



Pedagogická  
fakulta  
Faculty  
of Education

Jihočeská univerzita  
v Českých Budějovicích  
University of South Bohemia  
in České Budějovice

/Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra společenských věd

Bakalářská práce

# Konzumerismus jako pedagogický problém vybrané aspekty

Vypracovala: Markéta Jelínková

Vedoucí práce: PhDr. Pavel Hejtman, CSc.

České Budějovice 2020

## **Prohlášení**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě/v úpravě vzniklé vypuštěním vyznačených částí archivovaných Pedagogickou fakultou elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Želivě dne 24. 6. 2020

.....

## **Poděkování**

Děkuji vedoucímu bakalářské práce PhDr. Pavlu Hejtmanovi, CSc., za cenné rady, připomínky a ochotné metodické vedení práce.

## **Abstrakt**

Práce si klade za cíl nastínění problematiky konzumerismu, vývoje konzumní společnosti a s ní souvisejícího konzumního způsobu života. Dále se pokouší reflektovat problémy s udržení optimální tělesné hmotnosti v důsledku masově rozšířeného konzumního způsobu života se speciálním přihlédnutím k problematice obezity u dětí a mládeže, jež představuje jeden z aktuálních pedagogických problémů. Praktické část práce se zaměřuje na vytvoření metodicko-didaktické přípravy, kterou je možno využít v rámci předmětu výchova k občanství na ZŠ.

Teoretické část této práce byla vytvořena na základě následujících metod: odborná heuristika, komparace a kompilace z odborné literatury a z dalších zdrojů, na jejichž základě se autorka pokouší o analýzu dané problematiky.

Praktická část práce byla vytvořena s ohledem na oficiální metodické a didaktické principy výuky. Autorka bude následně posuzovat aspekty konzumerismu představující zdravotní riziko v podobě obezity jako pedagogický problém. Praktickou část této bakalářské práce bude možné využít jako doplňující materiál v rámci výuky o problematice konzumerismu v hodinách občanské výchovy na ZŠ.

**Klíčová slova:** konzumerismus, konzumní životní styl, dětská obezita, obezita jako pedagogický problém

## **Abstract**

The thesis aims to outline the problematic of consumerism, development of the consumer society and the consumerism lifestyle connected with it. Furthermore, it tries to reflect the problems with keeping the optimal body weight due to massively spread consumerism lifestyle with special attention to the problematic of child and young people obesity which represents one of the current pedagogical problems. The practical part of the thesis focuses on the creation of methodical-didactic preparation, which can be utilized within the subject civic education at elementary schools.

The theoretical part of the thesis was created on the basis of the following methods: professional heuristics, comparison and compilation from professional literature and other sources on the basis of which the author tries to analyze the given problematic.

The practical part was created with regard to official methodical and didactical principles of teaching. The author will then assess the aspects of the consumerism representing the medical risks in the form of obesity as a pedagogical problem. It will be possible to use the practical part of the thesis as a supplementary material within the teaching about the problematic of consumerism in the civic education classes at elementary schools.

