the people who use the sites without allowing them to compromise the basic functioning of the system.“ (Ritzer, 2013, s. 183)*

Web 2.0 může být vnímán jako další krok v racionalizaci, ale jelikož částečně existuje mimo principy vymezené McDonaldizací, můžeme jej vidět jako posun k deMcDonaldizaci.

---

*9 Z jednoho úhlu pohledu, Web 2.0 snížil, nebo vymýtil iracionality produkované racionalitou, spojené s webem 1.0. Z druhého úhlu pohledu může být namítnuto, že vysoce navýšil racionalitu těchto systémů tím, že dokáže získat více od uživatelů stránek, bez toho, aniž by jim dovolil znehodnotit základní funkce systému.*

Obsah vytvářený uživateli, je zárukou odbourání iracionálních projevů. Kreativita a zručnost uživatelů odstraňují dehumanizaci. Dnes vedle sebe existují jak web 1.0, tak web 2.0. Paradoxně můžeme říci, že plně McDonaldizovaný web 1.0 dal vzniknout novým, deMcDonaldizovaným formám, které byly skryty.

Význam sociálních sítí a celkové zaměření na uživatelsky vytvářený obsah, který se začíná přesouvat například i do televizí (zprávy vytvářené diváky), počítačových her a marketingových strategií můžeme vidět, jako příznak slábnoucí McDonaldizace, ale nesmíme opomíjet stále převládající vliv racionality, efektivnosti a vypočitatelnosti, nedílné součásti současného kapitalismu.

## **1.8 Naomi Klein**

Ve svém popisu normativní kritiky budu pokračovat rozbořem knihy No Logo (2005) autorky Naomi Klein. Klein se v této knize zaměřuje na velké nadnárodní společnosti a jejich působení ve světě, jak ovlivňují veřejný prostor a stojí za mnohými problémy ve světě.

V této knize nalezneme prvky obou způsobů normativní kritiky. V rámci ideologické spotřeby poukazuje Klein na okupaci veřejného prostoru korporátními logy a mizení čistě veřejné sféry, oproštěné od ideologie konsumu. Ubývání kulturních center, které mizí pod tlakem korporátních peněz, zapojování marketingových strategií do sportovních a dobročinných akcí.

Perfekcionistická kritika Kleinové se zaměřuje na branding, tedy vytváření legendy o produktu a používání marketingových strategií. Podle ANA (Association of National Advertisers) tvořily výdaje na branding v roce 2015, 560 miliard dolarů, což tvoří 5,5 procentní nárůst, oproti roku 2014.

V definice brandingu ANA: <sup>10</sup>*The study defines “brand activation marketing” as “the convergence of media platforms and channels to shape the way consumers experience brands by employing actionable marketer insights and strategies to bring a brand to life. What defines strong brand activation is the way they are used together, and with traditional media, to drive results through consumer behaviors and/or actions.”* (ANA, 2016), můžeme vidět to, co kritizuje perfekcionistická kritika. „Shape the way consumers...” –je zde patrná snaha utvářet, nebo měnit pohled konsumenta. V tomto bodě sami marketéři napomáhjí perfekcionistické kritice přiznáním přetváření skutečnosti.

### 1.8.1 Bez možnosti výběru

V předmluvě knihy *The hidden persuaders* Vance Packarda se píše: <sup>11</sup>*„The history of America since the Civil War is, in large part, a history of conquest by commercial advertising. The decades have seen more and more of it, appearing in more places than it ever was before, with more and more of it more brilliantly designed, and more efficiently compressed, and more ingeniously disguised as*

---

<sup>10</sup> Studie definuje marketing, zaměřený na aktivaci značky, jako na proces přeměny mediálních platform a kanálů k utváření pohledu konzumentů na značku a způsob, jakým značku prožívají, skrze začleňování aktivačních marketingových strategií, které dávají značce život. Co definuje silnou aktivaci značky, je jakým způsobem jsou tyto nástroje použity v souladu s tradičními médii tak, aby přispěly k žádanému konzumnímu jednání.

<sup>11</sup> Historie Ameriky od občanské války, je z větší části historií dobývání, srze komerční reklamu. V průběhu desetiletí, jsme viděli více a více reklamy na více místech než kdy dříve, které byly stále lépe vytvářeny, lépe ukryty, nebo převlečeny za něco jiného. Takto se dostala do našich srdcí a myslí bez našeho povšimnutí (důsledek nejdokonalejší propagandy) a jeho apely a sliby, byly stále sofistikovaněji hlouběji do našich hlav.



*something else. Thus more and more of it has passed into our hearts and minds without our seeing it or knowing it (a feature of the most effective propaganda); and its appeals and promises have been devised with ever more sophistication, and with ever greater subtlety implanted deep inside our heads.*" (Packard, 1965)

Ve své podstatě se jedná o shrnutí perfekcionistařké kritiky a její aplikace. Reklama a marketing, jsou zde popisovány, jako nástroje ovládnutí lidské mysli a její naprogramování na kupování určitého produktu/značky. Bez ohledu na postoj, vůči svobodě lidského myšlení, je nepochybné, že marketing hraje důležitou, snad nejdůležitější roli pro úspěch na trhu. Dokazují to výdaje největších světových korporací, které jsou většinou také největšími výdejci na reklamu a marketing.

Kleinová (2005) se vymezuje proti Packardovi, protože dle ní, je tento způsob kritiky zaměřen pouze na onen fakt skrytých, manipulativních sdělení a jejich odhalování a vůbec se nezamýšlí nad důsledky. Dokonce veřejné debaty způsobené odhalením těchto praktik, měly za následek série reklamních sdělení, úmyslně poukazujících na onen „utajený manipulativní odkaz.“ Poslední skutečný odboj, proti reklamám, byl dle Kleinové během finanční krize třicátých let v USA, kdy pracující, znechucení vědomím, že sen o prosperitě pro všechny je falešný a šťastné rodiny shlížející z plakátů jsou nedosažitelným cílem.

Packard vysvětlil komplexní řetězec, který zahrnuje všechny články od konsumenta, přes korporace, po stát, na jehož vrcholu stojí ekonomika. Packard, píšící v 50. letech 20. století, tedy v plně rozvinuté fordistické produkci, poukazuje na až chorobnou paniku vůči umírněné spotřebě. Američané v té době již měli moderní auta, ledničky a další výbavu, která odpovídala úrovni obyvatel světové velmoci. Avšak ekonomický růst a produkce nemohly čekat na obvyklé zastarávání, ztrátu funkčnosti produktu. Ekonomický růst dal tedy vzniknout „psychologickému

opotřebení“. Produkt sám o sobě neztrácí žádnou kvalitativní formu. Psychologické opotřebení je naopak namířeno proti vlastníku tohoto produktu, který v mysli konsumenta ztrácí funkčnost.

Můžeme si zde nyní položit otázku, týkající se soutěživé spotřeby. Spotřeba byla již dlouho před napsáním knihy *The hidden persuaders* spojena se společenským statutem, což můžeme například vidět v knize *The Theory of Leisure Class* Thorsteina Veblena a jeho konceptu okázalé spotřeby. Okázalá spotřeba se však týkala pouze vrchních vrstev společnosti a většina populace se do ní nezapojovala. Je tedy otázka, zda soutěživá spotřeba má příčinu v kolektivní, ať již vědomé, nebo nevědomé touze lidí soutěžit o statut skrze spotřebu, nebo na ně byla tato touha přenesena marketingovou kampaní korporací hledajících odbytíště pro své produkty.

Z knihy Packarda se zdá, že střední vrstvy té doby v USA byly spokojeny se svou životní úrovní a po zakoupení všech náležitostí (produktů) byli sto, vzdát se další spotřeby. Toto tvrzení také podporuje neustálé navyšování marketingových výdajů. Na druhou stranu však můžeme poukázat, na touhu odlišit se, která může být dalším motivem soutěživé spotřeby. Ritzer sice poukazuje na uniformitu a předvídatelnost, výzkumy ukazují (**Graf. č.3**), že pro nejmladší generace je důležitá personalizace (tedy touha přizpůsobit finální produkt své osobnosti) pro nakupování a loajalitu vůči značce.



(Graf. č. 3. Vlivy na oddanost značce u mileniálů, zdroj: Marketing Charts, 2017)

<sup>12</sup> „In some instances, the assault on choice has moved beyond predatory retail and monopolistic synergy schemes and become what can only be described as straightforward censorship: the active elimination and suppression of material.“ (Klein, 2005, s.165)

Zde narážíme na problém „monopolistické synergie“. Tuto strategii můžeme vidět na příkladu Wal-martu. Tento největší řetězec v USA zabraňuje některým produktům prodej ve svých supermarketech. Jak poukazuje Klein, za rétorikou ochrany rodiných tradic se skrývají také další věci. Například propojení některých korporací. Nejedná se tedy pouze o omezení vlivu produktů, neprodávaných ve Wal-martu, ale napomáhání spřáteleným korporacím v boji proti konkurenci.

Omezení rozmanitosti kulturního obsahu, je důsledek korporátní marketingové strategie a rozšiřování jednotlivých obchodů řetězce. V roce

<sup>12</sup> V některých případech, je útok na možnost výběru přesunul za hranici predátorského šíření a monopolistické synergie a staly se něčím, co se dá popsat pouze jako cenzura: aktivní eliminace a potlačení materiálu.

2010 bylo po celém světě 32 737 restaurací McDonald. Franchising však není pouze záležitostí stravování. Přes oblečení, filmy a hudební produkci a knihy se počet nezávislých obchodů, nepatřících pod žádnou korporaci neustále snižuje. Malé obchody nejsou schopny konkurovat korporacím v celé řadě faktorů, od ceny produktů po výdaje na marketing. Tam, kde můžeme vidět důsledek soupeření v rámci volného trhu, můžeme také dohlédnout možnému omezení nezávislé produkce, která odporuje korporátní ideologii. Pokud největší obchodníci neumožní prodej určitého produktu, jeho dosah bude do značné míry omezen. Další možné riziko, je přizpůsobování obsahu produktu poptávce korporací. Nejedná se tedy pouze o omezení alternativní produkce, ale pobídku pro konformní, na zisk zaměřený produkt.

Nástup globálních franchiseových gigantů započal v osmdesátých letech dvacátého století díky proměnám ekonomiky, vyžadujících snižování nákladů, které nebylo možné splnit, kvůli zvyšování práv zaměstnanců a celkovému nárůstu platů. Tímto započal přesun výroby do zemí, ve kterých díky nízké, nebo chybějící ochraně podmínek zaměstnanců, mohly být dosaženy ekonomické výsledky. Zároveň se prohloubila mezera, mezi ekonomickými giganty, pro které byl přesun výroby možný, a malými producenty, kteří produkovali v malém měřítku. Ohrožena byla nejen konkurenceschopnost na západních trzích, ale také narostla propast, mezi vyspělým západem a vývojovými zeměmi, a to jak na ekonomické, tak sociální bázi.

### **1.8.2 Bez práce**

Proces přesunu výroby do zemí, které umožňují snížení nákladů na výrobu a přeměny podoby práce v rozvinutých zemích, kde většina pracovních míst

tvorí služby, umožnil další prohlubování nerovností, mezi zeměmi rozvojovými a rovinutými.

<sup>13</sup>„Nike, which began as an import/export scheme of made-in-Japan running shoes and does not own any of its factories, has become a prototype for the product-free brand.“ (Klein, 2005, s. 198)

Kleinová zde pouze nekritizuje přesun továren do Asie a produkci přes kontraktory, ale také model, kdy přestává platit, že značka je zodpovědná za své produkty.

<sup>14</sup>„If Nike Town and the other superstores are the glittering new gateways to the branded dreamworlds, then the Cavite Export Processing Zone, located ninety miles south of Manila in the town of Rosario, is the branding broom closet.“ (Klein, 2005, s. 202)

Jedním z důvodů nízkých nákladů na výrobu v rozvojových zemích, je dětská práce a vykořisťování vůbec. Podle ILO (DIALLO, ALEX ETIENNE; MEHRAN, 2013) (international labor organization) pracovalo po celém světě více než 140 miliónů dětí, z toho 37 miliónů mělo nebezpečnou práci. Nebezpečná práce je definována jako: <sup>15</sup>*Hazardous work by children is defined as*

---

<sup>13</sup> Nike, který začal s import/exportním schématem běžeckých bot vyrobených v Japonsku, a který nevládní žádnou továrnu na jejich výrobu, se stal prototypem značky bez produktu.

<sup>14</sup> Pokud je Nike Town a další superprodejny branou do zářivého značkového světa, potom zóna Cavite Export Processin, umístěná devadesát mil jižně od Manily ve městě Rosario, je šatna na košťata značek.

<sup>15</sup> Nebezpečná práce dětí, je definována jako jakákoli aktivita, nebo zaměstnání, které ze své povahy vede k nepříznivým dopadům na dětské bezpečí, zdraví, nebo morální vývoj. Jedná se o subkategorii dětské práce.

*any activity or occupation that, by its nature or type, has or leads to adverse effects on the child's safety, health and moral development. It is a subcategory of child labour.* (DIALLO, ALEX ETIENNE; MEHRAN, 2013)

Největší počty pracujících dětí jsou v Asii a Pacifiku a Subsaharské Africe. Právě Asie je největším výrobcem pro západní značky a trh. Subsaharská Afrika se však na řetězci pro západní trhy podílí také, převážně díky těžbě nerostného bohatství. Subsaharská Afrika tvoří další morální dilema pro tento řetězec. Podle zprávy Amnesty international (2016) je Demokratická republika Kongo, největším producentem kobaltu, kovu, který se používá v bateriích, mobilech, laptotech a dalších elektrických zařízeních. Demokratická republika Kongo, produkuje až 50% tohoto kovu.