**Key words:** consumerism, consumer lifestyle, childhood obesity, obesity as pedagogical problem

## OBSAH

1	Úvod .....	7
2	Úvodní slovo o konzumerismu .....	9
3	Konzum a konzumní životní styl .....	13
4	Společnost produkce a společnost konzumu .....	15
4.1	Společnost produkce .....	15
4.2	Přechod od společnosti produkce ke společnosti konzumu .....	16
4.3	Společnost konzumu .....	18
5	Vymezení konzumerismu z pohledu psychologie .....	23
6	Vymezení konzumerismu z pohledu ekonomie .....	26
7	Základní změny ve světové výrobě a spotřebě .....	29
8	Konzumerismus školní mládeže.....	33
8.1	Transmise kapitálu a spotřebních vzorců z rodičů na dítě.....	34
8.2	Vliv ekonomického a kulturního kapitálu.....	35
8.3	Mládež a spotřeba.....	36
8.4	Trh cílící na mládež.....	38
9	Zdravotní rizika plynoucí z KONZUMERISMU – NADVÁHA a obezita.....	40
9.1	Nadváha a obezita.....	40
9.2	Typy obezity.....	44
10	Dětská obezita.....	45
10.1	Nutriční faktory vzniku dětské obezity.....	46
10.1.1	Špatný poměr mezi energetickým příjmem a výdejem .....	46
10.1.2	Nevhodné stravovací návyky .....	48
10.1.3	Otázky konzumního životního stylu v prostředí školy.....	49
11	Vnější Faktory vzniku obezity .....	51
11.1	Vliv rodiny .....	51
11.2	Socioekonomické faktory .....	51
11.3	Sociokulturní faktory .....	52
12	Principy zpracování metodicko-didaktických příprav s přihlédnutím na RVP ZV .....	56
13	Závěr .....	77
14	Literatura a zdroje.....	80

## 1 ÚVOD

Konzumerismus obklopuje dnešní společnost vyspělých států téměř na každém kroku. Otázky plynoucí z konzumního stylu života a s ním spjatá rizika představují proto aktuální téma. Každý den se setkáváme s nejrůznějšími aspekty konzumerismu, který tak významně modeluje podobu soudobé společnosti, jelikož tento fenomén ovlivňuje všechny složky společnosti a vytváří tak životní rámec, v němž se člověk pohybuje. Konzum, který představuje nikdy nekončící honbu za novějšími, lepšími věcmi, přináší člověku pocit domnělého sebeurčení v konzumně smýšlející společnosti. Naplňování spotřebních tužeb konzumenta, které jsou často podmiňovány všudypřítomnou reklamou, stejně jako společenským tlakem kladeným na jedince, je v dnešní společnosti velmi snadné, jelikož každý den procházíme okolo mnoha obchodů nabízejících velké množství rozličného zboží nebo si můžeme toto zboží zakoupit pomocí několika kliknutí v pohodlí domova. Snadná dostupnost zboží i jeho nepřeborná nabídka s sebou přináší na jedné straně velkou svobodu, svobodu volby, která přesahuje rámec spotřebního chování lidí a promítá se do celkové liberalizace společnosti v mnoha ohledech, na druhou stranu uvrhuje konzumní styl života dnešního člověka do soukolí mechanismu konzumerismu, který ovlivňuje všechny stránky jeho života.

Tato bakalářská práce si klade za cíl reflektovat vybrané aspekty konzumerismu a zasazovat je do širších historických, sociálních a ekonomických souvislostí. Problematika konzumerismu, jak již bylo nastíněno výše, je nesmírně obsáhlá a zahrnuje v sobě mnoho vzájemně provázaných aspektů, tato práce nemůže pojmout všechna hlediska dané problematiky, stejně jako nemůže obsáhnout všechny myšlenky knih, které se konzumerismem zabírají.

Cíl této práce spočívá ve vypracování metodicko-didaktických příprav, které mohou být využity v rámci předmětu občanská výchova na základní škole. Pro koncipování těchto hodin může posloužit jak samotná práce, tak literatura, z níž autorka při tvorbě práce čerpala.

Pro tvorbu této práce byly využity následující metody: odborná heuristika, komparace a kompilace z vybrané literatury. Metoda odborné heuristiky sloužila autorce práce k

získání poznatků o dané problematice na jejichž základu byly v práci vymezeny a následně uvedeny do kontextu zásadní pojmy spjaté s konzumerismem. Autorka se dále pokusila o stručnou rekonstrukci vývoje společnosti od společnosti tradiční až ke společnosti postmoderní, která je s fenoménem konzumerismu úzce spjata. Metoda komparace umožnila autorce seznámení se s různými úhly pohledu jednotlivých autorů vybrané literatury, které se v práci pokusila o analýzu dané problematiky. Jako poslední zde zmíníme metodu kompilace, pomocí které se autorka pokusila zpracovat teoretickou část této bakalářské práce, na základě vybrané literatury. Bakalářská práce je strukturována do tří částí, dvou teoretických a jedné praktické části, která je pojata jako metodicko-didaktická příprava na hodiny občanské výchovy pro ZŠ.

První teoretická část práce začíná úvodním vymezením konzumerismu, které je rozvedeno v další kapitole věnující se klíčovému pojmu konzumerismu – konzumu. Následující kapitoly této části práce jsou věnovány společnosti produkce a společnosti konzumu, je zde reflektován proces přechodu mezi jednotlivými typy moderní společnosti s ohledem na vnější sociálně-ekonomické faktory, které tuto transformaci umožnily. V dalších kapitolách první teoretické části práce nalezneme vymezení konzumerismu z pohledu psychologie a ekonomie, s čímž úzce souvisí výčet změn ve světové výrobě a spotřebě, který odráží proces globalizace, a který představuje poslední kapitolu této části práce.

Druhá teoretická část se zaměřuje na konzumerismus školní mládeže, pokouší se definovat specifika konzumního chování této věkové kategorie a zamýšlí se nad vlivy, které na rozvoj konzumních vzorců chování u dětí působí. V dalších kapitolách se autorka zaměřila na jeden z rizikových faktorů konzumního stylu života, a to na obezitu, která je v práci nejprve vymezena obecně a následně se jí autorka věnuje s ohledem na školní prostředí, kdy vymezuje obezitu jakožto pedagogický problém.

Poté následuje třetí část práce, která je praktická a věnuje se vzniku metodicko-didaktické přípravy, která může být použita v rámci hodin občanské výchovy na druhém stupni základní školy, a která byla vypracována na základě Rámcového vzdělávacího programu pro základní vzdělávání, dále bylo čerpáno také z doporučených očekávaných výstupů v základním vzdělávání pro rok 2011.



## *První teoretická část*

---

### **2 ÚVODNÍ SLOVO O KONZUMERISMU**

Konzumerismus jako jeden z průvodních znaků přechodu od tradiční formy společnosti až ke společnosti postmoderní vznikl jako důsledek postindustriální společnosti. Byla to právě tato společnost, pro niž je charakteristická změna ekonomického zaměření, jež se odklonilo od výrobní sféry (sekundéru) a svou pozornost zaměřilo na sektor služeb (terciér), která vytvořila optimální podmínky pro vznik konzumerismu. Prudký ekonomický rozvoj dokázal vytvořit takovou míru ekonomické vyspělosti, která do rukou společnosti vložila přebytek důchodu, který s sebou nese celkové navýšení spotřeby, díky čemuž dochází také k růstu životní úrovně obyvatel zemí, které výše zmíněnou ekonomickou transformací prošly.

V této kapitole se krátce podíváme na jednotlivé etapy vývoje společnosti od tradiční společnosti, která představovala pevný rámec životního cyklu lidí až do 19. století, kdy začalo být toto pevné a po staletí platné schéma narušováno novými vlivy. Byly v podobě modernizace výrobních technologií tím způsobené zvýšené efektivitě výroby, která mohla přesáhnout rámec spotřeby, takže mohl vznikat nadprodukt, s nímž bylo možno dále obchodovat. Šlo i o vlivy z hlediska filozofického rámce, který navázal na osvícenecké myšlenky 17. a 18. století a pokračoval v nabourávání pevných struktur (např. náboženství), zajišťujících po staletí hodnotovou konzistenci společnosti. Tyto vlivy vyústily v přechod tradiční společnosti ke společnosti moderní, která se v druhé polovině 20. století vlivem nových aspektů začala transformovat na společnost postmoderní.<sup>1</sup>

Pro tradiční společnost je klíčová instituce rodiny, která jedinci pevně vymezuje prostor, v němž se jeho život odehrává, jelikož velmi často představuje i místo výkonu práce. Většina obyvatel žila na venkově a jejich život byl úzce svázán s půdou. V těchto tradičních společnostech fungovala řada sociálních institucí, pod jejichž kontrolou se život jednotlivce odehrával, a právě tato sociální kontrola neformálním, ale velmi účinným způsobem zajišťovala dodržování pravidel dané společnosti. Velmi důležitou