*„Děťští horníci Amnesty prozradili, že pracují v dolech 12 hodin denně. Nosí těžká břemena a vydělají za den jeden až dva dolary. Podle UNICEFu v roce 2014 pracovalo v dolech v jižní části Demokratické republiky Kongo přibližně 40 000 dětí.“* (AI, 2016)

Na zprávu AI reagovala společnost Apple vyjádřením: <sup>16</sup> *„Apple's mission is to leave the world better than we found it — through our products and our actions. In some cases that means making the difficult choice to stay and work in regions facing some of the most challenging political, economic, and environmental problems in the world so that we can make a difference. That's the reason we're focused on leading*

---

<sup>16</sup> *Posláním Applu je zanechat svět lepším místem, než před našim příchodem- skrze naše produkty a činy. V některých případech to znamená těžké rozhodování o produkci v regionu, čelící některým politickým, ekonomickým, a environmentálním výzvám, abychom pomohli ke změně. To je důvod, proč jsme vůdci změny v našem průmyslu a spolupracujeme se skupinami na místě, ke zlepšení podmínek v zemích jako Indonésie a Demokratická republika Kongo.*

*change in our industry and partnering closely with groups on the ground to improve conditions in countries like Indonesia and the Democratic Republic of Congo (DRC).“ (Apple, 2016)*

Odpovědná korporace se stala novou marketingovou strategií, jinak není možné vysvětlit opožděná reakce této a dalších společností, vyvolaných až iniciativou neziskových organizací a aktivistů.

## **2. Liberální kritika konzumerismu**

Liberální kritika se liší od normativní v přístupu ke konsumentovi a v předpokladech k řešení tohoto jednání. Konsument je zde chápán jako člověk, který se sice podílí na spotřebě, ale jeho jednání není dáno vštěpováním umělých hodnot korporacemi, nebo bezhlavým hédonismem. Problém, tak jak jej popsala Juliet Schorová (2008) spočívá v kolektivním jednání aktérů.

Z jejího výzkumu vyplývá, že Američané, ačkoli jsou bohatší, než kdy dříve, tráví stále více času v práci. Na tom by nebylo nic zvláštního, kdyby si stále více Američanů nestěžovalo na přepracování. Nastává, zde tedy paradoxní situace, kdy pracujeme více, aniž bychom chtěli a utrácíme více, než chceme. Dostáváme se tak do začarovaného kruhu, kdy sice nikdo nechce utrácet více a pracovat více, ale jsme k tomu hnáni symbolickou povahou pozičních statků (vězňovo dilema).

Posiční statky jsou nástrojem hodnocení. Umožňují nám oddělit se od zbytku skupiny na symbolické rovině. Podle liberálních kritiků, je srovnávací hodnota pozičních statků zárodek konsumního jednání.

*„Zásadní výhoda liberální kritiky spočívá v tom, že není paternalistická, nesnaží se lidem říkat, co mají a nemají považovat za hodnotné. Proto také na rozdíl od kontroverzních pojetí dobra zůstává nestranná, a může tedy posloužit jako vhodný podklad pro zavedení politického opatření.“ (Zahrádka, 2014, s. 329)*

Hlavním cílem liberální kritiky, není konec kapitalismu. Snaží se navrhnout řešení, která by zamezila vězňovu dilematu a lidem, kteří se rozhodnou pro nekooperativní jednání ztížit podmínky. Příkladem takového opatření může být progresivní zdanění příjmu, nebo omezení reklamy. Hlavní roli zde pak hraje stát, který reguluje soutěživou povahu spotřeby.

## **2.1 Hip konzumerismus**

Revolta proti konsumnímu způsobu života v 50. A 60. letech v USA dala vzniknout mnoha subkulturám, hlásícím se k alternativnímu způsobu života. Thomas Frank se zaměřil na procesy začleňující tyto alternativy do tržních procesů a upozornil na paradoxní situaci, kdy se stávají součástí popkultury. Na něco podobného upozorňuje také Klein, která si všímá takzvaných Coolhunters, tedy lovců nové módy. Coolhunters navštěvují chudinské čtvrti a hledají nové způsoby oblékání, které poté začlení do svých produktů společnosti jako Nike.

Rozdíl mezi situací v 50. letech a dnes je v tom, že právě tehdejší revolta byla úspěšná v zobrazení společnosti jako konformní. Dnes již nejde o spotřebu pozičních statků, jejichž statut by odkazoval k vyšším vrstvám. Konsumace luxusního zboží je dnes viděna jako amorální a zbytečná.



Dnešní podoba pozičních statků odkazuje na odpor vůči konformitě. Konformitu nahradila individualita, rebelie a tzv. counterculture. Problém tohoto druhu rebelie spočívá, že jeho účinky jsou naprosto opačné.

*<sup>17</sup>„Thus striving to be a rebel, or a non-conformist, now plays the same role in sustaining consumerist behavior patterns that ‘keeping up with the Joneses’ played in the 1950s. In both cases, agents are attempting to achieve positional goods through consumption. In both cases, this behavior is collectively self-defeating, but generates a cycle of competitive consumption that is quite beneficial for those supplying the relevant consumer goods.“ (Heath, 2001)*

Hip konsumerismus, se pak stává účinnější, než konformní spotřeba, jelikož mnohem rychleji roztáčí proces individualizace, a takto jsou konsumenti, ve snaze stále se odlišovat puzeni k častějšímu a rozmanitějšímu druhu spotřeby.

Nyní by se mohlo zdát, že se Ritzer ve svém pohledu na McDonaldizaci, usilující o uniformitu mýlil. Není však nakonec výsledek stejný? Uniformita a stejnorodost, nebo uniformita v rozmanitosti? Pokud je společný cíl konsumenta stále stejný, tedy poziční, symbolický význam spotřebovávaných produktů, je v podstatě nedůležité, jakými prostředky jsou k tomuto jednání dovedeni.

---

*<sup>17</sup> Touha po rebelství, nebo touha nebýt konformním, dnes hraje stejnou roli v udržování vzorců konzumního jednání, jako hrál „drž krok s Jonesovými“ v padesátých letech 20. Století. V obou případech se snaží agenti dosáhnout pozičních statků skrze konzumaci. V obou případech je toto jednání kolektivně sebedestruktivní, ale generuje cyklus soutěživé spotřeby, který je výhodný pro dodavatele konzumního zboží.*

<sup>18</sup> „We also need to stop trying to assign corporations all the blame for consumerism. Consumerism is, first and foremost, a product of consumer behavior. The idea that there is some kind of ‘them’, opposed to ‘us’, is a fiction, a part of the ‘countercultural idea’. This fiction has become so transparent in recent years it is hard to see how the pretence could become more absurd. Which is more ridiculous? Kurt Cobain on the cover of Rolling Stone, wearing a T-shirt that says ‘Corporate magazines still suck’, or Alexander McQueen, the ultimate sartorial ‘subversive’, becoming chief designer at the House of Givenchy? Is it possible to interpret these events as evidence that ‘the system’ is able to co-opt dissent? No. What it really shows is just that dissent is the system. Capitalism simply does not require hierarchy or cultural hegemony in order to function smoothly.“ (Heath, 2001)

Na tomto výseku z textu Heatha, chci ukázat polemiku, mezi normativní a liberální kritikou. Heath sice poukazuje na touhu odlišovat se, jakožto prvotní příčinu vzniku konzumního jednání a předává odpovědnost na spotřebitele, ale základna pro tato tvrzení dle mého názoru neodpovídají realitě, obzvláště tvrzení: dissent is the system. Heath se v podstatě staví do opačné role než normativní kritici a jeho liberální základ nabývá stejně radikální podoby jako těch, proti kterým se staví. Jak jsem již ukázal výše, nemůže být náhoda, že výdaje na reklamu a marketing se zvedají každý po sobě jdoucí rok a tyto částky tvoří zanedbatelnou část výdajů korporací.

---

<sup>18</sup> Musíme přestat vinit korporace za konzumerismus. Konzumerismus je v první řadě produkt konzumního jednání. Myšlenka, že existují nějakí „oni“, kteří stojí proti „nám“ je fikcí tak průhlednou, že již nemůže být tento předpoklad více absurdní. Co je více směšné? Kurt Cobain na obálce časopisu Rolling Stone, nošení trika, které hlásá „korporátní časopisy jsou stále na nic“, nebo Alexander McQueen jako nejvyšší „podvratný“ návrhář, který se stal šéf designérem House of Givenchy? Je možné tyto události interpretovat, jako důkaz, že systém je schopný si podmanit dissent? Ne. Co to doopravdy ukazuje je to, že dissent je systém.

Spíše naopak tvoří tyto výdaje většinu. Liberální kritika by dle mého názoru, měla spočívat ne v přenesení viny za současný stav na jednu, nebo druhou stranu, ale v přiznání, že „oni“ (korporace) potřebují stejně nás, jako my je.

Další kontroverzní tvrzení spočívá v představě, že dissent, o kterém hovoří, se skrývá pouze za nápisy na trikách a obálkách časopisů. Toto může být vyvráceno na příkladu knižního průmyslu. Knihy se postupně přesouvají z tištěných forem do elektronického úložišti čteček, typu kindl. Není důležité, zda za tímto posunem stojí korporace jako Amazon, nebo poptávka konsumentů, toto dilema není jednoznačné, ale důležitým faktorem je, že po přenesení do elektronické podoby, je mnohem snazší kontrolovat, popřípadě censurovat vydávané knihy a tedy potlačit onu „counterculture.“

Kapitalismus opravdu nepotřebuje hierarchii a kulturní hegemonii ve smyslu západní liberální demokracie na to, aby běžel bez chyby. Čína je příkladem, kdy takřka absolutní hierarchie a kulturní hegemonie, dávají mnohem lepší podmínky k hladkému běhu kapitalismu. Po zkušenostech z hospodářské krize, kdy viníci (korporace), byly zachráněny z peněz lidí a nikdo nenesl odpovědnost, nabývají „fikční oni“ ještě fiktivnější charakter, avšak s až velice „hmotnými“ reálnými důsledky.

Pokud být cool, nahradilo kvalitativní rozměr konformity a stal se hlavním měřítkem statutu, a tento statut byl tak prchavý, že jakmile se někdo stane cool, musí již hledat další způsoby jeho vyjádření, proč narůstá počet lidí věrných značce? Je to tím, že tyto značky vyvíjejí s dostatečnou rychlostí cool věci? A není pak zodpovědnost za tento kolotoč na korporacích? Pokud produkty ztrácí svůj půvab pro spotřebitele s množstvím spotřebitelů, oblíbenost kapely s počtem fanoušků, pak by nic jako mainstream nemohlo vzniknout. Je pravděpodobné, že být cool je důležitým hnacím motorem některých spotřebitelů, ale nemyslím, že plně odstranil konformitu, spíše doplnil stávající stav.

Přizpůsobení se korporací novým trendům, můžeme sledovat na marketingové kampani značky Tommy Hilfiger. Značka, původně zaměřená na „white, male republicans“ (bílé muže- republikány), se v devadesátých letech, po změně trendů, zaměřila na ghetta v USA. Coolhunters navštěvující tyto ghetta, zakládají svou činnost na hledání „cool,“ které později prezentují společností jako Tommy Hilfiger, které na jejich základě vytváří módní kolekce a zaměření marketingových strategií.

Můžeme tedy vidět, že Hip-consumerism se neobejde bez korporátního prostředníka. Alternativní kultury, vzniklé spíše na základě socioekonomických podmínek, jsou zneužity pro maximalizaci zisků, skrze začlenění této kultury do hlavního proudu. Bez dostatečné viditelnosti, by se alternativní kultura ghett a dalších kontrakultur nedostala ze svého místa vzniku.

## 2.2 Kritika konceptu McDonaldizace

Koncept Mcdonaldizace byl a je kritizován již od svého vydání. Ritzerovi je hlavně vyčítáno, že je tento koncept příliš pesimistický a nedává reálný základ k řešení problémů sním spojených.

Taylor s Lyonem (1995) přicházejí s kritikou, která se zakládá na změně paradigmatu masové produkce:<sup>19</sup> *„As with every other mass producer, the fast-food sector has reached the limits of the old paradigm. McDonald's, once the archetypical traditional and conservative company, saw that the old rules no longer worked.“* Změna, podle nich spočívá v tom, že jakmile se trh nasytí určitým

---

<sup>19</sup> *Jako s každým dalším masovým producentem, sektor fastfoodových restaurací dosáhnul limitu starého paradigmatu. McDonald, jednou archetypicky tradiční a konzervativní společnost zjistila, že staré pravidla již neplatí.*

produktem masové spotřeby, změní se poptávka a zvýší se zájem o individuální přizpůsobení (customization). Na tuto změnu musí reagovat produkce, jelikož v paradigmatu produkce, je výrobek první vyroben, a až poté je zaměřeno na procesy, které mají za účel udržení cyklu produkce. Naopak u masové kustomizace, jsou první vytvořeny procesy, které nejsou pevně spojeny s konkrétními produkty.