---

<sup>1</sup>GIDDNES, A. *Sociologie*. 3. vyd. Praha: Argo, 2005, s. 310. ISBN 80-7203-124-4.

roli v tradiční společnosti hrálo náboženství, které nejen svým silným normativním vlivem, ale i řadou tradic a zvyků zajišťovalo pospolitost venkovské komunity.

Tento typ společnosti nebyl obvykle schopen vyprodukovat nadprodukt, jelikož většina vzájemně jen velmi málo propojených lokálních trhů stačila pouze na samozásobitelskou produkci pro danou komunitu, a proto zde trh nebyl řídicím faktorem.

Pro zformování moderní společnosti je klíčová industrializace, jejíž počátky nalezneme v Anglii 18. století, kde se k usnadnění a zefektivnění výroby začala využívat voda a pára. Tyto technologické novinky se nejdříve využívaly v textilní výrobě, kde výrazně urychlily proces výroby látek, díky tomu se snížila i jejich finální cena.<sup>2</sup> Zboží se tedy díky zavádění strojní výroby zlevňovalo, ale koupěschopnost obyvatelstva příliš nevrstla, jelikož postupné nahrazování dělníků strojní výrobou mělo za následek rapidní pokles ceny práce dělníků. Významným průvodním jevem industrializace je urbanizace, v jejímž rámci velké množství lidí opouštělo venkov a stěhovalo se za prací v nově vzniklých či rozšířených továrnách do měst. Urbanizace přináší rozpad tradičních venkovských komunit, které se vyznačovaly vzájemnou pospolitostí a nízkou sociální kontrolou. Současně přináší rozpad modelu velké rodiny a tradiční formy domácnosti. Všechny tyto změny vedly k osvobození individua, k postupné demokratizaci společnosti, jakožto i k nárůstu nacionality a pozdějšímu vzniku národních států, na druhou stranu s sebou rozpad tradiční společnosti nesl řadu negativních sociálních aspektů. Byly jimi například vznik chudinských ghett, v nichž žila většina těžce pracujících dělníků, využívání dětské práce, a především neustále se prohlubující propast mezi majiteli výrobních prostředků a nemajetnými dělníky.

Klíčovou premisou pro moderní společnost je racionalizace, a to nejen ve výrobních postupech, nýbrž i racionalizace organizace společnosti, potažmo racionalizace života jedince. Další významnou změnou je, jak již bylo naznačeno výše, změna pohledu na identitu, která zde již není odvozována od vnějších faktorů, nýbrž se stává pracně

---

<sup>2</sup>GIDDENS, A. *Sociologie*. 3. vyd. Praha: Argo, 2005, s. 310–312. ISBN 80-7203-124-4.

budovaným produktem naplňování životního „projektu“, který je před člověkem vytýčen.<sup>3</sup>

Život v této společnosti bývá často vnímán jako pouť s jasným cílem a člověk jako poutník, jehož životní kroky jsou posuzovány z hlediska užitečnosti pro dosažení daného cíle.<sup>4</sup> V moderní společnosti se tak vytváří podmínky, v nichž se trh stává klíčovým hybatelem společnosti.