Tato kritika spočívá v pohledu na masovou produkci, bez které by k procesům McDonalizace nemohlo dojít. Nyní představím kritiku, která se zaměřuje na jednotlivé aspekty.

### 2.2.1 Kulturní elitismus

Jedna z výtek vůči práci Ritzera, spočívá v celkovém přístupu vůči „masám“, který je shodný jak na levém, tak pravém spektru politického smýšlení. Masy jsou zde pouze nástrojem manipulace sloužící systému. Odlišnosti v pravo-levém přístupu, jsou pak v daných příčinách a obětech této manipulace.<sup>20</sup> *„...the argument that connects most of Ritzer's examples is that „rational systems serve to deny human reason“. Yet it is not reason- the practice of rationality- that Ritzer is referring to here but rather a denial of humanity, the encouragement of practices of dehumanisation that produce anonymity in workers and consumers. Hence, he suggests, working like a robot is irrational and consuming Big Macs is irrational. This does not mean arational or antirational but instead irrationality*

---

<sup>20</sup> *Argument, který spojuje většinu Ritzerových příkladů je, že racionální systémy slouží k zamítnutí lidského myšlení. Ale ne na lidské myšlení- projev racionality, ale spíše na úpadek lidskosti zde Ritzer odkazuje. Podpora praktik dehumanizace, které produkují anonymitu v pracujících i konzumentech. Tvrdí, že pracovat jako robot a jíst Big Mac je iracionální. Toto neznamena nerozumové, nebo antirozumové, spíše se zdá, že iracionalita znamená „mysl otupující“ nebo důvěrnost narušující.*

*seems to mean „mind nimbin“ or corrupting of intimacy“ (ALFINO, S. CAPUTO a Robin. WYNYARD, 1998, s. 10)*

Přístup mas k produktům globalizace/McDonaldizace se v různých koutech světa liší. Fastfoodové jídlo je převážně pro chudé Američany, kteří si nemohou dovolit obědvat v restauracích, zatímco v Asii, nebo Rusku, je toto jídlo pro bohatší a také je vnímáno jako exotické. Ritzer opomíjí popis samotných aktérů a utváření kontextů, ve kterých jsou produkty globalizace utvářeny.

Náhledem postmoderní kritiky se dá Ritzerovi vytknout jeho universalismus. To, co se Ritzerovi zdá iracionální, se může jinému zdát racionální. Z tohoto normativního dualismu není dle Martina Parkra úniku (1998).

Snaha zbavit se ideologií a neschopnost určit „jedno dané,“ které snad ani neexistuje, by však neměla bránit k vytváření různých pozic a postojů, protože se pak neideologie stává sama nositelem ideologie.

### **2.2.2 McDonald jako jistota**

Beck a Giddens popsali, jak je dnešní společnost nestálá a nebezpečná, kde se vytratily téměř všechny jistoty. Schopnost předpovídat budoucí vývoj, z mnoha hledisek chybí.

Jak argumentuje Steven Miles (1998), možná je toto důvod, proč jíme v McDonaldu a nakupujeme ve známých prodejnách. Hledání jistoty a bezpečí v nejisté a nebezpečné atmosféře dnešní doby.

Miles provedl výzkum v jedné sportovní prodejně v severní Anglii. Snažil se popsat, jakým způsobem se podílí konzumní zboží na utváření identit mladých lidí a jaké osobní významy jim přiřkládají.

Ačkoli našel řadu věcí, odkazujících k procesu McDonaldizace, zaměřil se převážně na individuální jednání, které se skrývá pod strukturou McDonaldizace a které ji dotváří, nebo dávají jiný význam. Zaměstnanecký kodex sice přímo odkazuje na falešnou přátelskost a proces zásobování je unifikován tak, jak jej Rizter popsal, ale v mikrosystémech, které tvoří jednotlivé prodejny, nalézáme deviace od tohoto unifikovaného systému.

<sup>21</sup> „I would suggest, in fact, that young consumers are at least partially aware of the rationalized nature of the consuming experience and actually use that experience to their own personal and communal advantage. McDonaldized experience is negotiated in the sense that young people use the goods available on the marketplace (which, in turn, are often produced, at least partly, as a reaction to what is acceptable to consumers „on the street“) as a means of constructing their own sense of everyday stability.“ (ALFINO, S. CAPUTO a WYNYARD, 1998, s.58)

### 2.2.3 Ztráta diverzity

Unifikace je hlavní součástí procesu McDonaldizace. Mnohým odpůrcům tohoto konceptu, se zdá tvrzení o ztrátě možnosti výběru za neodpovídající realitě. Můžeme stále vidět tradiční kuchyně, barbeque v Americe, tradiční oblečení a malé podniky. Problém této kritiky, dle mého názoru spočívá v příkládání příliš velké míry vlivu, právě těmto vyjímкам. S odvoláním na Wallersteinovu analýzu světového systému, ve které popisuje fungování kvazi-monopolů: <sup>23</sup> „Quasi-monopolies are thus self-liquidating. But they last long

---

<sup>21</sup> Ve skutečnosti si myslím, že mladí konzumenti si jsou alespoň z části vědomi racionalizované povahy konzumního zážitku a vlastně používají tuto zkušenost pro své osobní a komunitní výhody. McDonaldizovaný zážitek je vyjednáván ve smyslu, že mladí lidé používají zboží dostupné na trhu (které jsou obvykle, alespoň z části, reakcí na to, co „konzument z ulice“ považuje za přijatelné) jako prostředek k vytváření vlastní každodenní stability.

*enough (say thirty years) to ensure considerable accumulation of capital by those who control the quasi-monopolies. When a quasi-monopoly does cease to exist, the large accumulation of capital simply move their capital to new leading products or whole new leading industries.” (Wallerstein, 2004, s.27)* –můžeme vidět o jak velkou část „diverzity“ se jedná. Nemůžeme předpokládat, že v dohledné době zanikne jakákoli tradiční, prostorově omezená různorodost, ale musíme přiznat, jak malou roli hrají v celosvětovém měřítku. Pro masové konsumní jednání, nejsou zapotřebí kvazi-monopoly, které omezují diversitu produktů, ale v rámci globalizovaného světa musíme zvažovat reálné důsledky akumulace kapitálu a jeho odraz v rozmanitosti.

### **2.3 Poziční statky**

Poziční statky a s ním spojený boj o ně, o významy těchto statků a jejich symbolická rovina hrají primární roli v pojetí liberální kritiky. Na tyto statky musíme nahlížet skrze optiku středních vrstev, protože právě zde se odehrává největší bitva. Střední třídy mají dostatečné možnosti na vydělání dostatečného množství peněz a dostatek příležitostí. Elity, které buďto nemusí pracovat vůbec, nebo je jejich práce oceňována v měřítku, na které nedosáhne 99% populace, si sice mohou zvolit dráhu plného pracovního vytížení, ale nebude se již jednat o motivaci vězňova dilemata.

Naopak nejnižší vrstvy společnosti nemají dostatek příležitostí a i kdyby pracovali veškeré přesčasů, nepostačí jim to k udržení tempa se střední třídou.

Hlavní problém tedy spočívá ve volbě, mezi volným časem a menším množstvím peněz, nebo více přesčasů a více peněz. Zde přicházejí do popředí poziční statky. Pokud si zvolím více volného času, nemohu se účastnit soupeření o poziční statky a budu vyčleněn ze společnosti. Častěji



však nastane druhá varianta, na které stojí poziční statky, že si všichni volíme více práce a účast ve vězňovu dilematu. Jde o neustálý a destruktivní koloběh. Výsledkem není konečné vítězství, jen dočasné, protože ostatní účastníci se postupně dotahují a posouvají souboj o poziční statky do dalšího kola. Nedostatek volného času nám pak ani neumožňuje tyto statky konsumovat. Výsledek je sice nespokojenost, ale je to menší prohra, než ztráta sociálního statutu. (Schéma č. 2.)

		Player 2	
		Maintain status quo	Work harder, buy nicer car
Player 1	Maintain status quo	(very happy, very happy)	(humiliated, extremely happy)
	Work harder, buy nicer car	(extremely happy, humiliated)	(happy, happy)

**Figure 1** Overwork as prisoner's dilemma

(Schéma č. 2. Schéma vězňova dilematu, zdroj: Structure of Hip-consumerism, Heath (2001))

### 2.3.1 Kooperace vs. Soutěživost

V knize Petera Singera- Darwinovská levice (2016), přichází autor s novým náhledem na evoluční teorii a na pojetí sociálního darwinismu. Stále ještě přetrvává představa, že soutěžení je základním principem lidské přirozenosti a jen díky ní, jsme tím, čím jsme. V evoluci člověka přežije nejsilnější, nejschopnější a jedině tento dostane právo přenést svou genetickou informaci.

Raný kapitalismus byl založen na stejné myšlence, a sice, že dravou a soutěživou povahou dosáhneme úspěchu.

*„Tržní ekonomika je založena na předpokladu, že lidské bytosti jsou ochotné tvrdě pracovat a vyvíjet vlastní iniciativu jen tehdy, když tím budou sledovat své vlastní ekonomické zájmy. Slovy Adama Smithe: “Že se můžeme naobědovat, to není z dobré vůle řezníka..., nýbrž proto, že dbá svých vlastních zájmů.” Sloužit vlastním zájmům znamená, že se budeme snažit vyrábět lepší zboží než naše konkurence nebo podobné zboží vyrábět levněji.“ (Singer, 2016, s.61)*

Takovýto přístup k, nejenom ekonomickým, ale dalším společenským procesům, je nejběžnější. Ačkoli sám Darwin nechtěl vyvozovat ze své evoluční teorie jakékoli morální, či společenské důsledky, tento diskurs se stal takřka neodmyslitelným.

Singer uvádí, že není nutné považovat soupeření za jediný možný nástroj výběru a tento princip, i když v minulosti platil, nemusí platit nadále. Podobně jako Wallerstein, si myslí, že je třeba změnit náhled společnosti na altruistické jednání a přesunout pozornost veřejnosti, z egoistických jedinců, na altruistické, protože, jak se domnívá, publicita je jedním z významných prvků v rámci společenského výběru. Jinými slovy, lidé mají sklon obdivovat, co je obdivováno. Pokud jsou ve veřejném prostoru a médiích spíše oslavováni jedinci za egoistické jednání, za úspěchy ve sféře ekonomické, nemůžeme předpokládat, že altruismus nahradí soupeření.

*„Většina lidí chce, aby jejich životy byly šťastné, naplňující nebo nějakým způsobem smysluplné, a chápou, že peníze jsou přinejlepším prostředkem k dosažení části těchto cílů.“ (Singer, 2016, s. 63)*

Zde se dostáváme k bodu, který může přispět k položení teoretického základu pro liberální kritiku. Singer zde navrhuje, aby stát a veřejná sféra nastavily podmínky tak, aby bylo obtížnější dosahování egoistických cílů a

naopak byl položen nástroj k rozvíjení altruistického jednání. Tímto by pak byl dále rozvíjen společenský tlak na podporu altruistického chování a přeměnu normativního vnímání společnosti.

Podobně, jako u Schorové, zde vidíme, jak důležitou roli hraje spokojenost. Vězňovo dilema u Schorové, vážící se ke konzumnímu jednání, Singer používá v širším smyslu, pro jakýkoli druh rozhodování, mezi upřednostněním vlastních zájmů před společnými a naopak. Singer dospívá k názoru, že nelze zaujímat dva radikální postoje, tedy chovat se vždy egoisticky, nebo vždy altruisticky, protože vždy se najde někdo, kdo se bude snažit profitovat ať již z jedné, nebo druhé celospolečensky přijímané varianty. Jedná se tedy o pokus přeměnit vnímání lidské přirozenosti do realističtější podoby. Realističtější podobou je zde míněn odkaz buď na levicovou tabulu rasu a sní spojené přesvědčení o možnosti úplného popření lidské přirozenosti a na straně druhé sociální darwinismus v podobě silnější přežije.

Altruistické a egoistické jednání se objevuje ve všech společnostech na celém světě a žádné se ho nepodařilo vymýtit. V západních společnostech jsou některé instituce odkázány na čistě altruistické jednání jednotlivců. Například darování krve. Pokud chceme uniknout soutěživé spotřebě, můžeme tak docílit skrze větší podporu těchto institucí a sní spojenou normativní základnu společnosti.

### **3. Návrh mechanismu k omezení soutěživé spotřeby**

V této a následujících kapitolách navážu na teoretické podklady kritiky konzumerismu a pokusím se navrhnout řešení k omezení tohoto jednání. Tento mechanismus bude vycházet z linie liberální kritiky, avšak pokusím se zde upozornit na normativní rozměr tohoto mechanismu a jeho možné dopady na společenskou strukturu.

Liberální kritika sice pokládá jednotlivce za svrchovaného vládce nad svými rozhodnutími na poli konzumerismu, normativní kritika na druhou stranu poukazuje na možné strukturální příčiny. Celým svým teoretickým úvodem, jsem se snažil klást důraz na subjektivní prožívání jednotlivců a jejich chápání štěstí ve smyslu naplnění života. Sice se toto může zdát ze sociologického hlediska jako problematická kategorie a nechci zde nabourávat subjektivní rovinu tohoto pojmu a jeho významy, které se určitě liší na mnoha úrovních a mnoha kontextech.

Předložil jsem několik empirických, několik teoretických východisek, které se s pojmem štěstí vyrovnávají různě. Nárůst v počtu uživatelů antidepressiv může mít souvislost s vězňovým dilematem, ale příčin může být více, nebo se mohou lišit. V psychoanalytickém východisku Lacana a jeho symbolické rovině se nemůžeme opřít o empirická data, ale jeho popis symbolického rozměru se zdá jako užitečný nástroj k možnému dalšímu kvalitativnímu šetření.

Symbolická rovina psychoanalýzy mi posloužila, jako nástroj propojení individuálních symptomů na úroveň strukturální, tedy McDonaldizace.

Tendence v sociologii, snažící se propojit mikro a makro úroveň, tedy úroveň jednotlivce a společenských struktur, by dle mého názoru byly užitečné v kontextu zkoumání konsumního jednání. Extrémní pozice jednatel versus struktura by nám mohl pomoci lépe pochopit tyto procesy. Zde narážím na kritiku McDonaldizace, která se snaží kritizovat strukturální trend vedoucí k dehumanizaci, skrze mikroúroveň. Možná je koncept McDonaldizace příliš vzdálen světu individuí, ale právě propojení těchto přístupů by mohl znamenat únik z dualitního vidění příčin a následků konsumního jednání.

### 3.1 Kapitalismus základního příjmu

<sup>22</sup> „Basic income capitalism is the expression I shall use to describe this further possibility. It refers to the socioeconomic regime in which the bulk of of the means of production is privately owned, while each citizen receives, aside from any income she may derive from participation in the labour in capital markets or may owe to some specific status, a substantial unconditional income.“ (Van Parijs, 2004)

Kapitalismus základního příjmu, není podle jeho autora Phillippa Van Parijs, zrušením welfare státu, ale jeho nutná transformace. Jedná se o hybrid, mezi kapitalistickou a socialistickou společností. Právě díky privátnímu vlastnictví, je podle něj možno dosáhnout dostatečného výkonu ekonomiky na udržení základního příjmu, díky tendenci kapitálu směřovat tam, kde je to výhodné. Na druhou stranu, ze stejného důvodu není v kapitalistické společnosti možno dosáhnout více rovnostářské společnosti. Kapitál se množí tam, kde je ho dostatek, což vede k neustálému zrychlování propasti mezi bohatými a chudými. Argument, že socialistická společnost, díky kolektivnímu vlastnictví a tím spojené větší schopnosti k využití potenciálu produkce, je schopna vydávat větší základní příjem, je dle Van Parijse mylný a základní nepodmíněný příjem přinese oživení rigidní ekonomiky a dynamiku do konfliktně řízené společnosti. Síla produkce v kapitalistické společnosti, která je nepopíratelně vyšší než v socialistické, nebude omezena nutností zvyšování daní, ale posílena ve vyšší míře spotřebitelské síly.

---

<sup>22</sup> Kapitalismus základního příjmu je výraz, který budu používat k hlubšímu popisu této možnosti. Odkazuje na socioekonomický režim, ve kterém jsou výrobní prostředky vlastněny privátně, zatímco každý občan dostává, mimo jakýkoli jiný příjem, který získá skrze zapojení na pracovním trhu, základní nepodmíněný příjem.

<sup>23</sup> „One is really free, as opposed to just formally free, to the extent that one possesses the „means,“ not just „right,“ to do whatever one might want to do.“ (Van Parijs, 2004)

Zde Van Parijs naráží na etické rozhraní tohoto projektu. Po 2. Světové válce, byla v Evropských zemích zavedena minimální mzda. Tedy člověk mohl spoléhat na určitou úroveň své existence, pod kterou nemohl spadnout, avšak musel odevzdat část své svobody, myšleno: musel se podřídít pracovním podmínkám. Tyto předpoklady odporují definici svobody, jelikož odevzdávám svou svobodu zaměstnavateli a navíc rozhodnutí, která volím jsou taktéž omezující. Jedinec, chtějící žít na venkově, se musí podřídít zdejšímu pracovnímu trhu, tedy se předpokládá nižší příjem, jelikož na venkově jsou převážně pozice s nižší kvalifikací a tedy nižším příjmem. Naopak jedinec, žijící ve městě musí počítat se zvýšenými životními náklady, kvůli vyšší akumulaci kapitálu ve městech. Tedy jednotlivá rozhodnutí jsou geograficky omezená z podstaty tržního kapitalismu.

Další změna v socioekonomické struktuře, která dále prohlubuje nerovnoměrné rozložení kapitálu ve společnosti, je podle Michaela Naua (2013) změna podmínek nastalých v devadesátých letech dvacátého století, které daly větší sílu investicím, tedy umožnily nejbohatším vrstvám společnosti dále prohlubovat své zisky. Dopad placené práce na ekonomický růst domácností se stále zmenšuje díky stagnaci platů, což vede k prohlubování nerovnoměrného rozdělení bohatství a sním spojená

---

<sup>23</sup> *Jedinec je oproti normální svobodě, doopravdy svobodný, pouze do rozsahu, do jaké vlastní „prostředky,“ ne pouze „právo,“ dělat cokoli chtějí.*

diverzifikace zájmů:<sup>24</sup> „As debt and credit have become more important in shaping economic inequality, new social fault lines have emerged.“

Ze sociologických průzkumů vyplývá, že čím jsou společnosti rovnostářšější, mají menší tendence k sociální erozi, tedy je zde méně zločinnosti, vyšší průměrná délka života a celkově kvalitnější subjektivní prožívání života.

<sup>25</sup> „Given that the wide range of health and social problems related to inequality tend to be those with social gradients, it would be a mistake to imagine that the scale of income inequality influences social outcomes through hitherto unknown processes running parallel to social status differentiation. It is much more plausible that it works through all the processes of social status stratification that have been central to the social sciences for so long, including the ways in which so many marks of social position become imprinted on us from early childhood onward“ (Corak, 2013)

V návaznosti na knihy *The Overspent American* a *The Overworked American*, kde jak již bylo zmíněno, hrají hlavní roli pro konsumní jednání, souboj o status a neztracení tváře před společností, autoři spojují tento proces vězňova dilematu také se stavem rovnosti ve společnosti. Uvádějí, že

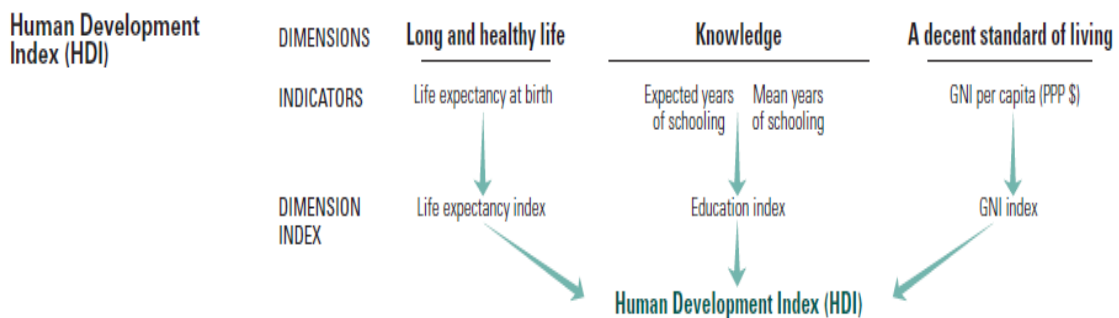
---

<sup>24</sup> S nabytím důležitosti dluhu a úvěru ve formování ekonomické nerovnosti, objevily se nové zlomové linie.

<sup>25</sup> S přihlédnutím k široké škále zdravotních a sociálních problémů, spojených s nerovností, by bylo chybou představit si, že škála příjmové nerovnosti ovlivňuje sociální projevy skrze neznámý proces, běžící paralelně se sociálním statutem a rozdělením. Je více pravděpodobné, že se to děje napříč procesem sociální stratifikace, který byl centrem sociálních studií po tak dlouhou dobu, včetně způsobů, jakými sedlo nás sociální pozice vtiskává již od raného dětství.

soutěživost je znakem nerovné společnosti větší nerovnosti posilují tento efekt.

Human development index (HDI) je zjednodušeným obrazem dané společnosti, ale může nám zde posloužit, jako nástroj k přiblížení problému konzumace, jeho propojení s ekologickými dopady a relativní možnosti jednotlivců dané společnosti k důstojnému životu. Jak vidíme na tabulce, propojení HDI a ekologické stopy, jež za sebou dané společnosti zanechávají se diametrálně odlišují. Můžeme tedy předpokládat, že konzumace a sní spojená ekologická stopa, není jediným a hlavním předpokladem vysokého HDI. Na vrcholu tabulky, s jedním z nejvyšších indexů HDI a zároveň nejvyšší ekologickou stopou je USA. USA patří mezi země s největším počtem automobilů na 1000 obyvatel a je jedním z největších producentů oxidu uhličitého. V porovnání s Costa Ricou, kde HDI je na porovnatelné úrovni s USA, ale ekologická stopa je na úrovni únosnosti. Jak vidíme, úroveň konzumace není hlavním ukazatelem spokojenosti společnosti.



(Obr. 1. Dimenze a indikátory pro výpočet Human Development Index zdroj: United Nations development programme: Human development reports, 2017)



### 3.1.1 Sociální rozhraní nepodmíněného základního příjmu

Sociální rozhraní NZP je to, které dle mého názoru stojí za pozornost sociologů. V teoretické rovině, může tento princip přispět k narovnání mnoha společenských nerovností, které se snaží být řešena skrze politická rozhodnutí, ať již návrh evropské komise na povinné kvóty na množství žen v podnicích, nebo sociální začleňování vyloučených skupin obyvatelstva. Pro všechna tato rozhodnutí platí, že jsou přijímána skrze politické struktury a násilně se snaží napravovat dopady komplexního systému, jenž dnešní svět určitě je. Takováto řešení se poté setkávají s odporem veřejnosti. Na diskuzi o inkluzivním vzdělávání to můžeme nízorně pozorovat. Zatím žádná společnost se nedokázala plně vymanit ze zjednodušujících a stereotypních významech, jenž příkládá velké paletě témat. Pokud by však existovalo systémové řešení, které v rámci jednoho programu dokáže pomoci k řešení širokého spektra problémů, dle mého názoru se jedná právě o NZP. Není zde podstatné, z jaké politické ideologie vycházíme, NZP dokáže uspokojit jak pravicově, tak levicově smýšlející. Jednotlivosti tohoto programu se mohou u těchto dvou skupin lišit, ale základna tohoto programu je neměnná a právě na ni, se zde zaměřím.

V dnešní společnosti je ekonomické hledisko společným jmenovatelem téměř všech společenských problémů. Ať již jde o přístup k vzdělávání, trhu práce, nebo genderové rovnosti. Peníze se staly nástrojem měření rovnosti. S největší pravděpodobností se nejedná pouze o převažující kapitalistický diskurz, jelikož výzkumy ukazují, že nejstabilnější, nejbezpečnější a v mnoha ohledech nejrovnostářštější společnosti jsou ty, které nemají propastné rozdíly mezi nejbohatšími a nejchudšími. Zjednodušeně by se dalo říci, že pokud v dané společnosti existuje velká a silná střední třída a jen málo lidí nacházejících se nad, nebo pod nimi, je tato společnost mnohem více odolnější.

Propastné rozdíly mezi nejbohatšími a nejchudšími a mizející střední třída je předstupněm polarizace společnosti, jak dokazuje současná situace.

### 3.1.2 Dopady NZP na kooperaci a genderovou rovnost

Na základě Human development report, z roku 1995, můžeme vidět, že práci netvoří pouze placená práce, tak jak ji chápeme. Tato zpráva uvádí, že objem neplacené práce žen v domácnostech tvoří zhruba polovinu hrubého domácího produktu v přepočtu k superhrubé mzdě najímané pracovní síly v domácnostech, která patří k nejméně platově ohodnoceným pracím.

*<sup>26</sup> „System of National Accounts (SNA) imputes market value to some goods produced and consumed within the household. Yet much household and community work remains unvalued. The total product of society is thus underestimated-and the economic contributions of many people, especially women, are unrecognized and unrewarded.“ (UNDP, 1995, s. 87)*

Jak můžeme vidět, práce, založená na spolupráci, péči a pomoc je buďto vůbec, nebo minimálně finančně ohodnocená i přesto, že tvoří významnou část spotřeby. Nejedná se zde pouze o domácnosti, ale také komunitní péči, nebo dobrovolnictví. NZP by mohlo alespoň částečně pomoci lidem, kteří rozvíjejí kooperativní činnost.

---

*<sup>26</sup> System of National Accounts (SNA) přičítá tržní hodnotu některému zboží, které je produkováno a konzumováno v domácnostech. I přesto však zůstává většina domácí a komunitní práce neohodnocena. Celková produkce společnosti je tak podhodnocena- a ekonomický příspěvek mnoha lidí, zvláště žen, jsou tak neruznány a neohodnoceny.*

*„Nepodmíněný základní příjem nabourává mylnou představu, že společensky přínosnými činnostmi, a tudíž po zásluze finančně oceňovanými, jsou pouze činnosti vykonávané jako placené zaměstnání. Tato ve strukturách naší společnosti zakořeněná iluze vytváří nerovnosti spojené se současnou genderovou dělbou práce.“*  
(HRUBEC, M. a kol, 2013 s. 21)

Produkce domácností a pečujících povolání, a jejich odměňování je odrazem společenského nastavení na finanční výsledky a soutěživost. Soutěžení je podstata selekce v tržní ekonomice. Pokud nejsou dost dobře měřitelné finanční přínosy dané práce, nedostává se jí dostatečného společenského uznání. Změna společenského zaměření na kooperaci může začít právě v oceňování práce v domácnostech a jediným nástrojem k ocenění této práce je ZNP. Osoby vyloučené z procesu produkce na základě neovlivnitelných okolností, jako péče o tělesně, mentálně postižené, nebo seniory jsou řešena v rámci státní sociální pomoci, ZNP dokáže nahradit byrokratický systém a vyčlenit stát z rozhodování o této pomoci. Byrokratický systém, určující přerozdělování sociální podpory je často ponižující proces, který vytváří prostředí závislosti.