Toto krátké poohlédnutí se za moderní společností nám vytvořilo odrazový můstek k vymezení postmoderní společnosti. Pro postindustriální dobu je typické přeorientování velkého množství zaměstnanců do sektoru služeb, což je nevyhnutelné vyústění skutečnosti, že strojní výroba téměř nahradila práci dělníků a vlivem technologického pokroku a s ním jdoucího zdokonalování mechanizované výroby významně poklesl počet lidí potřebných k obsluze strojů. Díky tomu, že se významně zvýšila také úroveň vzdělání populace, dochází k rozvoji nevýrobních pracovních sektorů– služby, věda, výzkum, v nichž nachází řada zaměstnanců uplatnění. Se zlepšením pracovních podmínek v továrnách vzniká v životech lidí volný čas, který dříve prakticky nebyl. Modernizace pohledem obecné sociologie vykazuje několik základních znaků, jako jsou postupující individualizace, která má za cíl vertikální diferenciaci individuí, abstrakce a generalizace společenských vztahů či zvýšená funkční diferenciaci jednotlivých společenských subsystémů, což se promítá mimo jiné ve složité dělbě práce a s tím souvisejícím nárůstu nezaměstnanosti.<sup>5</sup> Klíčovou roli při přechodu od moderní k postmoderní společnosti sehrálo významné zrychlení komunikace, a to jak v mezilidské a osobní rovině, tak v rovině dopravní. Rozvoj automobilové dopravy a s tím spojený rozvoj dopravní infrastruktury stejně jako zavádění dopravy letecké umožnil mnohem snadnější a rychlejší pohyb osob na malé, střední i velké vzdálenosti, čímž vytvořil ideální podmínky pro propojování vzdálených částí světa, které označujeme jako globalizace. Na tomto místě je důležité ještě jednou zmínit, že výše popsany technologický vývoj, který umožnil nahradit lidskou práci stroji a tím významně zefektivnil výrobu, vedl k nadbytečné výrobě, která přesahuje lokální

---

<sup>3</sup>BAUMAN, Z. *Úvahy o POSTMODERNÍ době*. Dotisk 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, s. 29–33. ISBN 80-85850-12-5.

<sup>4</sup>BAUMAN, Z. *Úvahy o POSTMODERNÍ době*. Dotisk 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, s. 29–33. ISBN 80-85850-12-5.

<sup>5</sup>Tamtéž.

poptávku a tím dochází k přebytku výrobků, což je pro rozvoj fenoménu konzumerismu klíčové.

### 3 KONZUM A KONZUMNÍ ŽIVOTNÍ STYL

Konzum lze jednoduše vymezit jako jev, který klade velký důraz na materiální složky života, tedy na majetek. Jedinec se více než na nemateriální hodnoty, které nelze svázat do poddanského poměru vlastnění – jako jsou rodina, partnerství či přátelé a zaměřuje na materiální hodnoty, tedy na to, co a v jaké míře vlastní. Od vlastnění následně odvozuje i svou identitu a vnímání sebe sama v okolní společenské struktuře. „Konzum lze chápat jako takovou orientaci na materiální statky, která vytlačuje coby druhořadé hodnoty nemateriální, nepřipouští spokojit se s úrovní spotřeby předchozí generace a neumožňuje krýt potřeby zcela, či alespoň převážně z lokálních zdrojů.“<sup>6</sup>

*Konzumní orientace tady předpokládá neustálý růst stále odvozenějších potřeb, vede k destrukci spotřebovaných objektů ve stále se zkracujících intervalech a vyžaduje globální transfer věcí určených ke spotřebě, dnes již v měřítku celé planety.*<sup>7</sup> V této definici můžeme kromě transformace hodnotové orientace nalézt prvky globalizace, která úzce souvisí především s ekonomikou, stále více ovlivňovanou vzájemnou provázaností mezinárodních trhů, kdy se vůdčí role ujímají především nadnárodní společnosti. Globalizace ovšem není čistě ekonomický pojem a její dopady můžeme spatřovat v mnoha sférách společnosti, věnuje se jí proto také sociologie. Jelikož proces globalizace velmi úzce souvisí s překotným rozvojem dopravy v několika posledních desetiletích, můžeme jej vnímat jako hlavní zdroj časoprostorové konvergence, tedy procesu zkracování fyzických vzdáleností v čase. Skutečnost, že člověku již nestačí zboží, které mu mohou poskytnout lokální zdroje a s tím související objem dopravy, má velmi negativní dopad na životní prostředí, o čemž se ve své knize Riziková společnost zmiňuje sociolog Ulrich Beck, který hovoří o bumerangovém efektu, v jehož rámci dochází k pomyslnému sloučení oběti s pachatelem. Poškození planety, které úzce souvisí s nadměrným využíváním přírodních zdrojů, se týká všech lidí.<sup>8</sup> Také Kellerova definice v sobě obsahuje aspekt neustálého růstu potřeb, který je ve vzájemné závislosti s výrobou, na což upozornil ve své knize Společnost hojnosti

---

<sup>6</sup>KELLER, J. *Abeceda prosperity*. Brno: Doplněk, 1997, s. 47. ISBN 80-85765-98-5.

<sup>7</sup>Tamtéž.

<sup>8</sup>BECK, U. *Riziková společnost: na cestě k jiné moderně*. 1. vyd. Překlad Otakar Vochoč. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004, s. 48–49. ISBN 80-864-2932-6.

John K. Galbraith.<sup>9</sup> Na tomto místě nesmíme opomenout zmínit vlivy psychologie, podle níž člověk neustále hledá něco nového, což mu znemožňuje spokojit se se stávajícím stavem věcí a vedeno k touze po nových, neznámých věcech. V jiné své knize Keller říká, že lidé jsou svou přirozenou mentalitou nuceni konzumovat stále více a více. „Vzniká proto typ „homo consumens“, který vyžaduje stálý růst produkce, protože bytostně lpí na stálém růstu osobní spotřeby...”<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup>GALBRAITH, J. K. *Společnost hojnosti*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1966, s. 153–154.

<sup>10</sup>KELLER, J. *Až na dno blahobytu (ke společenským kořenům ekologické krize)*. 2. vyd. Brno: Hnutí DUHA, 1995, s. 36. ISBN 80-902056-0-7.

## 4 SPOLEČNOST PRODUKCE A SPOLEČNOST KONZUMU

### 4.1 Společnost produkce

Pro definování jednotlivých etap vývoje společnosti je klíčová podoba vztahů mezi soukromým životem, prací a spotřebou, která v minulosti prošla řadou změn, jak již bylo naznačeno výše. Překotná změna, která nastala v polovině 18. století, a to průmyslová revoluce, představovala zlomový bod vývoje společnosti. Masovým zaváděním velkovýroby a přesouváním pracovních sil z venkova do městských továren vznikla podle Baumana moderní společnost – společnost produkce.<sup>11</sup>

Základní charakteristické rysy společnosti produkce autor definuje následovně: „důvod, proč tento starší typ moderní společnosti nazýváme společností produkce, je ten, že její členové byli zejména řazení mezi producenty, způsob, kterým tato společnost utvářela své členy, byl určován potřebou hrát tuto roli, a normou, kterou společnost udržovala své členy, byla schopnost a ochota tuto roli hrát. V současné pozdně-moderní, druhé modernitě nebo post-moderní fázi společnost zasazuje své členy – opět zejména – do způsobilosti konzumentů.“<sup>12</sup> Buman dále říká, že „... každý musí být v první řadě producentem a až poté čímkoliv dalším...“<sup>13</sup>, což jednoduše shrnuje základní paradigma tohoto typu společnosti, a to že významný podíl jejích členů pracuje v průmyslových odvětvích, jelikož společnost produkce závisí na vlastní produkci výrobků jak pro uspokojení vlastních potřeb, tak pro export do zahraničí. Vzdělání člověka a práce, kterou následně vykonává, jsou základními body pro definování jeho identity, a právě to, jakou pracovní pozici zastává a co produkuje, vypovídá o tom, kým je.

Osobní aspekty života, jakými jsou mezilidské vztahy či volnočasové aktivity, hrají ve vymezování lidské identity druhořadou roli. Zaměstnání, které člověk vykonává, je tak významné také pro svou stálost, díky které závazně determinuje celý život člověka, povolání, které si člověk zvolí, totiž považuje za práci na celý život a neočekává se, že

---

<sup>11</sup>BAUMAN, Z. *Úvahy o POSTMODERNÍ době*. Dotisk 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-12-5.