Zavedení ZNP ve spojení s domácnostmi, může také přinést zlepšení v oblasti genderu. Ženy vydělávají méně peněz téměř ve všech oblastech trhu práce. Tato nerovnost se sice postupně zlepšuje, také díky přesunu žen na původně muži dominované sféry, které jsou tradičně lépe placeny, ale podle AAUW (2015) má v USA dojít k narovnání platového ohodnocení v roce 2059, za předpokladu plynulého vývoje.

I kdyby se ve společnostech dařilo nabourávat genderové stereotypy a role s nimi spojené, tedy více mužů by usilovalo o mateřskou dovolenou, nebo by se přesouvali na tradičně ženské pozice (školství), peněžní ohodnocení hraje stále důležitou roli a při rozhodování o odchodu na mateřskou dovolenou,

z racionálního hlediska převáží možnost odchodu ženy na mateřskou dovolenou právě z finančních důvodů.

### **3.1.3 Dopady NZP na občanskou společnost**

Občanská společnost prodělala, alespoň v České republice, velkou transformaci. Ze studie (Frič, 2015) vyplývá, že i přes nárůst počtu neziskových organizací, se počet lidí, zapojených do neziskových aktivit klesá. Tradiční neziskové organizace typu odborů, ztrácí členy. Na druhou stranu nové servisní služby, kde patří hospicová služba a další pečující práce, patří k nejvíce expandujícím v oblasti neziskové sféry. Příčin tohoto jevu může být několik. Může se jednat o reakci na zvyšující se poptávku, spojenou s demografickým rozložením obyvatelstva a stárnutím populace, nebo o hledání alternativ k mainstreamové tržní dimenzi zaměřené na zisk.

Předpokládat, že samotné zavedení ZNP povede k větší angažovanosti jednotlivců v neziskové sféře, by byla spekulace, ovšem ve spojení s celkovou podporou kooperativního jednání, můžeme předpokládat větší zapojení nejen ve sféře pečující práce, ale celém spektru občanské společnosti.

### **3.1.4 Základní nepodmíněný příjem versus progresivní zdanění**

Jedním z dalších návrhů liberálních kritiků k omezení soutěživé spotřeby, je progresivní zdanění, tedy vyšší daně pro lidi s vyššími příjmy a nižší pro lidi s nižšími příjmy. Jedná se o vertikální princip narážející na ekonomické rozdělení společnosti podle majetku. Horizontální princip, který můžeme uvést na příkladu dvou lidí se stejnými příjmy. V rámci zachování spravedlnosti, by měli dva lidé se stejnými příjmy, platit stejné daně. Tento princip je společensky přijatelnější, než vertikální.

Progresivní zdanění vytváří ve společnosti pocit boje a diverzifikuje ji na skupiny s odlišnými zájmy. Navíc progresivní daň se týká příjmu, tedy sice uleví méně výdělečným, ale lidem s vysokými příjmy tolik neuškodí, jelikož kapitál budou akumulovat i přes progresivní daň rychleji, skrze nemovitý majetek a další nepeněžní prostředky. Nepodmíněný základní příjem naopak téměř nepomůže bohatým, ale přispěje daleko více nemajetným. Princip trestání a souboje, je nahrazen více egalitářským. Podstatou progresivního zdanění, je donucení vyšších tříd k většímu přispívání. Podstatné je zde slovo donucení. Pokud někoho nutíme k větší solidaritě, nemůžeme toto jednání označit za altruistické a důsledky mohou být opačné, než zamýšlené. Pokud někdo cítí solidaritu a je ochoten přispívat dobrovolně, progresivní zdanění nebude hrát roli v rozhodování o další pomoci, ale pokud někdo nebyl dosud solidární, nemůžeme očekávat změnu v jeho jednání, spíše můžeme očekávat hledání možností k zmírnění dopadů progresivního zdanění na jeho kapitál a posílení egoistického principu.

Nepodmíněný základní příjem je postaven na odlišném stanovisku, tedy na univerzálnosti. Nestaví na bázi donucování k solidaritě, jedná se o základní princip k osvobození jedince ve společnosti, jehož výhod samozřejmě spíše využijí nižší třídy, ale je plošný a netrestá za úspěch.

### **3.1.5 Nepodmíněný základní příjem a omezení marketingu**

Marketing a branding jsou prostředky k vytváření obrazu o produktu. Obrazu, který má vyvolávat poptávku ve společnosti po daném produktu. Pokud jsme zavrhlí perfekcionistickou kritikou a předpoklad, že nám skrze tyto nástroje korporace předkládají falešné potřeby a statky ke spotřebě a že společnost a jedinci v ní jsou dostatečně schopní k rozpoznání klamů reklamy, musíme přijmout odpovědnost jakožto konsumenti. Dvě roviny konzumního jednání, konsument a producent jsou součástí celku a každý

z nich je závislý na druhém. Společnost vytváří hodnotový rámec, na který odpovídá sektor produkce.

### **3.2 Nepodmíněný základní příjem a McDonalizace**

V rozboru konceptu McDonalizace, jsem poukázal na hlavní trendy, které tento proces charakterizují. Dehumanizace spojená s falešnou přátelskostí a racionalizací, homogenizace, odkouzlení světa a hazard s životním prostředím. Pokusím se zde uvést možné dopady, které by NZP mohl mít na tyto projevy. Zavedení NZP, nemůže mít okamžité a přímé dopady na společnost, jako celek. Můžeme však předpokládat, jak bude NZP nepřímo působit na nezamýšlené důsledky kapitalistické produkce a spotřeby.

Dehumanizace, je důsledek zaměření na efektivitu a zisk. Člověk je člověkem do té míry, jakou mu určí normy produkce. Všechny projevy lidské přirozenosti musí být potlačeny, pokud by mohly ohrozit chod společnosti. Nepodmíněný základní příjem a jeden z jeho hlavních předpokladů, že umožňuje dosažení svobody ve smyslu vlastnění prostředků, nejenom možností k jednání, slouží také jako předpoklad k většímu prostoru pro selekci zaměstnání. Falešná přátelskost je problémem do té míry, že jsou k ní nepřímo nuceni lidé, kteří nemají dostatek prostředků k provozu jimi žádané/přirozené činnosti. Nepředpokládám, že falešná přátelskost, je falešná pro všechny zaměstnance McDonaldu, nebo kterékoli jiné služby, kde je žádána. Pokud požadavek přátelskosti neodporuje přirozenosti jedince, nelze jej považovat za dehumanizační. Nicméně můžeme předpokládat, že více než tři miliony Američanů pracujících ve fastfoodových řetězcích, nemají tuto práci a požadavek falešné přátelskosti za životní cíl.

Homogenizaci můžeme vidět jako důsledek úspěchů principu McDonaldisace, které umožnily vzniku globálních korporací. Narušením závislosti jednotlivce na pracovní smlouvě, skrze niž může jediné získat prostředky k životu, dosáhneme větší rozmanitosti produkce, díky vzniku nezávislých podniků.

### **3.3 Nepodmíněný základní příjem jako nástroj k omezení soutěživé spotřeby**

Tento ekonomický mechanismus nebudu zkoumat z pozice ekonoma, tedy nebudu zde uvádět žádná data týkající se ne/možnosti zavedení tohoto mechanismu. V této rovině existuje celá řada protichůdných názorů a má pozice je v tomto ohledu založena na ideologických pozicích, tedy mi chybí jakákoli odborná znalost v této rovině.

Nepodmíněný základní příjem charakterizován třemi body: **1. Všeobecný, 2. Individuální, 3. Nepodmíněný.** K těmto třem bodům někteří přidávají ještě čtvrtý bod: dostatečně vysoký, ale zde narážíme na různá ideologická východiska navrhovatele.

Jedná se tedy o předem stanovenou peněžitou částku, jež je periodicky zasílána všem jednotlivcům, bez ohledu na věk, pohlaví a zda daný jedinec pracuje.

Práce, zaměstnanost a nezaměstnanost je neoddělitelnou součástí konsumního jednání, ať již jako podmínka k ne/konsumování, nebo jako podmínka vytváření statků sloužících konsumu. Od počátků industriální revoluce a rozvoje kapitalismu, byl cíl, aby stroje postupně nahrazovaly lidskou práci, kvůli její efektivitě. Dnešní společnost dospěla do takové míry mechanizace práce, že stroje již vykonávají více práce než lidé. Lidé jsou

nahrazování stroji a jsou vytlačováni do nových sfér produkce. Jsou vytvářena stále nová placená místa pro lidi, ale sféry práce, které tradičně nepodléhaly trhu, nepodléhaly jeho mechanismům, jsou stále nazírána optikou počátku průmyslové revoluce. Engels označil vyloučení žen z produkce, jako historickou porážku. Mohli bychom z pohledu dneška spíše označit tuto prohru, ne jako prohru žen, ale hodnot jež vytváří. Nejenom ženy, ale i muži, rozhodnutí budovat netržní hodnoty, nemají prostředky/svobodu ke svému záměru.

Nepodmíněný základní příjem je tedy v podstatě využití plodů strojové práce. Nezaměstnanost nelze podle některých autorů považovat dnes pouze za ekonomický problém. Jedná se o problém také kulturní či společenský. Místo neustálého politického tlaku na vytváření nových pracovních míst, můžeme zavést nepodmíněný základní příjem a pozornost lidí zaměřit na budování hodnot.

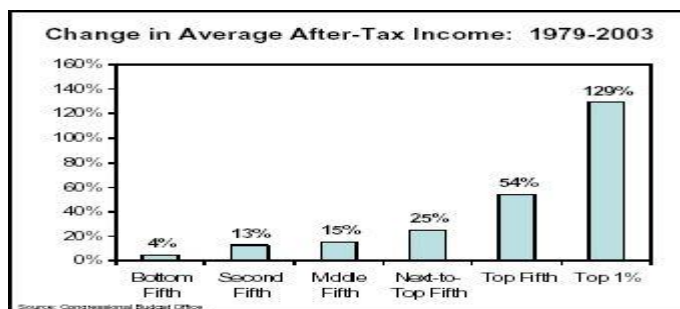
Na Marxovo odcizení lidské práce (From, 2004), můžeme dnes nahlížet s větším odstupem. V politické diskuzi je zcela běžná rétorika o nutnosti přizpůsobit vysoké školství poptávce trhu. Na jedné straně poptávka sektoru produkce po více technických oborech a na straně druhé představa společnosti o povoláních s vyšším společenským a ekonomickým statusem. Můžeme tedy sledovat, jak se tvůrčí činnost lidské práce podvoluje společenské a tržní poptávce. Odcizení zde vnímám jako vnější faktory, které navzdory individuálním rozhodnutím jednotlivce stále více utvářejí (odcizují) práci. Jistě stále narůstá počet lidí odmítajících podvolovat se těmto společensko-tržním faktorům, ale trh a státní struktury odmítají reagovat na měnící se prostředí utvářející tento komplexní systém.



### 3.3.1 Nepodmíněný základní příjem, konsumní jednání a rovnostářská společnost

Hlavním přínosem NZP pro oblast konzumního jednání, je východisko rovnostářské společnosti. Hlavním motivem konsumního jednání, jak se ukazuje není závist, ale stud. Společenský standard, pod který spadnout, znamená ztrátu společenského postavení. V průběhu času, se tento standard postupně posouvá a se zrychlenou technologickou inovací, se tento standard stává více a více nákladnější. Před dvaceti lety, bylo vlastnění mobilního telefonu známkou společenské prestiže a ekonomické nadřazenosti, dnes je naprostou samozřejmostí napříč socioekonomickými skupinami. Posun se neudal pouze v materiální sféře, ale takřka ve všech sférách. Zdravotnictví je jedním z dalších případů. Zvýšení standardu ve zdravotnické péči má za následek, že jedince s chybějícími zuby, nebo přílišným množstvím zubních kazů, bude automaticky pokládán za deviantního. Jak můžeme vidět, do zvýšených nákladů na standardní život, se začínají také projevovat politická rozhodnutí, jako například poplatky ve zdravotnictví.

**Graf č. 4** nám ukazuje, jak se proměnily příjmy v USA mezi léty 1979 a 2003. Nejnižším ekonomickým vrstvám vzrostly příjmy o 4 procenta, což znamená reálný pokles příjmů, vzhledem k inflaci a vzrůstu životního standardu. Nárůst mezi třemi následujícími vrstvami, je takřka mizivý a strmý vzestup vidíme až u dvou nejvyšších příjmových skupin, kde dominuje vrchní 1 procento. (Tyto změny můžeme dát do souvislosti se dříve zmíněnou změnou v ekonomice a zvětšení podílu investic na příjmech).



(Graf č. 4. Změny v příjmech po zdanění: 1979-2003, zdroj: Congressional Budget Office, Historical Effective Federal Tax Rates: 1979 to 2003, December 2005.)

Souvislost zvyšování rozdílů v příjmech a zároveň zvyšování nákladů na daný společenský materiální standard života, může být viděn, jako důsledek rozpadání střední třídy, která je známkou prosperující společnosti (Frank, 2007).

V odkazu na nerovnosti v příjmech, je také nutné zmínit sociální mobilitu. Sociální mobilita, je základní ideologickou podporou liberálních demokracií a tržní ekonomiky. Korelace, mezi snižováním sociální mobility a zvyšováním příjmové nerovnosti, na kterou upozorňuje například Corak (2013). Podle něj bez zásadních změn v přerozdělování bohatství se tento trend bude nadále prohlubovat a šance, že děti dosáhnou stejné příjmové úrovně se snižuje.

<sup>27</sup> „A middle-income family that buys a smaller-than-average house typically must send its children to below-average schools. Buying a smaller-than-average vehicle

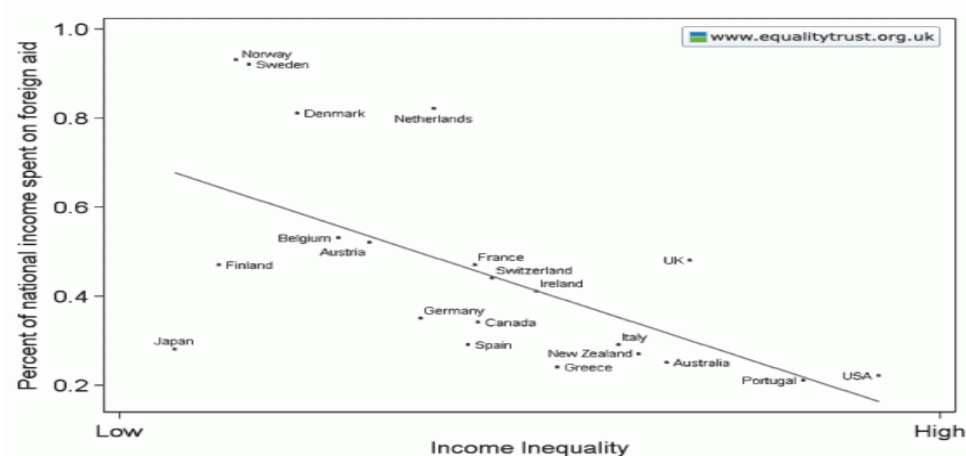
---

<sup>27</sup> Rodina ze střední třídy, která si koupí menší než průměrný dům, musí obvykle poslat své děti do podprůměrné školy. Koupě menšího, než běžného auta, znamená zvýšení rizika úmrtí při nehodě. Utrácení méně- na bomby nebo na osobní konzumaci- uvolňuje peníze pro důležitější použití, avšak pouze, pokud to dělají všichni.

*means greater risk of dying in an accident. Spending less —on bombs or on personal consumption —frees up money for other pressing uses, but only if everyone does it.“*  
(Frank, 2013, s. 115)

Zde Frank naráží na podobnost mezi soutěživou spotřebou a závody ve zbrojení. Nemůžeme, jakožto jednotlivci, nebo rodiny ovlivnit, kolik utrácíme na konzumní jednání, zbrojení ostatní rodiny, respektive státy. Jedná se o koloběh, jehož motorem je závod, který končí až vyčerpáním všech zdrojů. Vůle a přání jednotlivců/rodin, nehraje roli, jelikož jsou hnáni nutností neztratit tvář a prohrát souboj o „standardní život.“ Důležitý je zde také odkaz na kolektivní povahu. I přes uspokojení konkrétních potřeb rodiny/jednotlivce, které považuje za dostatečné, je hnán ke konzumování dalších (z jeho pohledu zbytečných) produktů.

V návaznosti na sociální mobilitu a standardní úroveň života, je nutné také zmínit dopady, které mají na fungování společnosti. Sociální nerovnost má za následek také snižování důvěry mezi jedinci dané společnosti. Hierarchie ve společnosti, ovlivňuje sociální kontakt uvnitř i vně dané sociální skupiny. Utváří náš pohled na členy jak naší, tak odlišných skupin a jednání mezi členy a mezi skupinami. Určuje, do jaké míry jsme schopni se identifikovat s danou skupinou a jaké jsme schopni empatie s ostatními. V příliš rozdělené společnosti, je větší výskyt sexismu, rasismu a dalších typů vymezování skupin obyvatelstva. Důvěra jak můžeme vidět na grafu, je nejvyšší ve skandinávských zemích a naopak nejmenší, kde až 90 procent obyvatelstva nevěří ostatním je Portugalsko. V běžných sociálních interakcích hraje důvěra důležitou roli, jelikož určuje její kvalitu a subjektivní prožívání. (Wilkinson, Pickett 2009).



(Graf. č. 5. Velikost zahraniční pomoci a příjmová ne/rovnost, zdroj: Wilkinson and Pickett, *The Spirit Level* (2009))

Nedůvěra může znamenat, že očekáváme, že nás na ulici okradou, ale také nás udržuje v souboji o pozici statky. Pokud ve společnosti panuje důvěra, mohu se spolehnout, že neztratím svou sociální pozici kvůli zaostávání ve spotřebě. Avšak rovnostářštější společnost předpokládá rovnější rozdělení majetku ve společnosti, tedy z toho vyplývá, že důvěra je přirozený důsledek vyplývající z vlastnění dostatečného množství prostředků v rámci majority. Rovnostářštější společnosti také vydávají větší zahraniční pomoc v porovnání v poměru k národního příjmu (**Graf. č. 5**), což může odkazovat na větší úroveň solidarity.

Čím větší jsou ve společnosti nerovnosti, tím více rostou také výdaje na reklamu. V porovnání zemí se srovnatelným HDP (hrubý domácí produkt) jsou výdaje na reklamu dvojnásobné v USA a Novém Zélandu oproti Norsku, nebo Dánsku (USA a Nový Zéland s vysokými nerovnostmi a Norsko, Dánsko s nízkými). Lidé ve společnostech s vysokými rozdíly v příjmech navíc pracují asi dva až tři měsíce navíc (Wilkinson, Pickett 2009).

Předpokládám tedy, že vyšší výdaje na reklamu jsou součástí boje o konzumenty, kteří bojují o společenskou relevantnost.

Tyto data nám dávají možnost ke kritice Heathova postoje a tvrzení, že hlavním motivem konzumu, je konzumní jednání, tedy hlavním viníkem všech problémů sním spojených je jedince. Jak se ukazuje, míra do které mohou jednotlivci ovlivnit vlastní společnost, je omezená rozložením kapitálu ve společnosti a také motivy k tomuto jednání budou spíše úspěšné v rovnotářšějších společnostech. Konzumní jednání a nadměrná konzumace se zdají být vedlejšími produkty společenského zápasu a dysfunkční společnosti.

Jak uvádí Adorno ve svém 99. Aformismu: "Lidskost tkví v nápodobě: člověk se vůbec stává člověkem teprve tím, že napodobuje ostatní lidi." (89 Honneth) Adorno tedy spatřoval ve zvěcnění zboží směny příčinu deformování rozumu, která nastává přeměnou motivů napodobování jednání z původně láskyplné náklonnosti na rozumové schopnosti, které nabýváme právě na základě naší perspektivy na perspektivu druhých.

### **3.3.2 Neopodmíněný základní příjem a věžňovo dilema**

Nyní, po popsání možných dopadů na společenskou strukturu, se pokusím navázat jeho možným vlivem na konzumní jednání a princip věžňova dilematu. Vyjmenované narovnání společenských vztahů v rámci genderové politiky, sociální politiky a kooperace, ještě nejsou dostatečným předpokladem k vymýcení soutěživé spotřeby a naopak jsou v dosahu i bez zavedení NZP. Nemůžeme předpokládat, že periodický nepodmíněný příjem změní najednou společenské normy, na kterých se soutěživá spotřeba zakládá. Obraz jednotlivce vůči společnosti a snaha neztratit krok se sousedy je vázána na status produktu, jenž je vytvářen samotnou společností. Takřka metafyzická podstata produktů, spojená s jejich statutární hodnotou, je vytvářena na základě přikládaných významů. Ideologická podstata je

neodmyslitelnou součástí kapitalistické produkce. Nelze soutěžit o statky, jež nemají tuto ideologickou podstatu. V předkapitalistické společnosti, ve které nebyly statky každodenní produkce sloužící k uspokojení základních potřeb naplněny ideologickou přísadou. Návrat k tomuto stavu je nemožný, tedy statky nadále budou na symbolické rovině vykazovat odlišnosti ve smyslu společenského významu, prvotním předpokladem k osvobození, je však samo uvědomění tohoto principu.

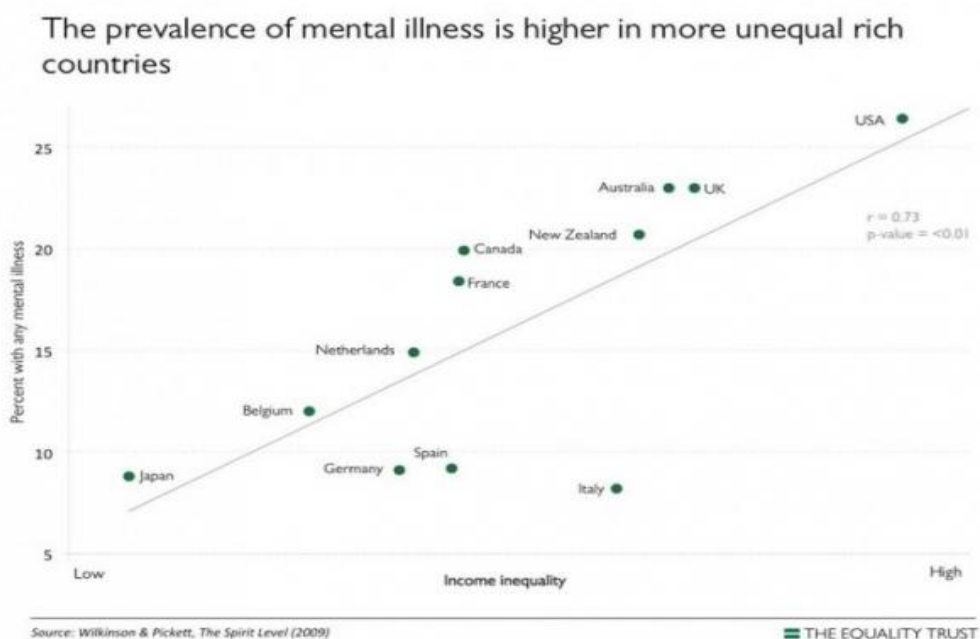
Uvědoměním mám zde namysli opravdové uvědomění. Víme, že statky, jež jsou nám nabízeny a obrazy, jež nám jsou skrze ně předkládány, jsou takřka náboženské podstaty. Předkládají nám svět, jež je možný dosáhnout skrze koupi tohoto produktu. Naše jednání je však i přes toto uvědomění stále stejné a reprodukuje tento cyklus. Ideologická podstata je podtržena cenou produktu. NZP nám všem neumožní nakupovat nejhodnotnější statky spojené s nejvyšším statutem, může však dopomoci k navýšení hodnoty kvalitního života. Pokud je práce jedinou možností přežití jednotlivce bez ztráty sociálního statusu, bude spíše pravděpodobné jeho zapojení do soutěživé spotřeby. Práce sama o sobě nese symbolický význam. Status jednotlivce je prvotně určován na základě kritéria zaměstnaný/nezaměstnaný. Společenský náhled na jedince bude nakloněn spíše na stranu chudých pracujících, než bohatých nepracujících. Společenská prospěšnost je již problematictější. Můžeme tedy nahlížet na soutěživou spotřebu, jako na vedlejší produkt kapitalistické „pracovní etiky.“

### **3.3.3 Základní nepodmíněný příjem a duševní zdraví**

Nárůst počtu vydaných antidepresiv, zvýšený výskyt duševních poruch byl spojován některými autory s kapitalismem jako takovým, jak jsem ukázal

v kapitole Alternativní hédonismus. Odlišný pohled můžeme vidět u Wilkinsona a Picketta (2009), kteří dávají do souvislosti nárůst duševních poruch se stavem společnosti. Kapitalismus zde hraje spíše roli podhoubí, ze kterého však automaticky nevznikají duševní poruchy, ale naopak může přispět ke kvalitnějšímu životu, avšak důležitou roli zde opět hraje rozdělení kapitálu ve společnosti.

Lidé bez duševních problému se o sebe dokážou postarat, dokážou si vážit sami sebe, a ne na základě nerealistických standardů. Lidé s depresemi jsou vystrašení, drží si ostatní lidi od sebe dále a jsou uvíznutí v kruhu osamocení (Wilkinson, Pickett 2009).



(Graf. č. 6. Výskyt mentálních onemocnění v závislosti na ne/rovnosti příjmů, zdroj: Wilkinson and Pickett, *The Spirit Level* (2009))

Obraz, který si o sobě vytváříme, je odrazem společenských norem. Nejedná se pouze o normy ve smyslu pravidel, ale také ve smyslu materiálních statků. Opět můžeme vidět korelaci, mezi množstvím výskytu duševních poruch a ne/rovnosti dané společnosti (**Graf. č. 6**).