<sup>12</sup>BAUMAN, Z. *Work, consumerism and thenewpoor*. Maidenhead, New York: Open University Press. ISBN 9780335224166.

<sup>13</sup>Tamtéž.

by ho někdy měnil. Díky tomu se životy členů společnosti produkce odehrávají v lineárním pořadí pevně daného rámce, který dává strukturovanou podobu každému dni.

Člověk se tak nemusí stresovat tím, co přinese následující den, a není neustále stavěn před stále nová rozhodnutí, která mohou ve své možné variabilitě zásadně změnit tok věcí. Pracovní doba stejně jako jednotlivé pracovní postupy jsou předem jasně dány, a tudíž také nenabízejí možnost či povinnost se rozhodovat. Dalším typickým znakem společnosti produkce je, že si většina jejích členů vytváří finanční rezervy na „horší časy“, které si průběžně ukládá na různé formy vkladních knížek či spořicíh účtů. Zadlužování lidí se v této společnosti vyskytuje pouze marginálně a lidé se k němu uchylují obvykle pouze z vážných důvodů, které nejsou v aktuální životní situaci schopni vyřešit jiným způsobem.

## **4.2 Přejchod od společnosti produkce ke společnosti konzumu**

Postupem času se fungování společnosti produkce začalo pozvolna měnit, což souviselo především se změnami způsobu vnímání žité reality. Tvrdě pracující producenti začali pociťovat nespokojenost se striktně určenou podobou života, který se pohybuje po pomyslné křivce od plánu k plánu a člověka vězní v téměř neproniknutelné každodenní rutině. Lidé tak začali pozvolna vnímat nesrovnalosti mezi sebou samými a různými eventualitami, jichž by mohli dosáhnout. Současně sílil pocit, že bohatší lidé prožívají lepší a šťastnější život, což v lidech společnosti spotřeby vyvolávalo touhu přiblížit se jejich životním standardům. Nejschůdnější cestou k naplnění této tužby se ukázalo pro producenty být vlastnění, jelikož lidé začali vnímat skutečnost, že věci, které vlastní, slouží ve společnosti jako jakési symboly, které dávají ostatním lidem zřetelně najevo sociální status svých majitelů.

Ačkoliv výše popsaný proces působí jako vcelku přirozené vyústění společenských poměrů, v nichž se pomyslné nůžky mezi vyšší a střední třídou neustále rozevíraly. Ovšem nesmíme opomenout zmínit, že tato transformace myšlení producentů byla bezpodmínečně nutná pro udržení stálého růstu průmyslu. Ten se neustále rozrůstal a zdálo se být žádoucí, aby tento růst neustrnul na mrtvém bodě. Továrny, které produkovaly stále větší objem zboží, potřebovaly pro toto zboží odběratele, tedy nové



kupce, kteří budou ochotni nakupovat zboží, které ke svému životu nezbytně nepotřebují. Kdo by se měl touto novou kupní silou stát, bylo zřejmé, byli to právě příslušníci ve společnosti nejpočetněji zastoupené střední třídy, tedy samotní producenti daného zboží. V tomto okamžiku se hlavní otázkou stalo, jak tito lidé, kteří nedisponovali velkými sumami peněz, přimět k nákupu věcí, které ke svým životům vlastně nepotřebují a bez nichž se až do této doby klidně obešli. Odpověď na tuto otázku byla velmi prostá – je nezbytné probudit v lidech touhu po něčem lepším, po něčem, co jim bude nejen sloužit, ale bude to mít pozitivní dopad i na jejich vnější působení na druhé a dokáže to z nich udělat „lepší lidi“. Novým potenciálním zákazníkům je tedy třeba předložit atraktivní možnosti, které přesáhnou jejich reálná očekávání a tím v nich vzbudí dojem, že je to věc, kterou musí mít, jelikož právě po tom celý život podvědomě prahli. Jeden z nejvýznamnějších průkopníků popisovaných změn americký podnikatel Henry Ford velmi brzy pochopil nezbytnost propagace, když prohlásil: „Kdybych měl v kapse poslední dolar, utratil bych ho za reklamu. „A tak se stalo, že nyní to byly rozdíly ve výplatách,... podle nichž se měřila prestiž a společenské postavení producentů“<sup>14</sup>, jelikož množství a kvalita produktů, které si mohl člověk zakoupit, byly závislé na výši jeho příjmů.