<sup>28</sup> „The „affluenza“ virus, is a set of values which increase our vulnerability to emotional distress, which is more common in affluent societies. It entails placing a high value on acquiring money and possession, looking good in the eyes of others and wanting to be famous. These kinds of values place us at greater risk of depression, anxiety, substance abuse and personality disorder.“ (WILKINSON, a PICKETT, 2010)

Sada hodnot, které jsou zde popsány jako virus, působí na dvou úrovních. Na první úrovni jsme vystaveni většímu vlivu stresu skrze hodnoty samotné, tedy v sobě obsahují potenciál k soutěživému jednání a porovnávání v rámci společnosti. Druhá úroveň působí přes prostředky k dosažení těchto hodnot. K získání více majetku a peněz, musíme více pracovat, nebo více podvádět což opět vede k většímu zatížení.

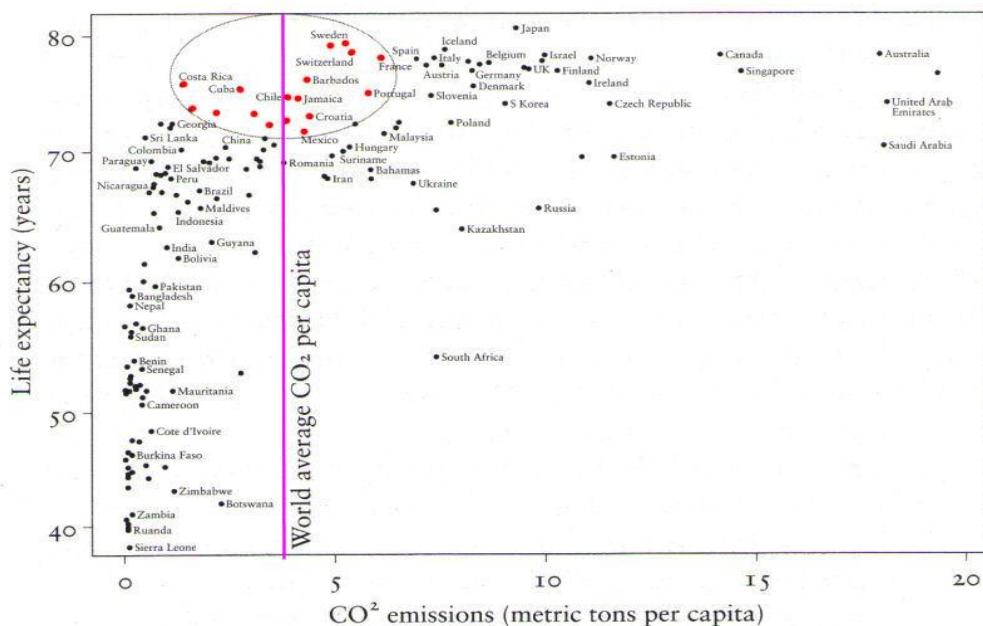
### **3.3.4 Životní prostředí a ne/rovná společnost**

Jedním z hlavních rétorických obrátů na obranu ničivé síly tržní ekonomiky, je nutnost technologického pokroku a víra v neviditelnou ruku trhu (Adam Smith, 1776), která vyřeší všechny problémy kapitalismu. Technologický pokrok je viděn, jakožto základna a nedílná součást spokojeného života západních společností. Výzkumy však ukazují, že technologický pokrok a nadměrná konzumace samy o sobě nevypovídají o spokojenosti dané společnosti.

---

<sup>28</sup> *Virus hojnosti, sada hodnot, které zvyšují naši náchylnost vůči emočním výkyvům, které jsou více běžné ve společnostech s dostatkem. Toto umožňuje přidělování vysoké hodnoty získávání peněz a majetku za cílem vypadat dobře v očích ostatních a touhy být slavný. Tyto druhy hodnot nás vystavují zvýšenému riziku depresí, úzkostí, zneužívání návykových látek a poruchám osobnosti.*





(Graf. č. 7. Průměrná délka života v závislosti na emisích  $\text{CO}_2$ , zdroj: Wilkinson and Pickett, *The Spirit Level* (2009))

Na grafu č. 7 vidíme, jakým způsobem se liší průměrná délka života v návaznosti na emise oxidu uhličitého. Z grafu vyplývá, že lze dosáhnout vysokého věku dožití, bez extrémních emisí oxidu uhličitého, spojeného převážně s nadměrnou konzumací. Lze tedy odvodit závěr, že technologický pokrok není hlavním ukazatelem spokojenosti společnosti. Nadměrná konzumace může být tedy považována za projev nerovností ve společnosti, které jsou tímto jednáním kompenzovány.

<sup>29</sup> „The result will be doubly progressive. The CI will be progressive because the same amount of money is worth relatively more to poor people than rich. The taxes will be

<sup>29</sup> Výsledek bude dvojnásobně progresivní. Občanský příjem bude progresivní, jelikož stejný objem peněz má relativně větší cenu pro chudší, než bohatší lidi.

Daně budou progresivní, protože dopadnou na bohaté jak ve smyslu příjmů, tak bohatství. Jejich vyšší výdaje jakožto konzumentů, bude znamenat, že budou platit více než chudší lidé, například za energie, které jsou využívány při produkci tohoto zboží a služeb, které kupují. Větší množství příjmů a bohatství

*progressive because they will impact richer people both in terms of their spending and in terms of their incomes and wealth. Their higher spending as consumers will mean they will pay more than poorer people, for example for the energy that has been used in producing the goods and services they buy. The larger proportion of their incomes and wealth (salaries, dividends, capital growth, etc.) derived directly or indirectly from land ownership and the use of other common resources like energy, will mean they pay proportionately more tax (indirectly) on their incomes“ (Robertson, 1998)*

Robertson navrhuje propojit CI (citizen's income) se změnou daňového systému, který by zacílil více bohaté jedince. Tento daňový systém je založen na zdanění společného bohatství společnosti, jako půdy a energie, které jsou v privátním vlastnictví, ale jsou součástí společného dědictví a tedy jejich držitel by měl odvádět za jejich užívání daň.

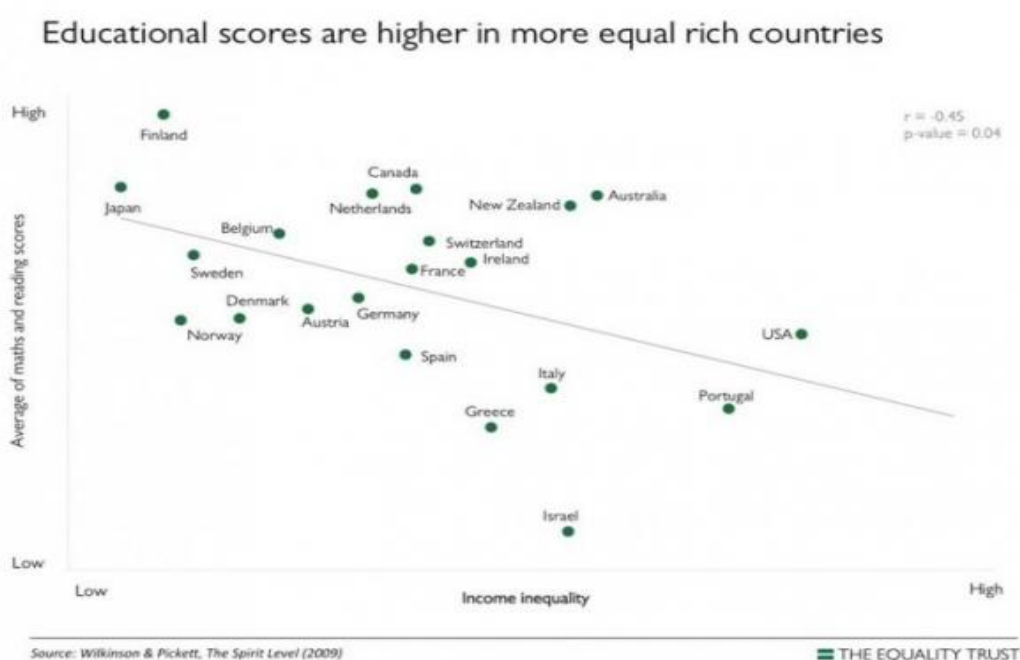
Na jednu stranu tedy zvýšíme výdaje pro velké vlastníky půdy, kteří největším dílem přispívají k znečišťování životního prostředí, a také přispějeme k větší odpovědnosti společnosti k tomuto společnému dědictví a bez zrušení soukromého vlastnictví napomůžeme větší angažovanosti.

---

*(platy, dividendy, růst kapitálu, atd.) (odvozené přímo, nebo nepřímo z vlatnění půdy a využívání dalších běžných zdrojů jako energie, budou znamenat proporcčně vyšší daně (nepřímo) na jejich příjem.*

### 3.3.5 Důsledky pro vzdělávací systém

Jak se ukazuje (Graf. č. 8), vzdělání je úzce propojené se sociálním statutem, sociální mobilitou a příjmovou ne/rovností. <sup>30</sup> „In more equal Finland and Belgium the benefits of greater equality were, once again, bigger at the bottom of the social ladder than in less equal UK and USA. But even the children of parents with the very highest levels of education did better in Finland and Belgium than they did in the more unequal UK or USA.“ (WILKINSON, a PICKETT, 2010)



(Graf. č. 8. Úspěšnost vzdělávacího systému a příjmová ne/rovnost, zdroj: Wilkinson and Pickett, The Spirit Level (2009))

Jedním z možných vysvětlení tohoto jevu, je skrze rodinu a podmínky, jaké má rodina ve společnosti. Nerovnosti jsou úzce propojeny s dysfunkcí

---

<sup>30</sup> Ve více rovnostářštějším Finsku a Belgii, byly přínosy opět vyšší na sodku sociálního žebříčku, než v méně rovnostářštější USA a Velké Británii. Avšak také dětem rodičů s nejvyšším dosažitelným vzděláním, se vedlo lépe, než ve více nerovné USA a Velké Británii.

společnosti. V USA sice sídlí nejlepší university na světě, ale jak se ukazuje, tento fakt sám o sobě nevypovídá o kvalitě výuky. Komplexní systém, který uzavírá jednotlivce do koloběhu odvádění více práce a více spotřeby má za následek menší čas strávený s rodinou a mnoho dalších problémů, jejichž důsledky jsou zvýšená kriminalita, kvalita zdraví, sociální vztahy, atd.

<sup>31</sup> „...societies can improve the quality of early childhood through the provision of family allowances and tax benefits, social housing, health care, programmes to promote work/life balance, enforcing child support payments and, perhaps most importantly, through the provision of high-quality early childhood education.“  
(WILKINSON, a PICKETT, 2010)

Z experimentů vyplývá, že děti ze znevýhodněných rodin a vyčleněné sociální skupiny, kterým se dostane kvalitního vzdělání, jsou mnohem méně náchylné k deviantnímu jednání, zločinu a vydělávají více, než jejich rodiče.

Výzkum, zabývající se sociálním postavením a jeho vlivem na výkon v rámci vzdělávání zjistil v rámci experimentu radikální dopad statutu. 321 dětí z indické nízké kasty bylo testováno v porovnání s 321 dětmi z vyšší kasty. Poprvé nevěděli o statusu ostatních dětí a při řešení hádanky, byly trochu úspěšnější děti u nižších kast. Na druhý pokus, při kterém měli před ostatními zveřejnit svou kastovní příslušnost, se výkon naprosto změnil a děti u nižších kast byly oproti vyšším neúspěšné. Tento experiment nám nejen dokázal, jaký vliv má pozice v sociální hierarchii na vzdělávání, ale jakou roli může hrát v dalších oblastech.

---

<sup>31</sup> *Společnosti mohou vylepšit kvalitu ranného dětství skrze rodinné půjčky, daňové úlevy, sociální bydlení, zdravotní péči, programy k nastolení pracovní/životní rovnováhy, vyplácením přídaoků na dítě a snad nejdůležitěji, skrze umožnění vysoké kvality vzdělávání dětí.*

Výsledky připomínají důvody soutěživé spotřeby. Jistě je zde kulturní rozdíl a Indické kasty nemůžeme naprosto porovnat se socioekonomickým postavením v západních společnostech, ale tendence k úzkosti ze ztráty sociálního postavení jsou zde zřejmé. Podobné výzkumy byly prováděny mezi afroamerickými a bílými dětmi se stejnými výsledky.

<sup>32</sup> „We learn best in stimulating environments when we feel we can succeed. When we feel happy or confident our brain benefit from the release of dopamine, the reward chemical, which also helps with memory, attention and problem solving.“  
(WILKINSON, a PICKETT, 2010)

Sociální status také ovlivňuje naše ambice a hodnoty. Čím níže na společenském žebříčku, tím jsou naše cíle více ovlivněny.

---

<sup>32</sup> Nejlépe se učíme v podnětném prostředí, kde cítíme, že můžeme uspět. Když se cítíme šťastní a jistí, náš mozek profituje z uvolněného dopaminu (proku odměny), který také pomáhá paměti, pozornosti a řešení problémů.

## Závěr

V této práci jsem shrnul dosavadní přístupy k problematice konzumního jednání a to pohledem normativní a liberální kritiky. Poukázal jsem na problematiska východiska obou těchto přístupů a to především v pozicích v jakých se staví k odpovědnosti za toto jednání. Normativní kritika zachází s jedincem paternalisticky, tedy přikládá veškerou váhu za toto jednání buď na marketingové strategie nebo na ideologické motivy. Liberální kritika v podání Josepha Heatha naopak příliš přehlíží institucionální hledisko, které se zdá hrát hlavní roli.

Konzumní jednání jsem se snažil prozkoumat ze třech perspektiv: individuální, symbolické a institucionální. Při práci na návrhu mechanismu se ukázaly tyto roviny jako zásadně propojené a zdá se, že nelze na tuto problematiku pohlížet skrze jednotlivé roviny, ale jakožto na komplexní systém zahrnující nejen sociální potažmo institucionální, ale také psychologické faktory.

Samotný mechanismus jenž jsem navrhnul- Základní nepodmíněný příjem není schopen řešit problém nadměrné konzumace, stejně jako další návrhy liberálních kritiků, jako progresivní zdanění, nebo větší kontrola reklamy. Naděje, které se vztahují k tomuto mechanismu a v čem spočívá výhoda oproti ostatním návrhům, je že díky základnímu nepodmíněnému příjmu může dojít k vyřešení celé škály sociálních problémů.

Východisko, ze kterého docházím k těmto závěrům, je že menší nerovnosti v příjmech a rozdělení bohatství ve společnosti jsou základním předpokladem k vyřešení těchto problémů. Rovnostářštější společnost se ukazuje jako stabilnější a odolnější vůči sociální dysfunkci, do které spadá také defenzivní soutěživá spotřeba.

Korelace, mezi výskytem zvýšené kriminality, nízké sociální mobility, průměrnou délkou dožití, mírou znečištění životního prostředí a rovností, respektive nerovností v příjmech se ukazuje jako zásadní faktor.

Nejenže může základní nepodmíněný příjem pomoci vyřešit tyto problémy, ale nepřímo také problém defenzivní soutěživé spotřeby. Ve více rovnostářšších společnostech je podstatně větší míra důvěry. Nedůvěra je základní motiv defenzivní spotřeby, protože ta vzniká ze strachu o ztrátu sociálního postavení.

Problémy spojené s nadměrnou konsumací, jako ničení životního prostředí jsou opět úzce propojené s ne/rovností společnosti. V rámci dosavadní technologické úrovně je možné dosáhnout i v bohatých rozvinutých zemích snížení ekologické stopy, jež za sebou zanechávají, opět prostřednictvím větší příjmové rovnosti.

Výzkumy, které jsem uvedl, vykazují až příliš velké podobnosti na to, aby byly odvrženy a ačkoli nemůžeme pokládat snižování nerovností za všelék, který zbaví společnost jak soutěživé spotřeby tak dalších forem deviantního jednání, měly by jimi sociální vědy dále zabývat a zkoumat možnosti uplatnění.

## Literatura a zdroje

ALFINO, Mark, John S. CAPUTO a Robin. WYNYARD. McDonaldization revisited: critical essays on consumer culture. Westport, Conn.: Praeger, 1998.

Amnesty International [online]. Ne v mém telefonu!, 2016 [cit. 2017-01-23].

Dostupné z: <https://www.amnesty.cz/pripad/detska-prace-kongo>

ANA [online]. Marketing Spend on Brand Activation will top \$595 Billion in 2016:

ANA Report, 2016 [cit. 2017-01-19]. Dostupné z:

<https://www.ana.net/content/show/id/39647>

Apple [online]. Apple commitment to responsible sourcing, 2016 [cit. 2017-01-23].

Dostupné z: [http://www.apple.com/supplier-](http://www.apple.com/supplier-responsibility/pdf/Apple_Commitment_to_Responsible_Sourcing.pdf)

[responsibility/pdf/Apple\\_Commitment\\_to\\_Responsible\\_Sourcing.pdf](http://www.apple.com/supplier-responsibility/pdf/Apple_Commitment_to_Responsible_Sourcing.pdf)

BAUMAN, Zygmunt; BORDONI, Carlo. State of crisis. John Wiley & Sons, 2014.

Corak, M. (2013). Income Inequality, Equality of Opportunity, and Intergenerational Mobility. *The Journal of Economic Perspectives*, 27(3), 79-102. Retrieved from:

<http://www.jstor.org/stable/41955546>

DELEUZE, Gilles a Félix GUATTARI. Anti-Oedipus: capitalism and schizophrenia.

Minneapolis: University of Minnesota Press, c1983.

DELEUZE, Gilles a Félix GUATTARI. A thousand plateaus: capitalism and schizophrenia. Minneapolis: University of Minnesota Press, c1987

DIALLO, Yacouba; ALEX ETIENNE; MEHRAN, Farhad. Global child labour trends 2008 to 2012. ILO, 2013.

Etzioni, A. (2011). The New Normal. *Sociological Forum*, 26(4), 779-789. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/41330893>

Evropská občanská iniciativa, in: HRUBEC, M. a kol.: Nepodmíněný základní příjem. Praha: Ekumenická akademie, 2013. ISBN 978-80-87661-06-2, s. 19-23.

FISHER, Mark. Kapitalistický realismus. V Praze: Rybka, 2010.



Frank, R. (2013). *Falling behind: How rising inequality harms the middle class* (Vol. 4). Univ of California Press.

Frič, P. (2015). „Občanská společnost a definice NNO, vývoj, stav a trendy.“  
Dokumenty Rady vlády pro nestátní neziskové organizace. Citováno 23. února 2017.  
Dostupné z:  
[https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnno/dokumenty/studie\\_fric\\_pro\\_web.pdf](https://www.vlada.cz/assets/ppov/rnno/dokumenty/studie_fric_pro_web.pdf).

FROMM, Erich. *Obraz člověka u Marxe*. Brno: L. Marek, 2004

Fund, M. F. (1995). *Yearning for balance: views of Americans on consumption, materialism and the environment*. Author, Milton, MA.

GIDDENS, Anthony. *The consequences of modernity*. John Wiley & Sons, 2013.

GOULD, Kenneth Alan., David N. PELLOW a Allan. SCHNAIBERG. *The treadmill of production: injustice and unsustainability in the global economy*. Boulder: Paradigm Publishers, c2008.

Heath, J. (2001). The structure of hip consumerism. *Philosophy & social criticism*, 27(6), 1-17.

HONNETH, Axel. *Patologie rozumu: dějiny a současnost kritické teorie*. Praha: Filosofia, 2011. *Filosofie a sociální vědy*.

Johnston, J. (2008). The Citizen-Consumer Hybrid: Ideological Tensions and the Case of Whole Foods Market. *Theory and Society*, 37(3), 229-270. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/40211036>

KLEIN, Naomi. *Bez loga*. Přeložil Pavel KAAS. Praha: Argo, 2005. *Zip (Argo: Dokořán)*.

LYOTARD, Jean-François. *O postmodernismu: postmoderno vysvětlované dětem : postmoderní situace*. Praha: Filosofia, 1993.

Nau, M. (2013). Economic Elites, Investments, and Income Inequality. *Social Forces*, 92(2), 437-461. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/43287800>

PACKARD, Vance. The hidden persuaders. Repr. Harmondsworth: Penguin Books, 1965. Pelican Books, A 585.

Pew Research Center [online]. Short-term Optimism, Long-term Uncertainty, 2010 [cit. 2017-02-21]. Dostupné z: <http://www.pewsocialtrends.org/2010/06/30/vi-short-term-optimism-long-term-uncertainty/>

RITZER, George. The McDonaldization of society. 20th anniversary ed., 7th ed. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, c2013.

Robertson, J. (1998, May). Sharing our Common Heritage: Resource Taxes and Green Dividends. In Proceedings of a One Day International Conference. Oxford Centre for the Environment, Ethics and Society, Oxford University.

Starbucks [online]. Ethos® Water Fund [cit. 2017-01-13]. Dostupné z: <https://www.starbucks.com/responsibility/community/ethos-water-fund>

Statista [online]. Employess in the U.S. fast food restaurant industry 2018, 2017 [cit. 2017-01-15]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/196630/number-of-employees-in-us-fast-food-restaurants-since-2002/>

Marketing Charts [online]. Which Emotions Do Consumers Identify With Positive Experiences and Loyalty?, Watershed Publishing, 2017 [cit. 2017-01-15]. Dostupné z:

SCHOR, Juliet. The overworked American: The unexpected decline of leisure. Basic books, 2008.

Shapiro, I., & Friedman, J. (2006). New CBO Data Indicate Growth in Long-Term Income Inequality Continues. Citováno 3. března 2017. Dostupné z: <http://www.cbpp.org/research/new-cbo-data-indicate-growth-in-long-term-income-inequality-continues>

SINGER, Peter. Darwinovská levice: politika, evoluce a spolupráce. Přeložil Denis KOSTOMITSOPOULOS. Praha: Filosofia, 2016. Dnešní svět.

Smith, A. (1937). The wealth of nations [1776].

Taylor, S., & Lyon, P. (1995). Paradigm lost: the rise and fall of McDonaldization. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 7(2/3), 64-68.

The American Association of University Women, *The Simple Truth About the Gender Pay Gap: 2015 Edition* (2015): p.4

UNITED NATIONS DEVELOPMENT PROGRAMME. *Human development report 1995*. [Standing order]. New York: Oxford University Press for the United Nations Development Programme (UNDP), 1995.

Van Parijs, P. (2004). Basic income: a simple and powerful idea for the twenty-first century. *Politics & Society*, 32(1), 7-39.

VEBLEN, Thorstein. *The theory of the leisure class*. New York: Dover Publications, c1994

WALLERSTEIN, Immanuel Maurice. *Utopistika: [historické rozhodování ve 21. století]*. Přeložil Rudolf PŘEVŘÁTIL. Praha: Intu, 2006. Tři tečky.

WALLERSTEIN, Immanuel Maurice. *World-systems analysis: an introduction*. Durham: Duke University Press, c2004.

Welker, M., & Wood, D. (2011). Shareholder Activism and Alienation. *Current Anthropology*, 52(S3), S57-S69. Retrieved from [www.jstor.org/stable/10.1086/656796](http://www.jstor.org/stable/10.1086/656796)

Weakliem, D., & Casey Borch. (2006). Alienation in the United States: Uniform or Group-Specific Change? *Sociological Forum*, 21(3), 415-438. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/4540950>

Wilkinson, R., & Pickett, K. (2009). Income Inequality and Social Dysfunction. *Annual Review of Sociology*, 35, 493-511. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/27800088>

WILKINSON, Richard a Kate PICKETT. *The spirit level why equality is better for everyone*. London: Penguin, 2010.

World Health Organization [online]. *Obesity and overweight*, 2016 [cit. 2017-01-15]. Dostupné z: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/en/>

World Health Organization [online]. *Global Meat Production and Consumption Continue to Rise*, 2011 [cit. 2017-01-19]. Dostupné z:

<http://www.worldwatch.org/global-meat-production-and-consumption-continue-rise-1>

YACOUBA DIALLO, Alex Etienne and Farhad Mehran a IPEC INTERNATIONAL LABOUR OFFICE. Global child labour trends 2008 to 2012. Geneva: ILO, 2013.

ZAHRÁDKA, Pavel, ed. Spotřební kultura: historie, teorie a výzkum. Praha: Academia, 2014.

Zdravotnický deník [online]. Antidepressiva vysadí kvůli nežádoucím účinkům zhruba polovina pacientů, 2016 [cit. 2017-01-17]. Dostupné z: <http://www.zdravotnickydenik.cz/2016/07/antidepressiva-vysadi-kvuli-nezadoucim-ucinkum-polovina-zhruba-pacientu/>

ŽIŽEK, Slavoj. How to read Lacan. New York: W.W. Norton & Co., 2007. How to read (New York, N.Y.).

ŽIŽEK, Slavoj. Jednou jako tragédie, podruhé jako fraška, aneb, Proč musela utopie liberalismu zemřít dvakrát. V Praze: Rybka, 2011.

## Seznam obrázků, grafů, schémat

### Obrázky:

Obr. 1. Dimenze a indikátory pro výpočet Human Development Index zdroj: United Nations development programme: Human development reports, (2017)

### Grafy:

Graf. č. 1. Jak bude vypadat život další generace?, zdroj: Pew Research Center, (2010)

Graf. č.2. Emoce spojené s pozitivním zážitkem z nákupu a věrnost značce, Zdroj: Marketing Charts, (2017)

Graf. č. 3. Vlivy na oddanost značce u mileniálů, zdroj: Marketing Charts, (2017)

Graf č. 4. Změny v příjmech po zdanění: 1979-2003, zdroj: Congressional Budget Office, Historical Effective Federal Tax Rates: 1979 to 2003, December (2005.)

Graf. č. 5. Velikost zahraniční pomoci a příjmová ne/rovnost, zdroj: Wilkinson and Pickett, The Spirit Level (2009)

Graf. č. 6. Výskyt mentálních onemocnění v závislosti na ne/rovnosti příjmů, zdroj: Wilkinson and Pickett, The Spirit Level (2009)

Graf. č. 7. Průměrná délka života v závislosti na emisích CO<sup>2</sup>, zdroj: Wilkinson and Pickett, The Spirit Level (2009)

Graf. č. 8. Úspěšnost vzdělávacího systému a příjmová ne/rovnost, zdroj: Wilkinson and Pickett, The Spirit Level (2009)

### Schémata:

Schéma č. 1. Kulturní, politicko-ekonomická a politicko-ekologická dimenze konzumera a občana, zdroj: Johnston, (2008)

Schéma č. 2. Schéma věznova dilematu, zdroj: Structure of Hip-consumerism, Heath (2001)