Idea konzumní společnosti vytvářela vhodné podmínky pro rozvoj dalších průmyslových odvětví, pro což bylo nutné zajistit, aby se vyráběné zboží více prodávalo. Pro nárůst poptávky a navýšení prodeje bylo třeba, aby měli potenciální konzumenti k dispozici více peněz, které by následně svými nákupy opět vraceli do tržního oběhu, a proto se lidem navýšila jejich mzda. Díky tomu nabyly široké masy větší možnost výběru ve své osobní spotřebě. Tak získal producent, jehož původní úlohou bylo pouze pracovat a tak produkovat zboží, novou důležitou roli v tržním mechanismu – stal se konzumentem vyprodukovaného zboží. „Dříve drahé luxusní zboží se náhle stalo dostupným pro široké vrstvy obyvatelstva. Symbolem hospodářského blaha se stala Fordova tzv. ‚Lízinka‘, které se do roku 1927 prodalo 15 miliónů kusů.“<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>BAUMAN, Zygmunt. *Work, consumerism and the new poor*. Maidenhead, New York: Open University Press. ISBN 9780335224166.

<sup>15</sup>VOLEK, S. Krach na newyorské burze v roce 1929. In: *Peníze.cz* [online]. 18. 10. 2002 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/inflace/15133-krach-na-newyorske-burzev-roce-1929>

V důsledku nově vzniklé dichotomie producent– konzument, která poskytla svým nositelům rozšířené možnosti volit v oblasti osobní spotřeby, začali lidé měnit i své postoje vůči pracovnímu trhu. Zaměstnanci se postupně začali přesouvat ze sektoru průmyslu do sektoru služeb, což bylo v neposlední řadě umožněno nárůstem úrovně vzdělanosti napříč společnostmi a motivováno přáním po vyšších finančních ziscích a z toho plynoucí společenské pozici.

### **4.3 Společnost konzumu**

Společnost konzumu, k níž jsme se na konci předešlé kapitoly propracovali, je charakterizována několika typickými aspekty, které jí odlišují od první etapy moderní společnosti, tedy od společnosti produkce.

Zatímco společnost produkce vycházela z toho, co vyprodukuje, společnost konzumu je naopak závislá na vlastní spotřebě. Vzhledem k tomu, že většina populace již nepracuje v sektoru průmyslu, nýbrž v sektoru služeb, v zemích, jejichž společnost se nachází v konzumní fázi, se produkuje jen velmi málo, o to více se ovšem konzumuje.

Život člověka se zde již neodvíjí na pozadí jasně vytýčeného plánu – životního projektu a schopnost dílčími kroky postupovat v naplňování tohoto ‚životního projektu‘ již není relevantním měřítkem pro určení úspěšnosti života. Život člověka společnosti konzumu není vystavěn na neochvějných jistotách, které by jeho život držely v pomyslných kolejích monotónní všednosti. Vše se stává stále více relativním, což Bauman velmi názorně označuje jako tekutost, tekutost, která pozvolna rozpouští pevné struktury všech institucí, jež v minulosti ohraničoval pevný životní rámeček. Tato tekutost se prolíná do všech aspektů života od sféry mezilidských vztahů, kde můžeme uvést příklad instituce rodiny, která postupem času ztratila řadu svých původních funkcí a stala se tak velmi křehkou, až po sféru profesního života členů společnosti konzumu. Bauman říká „... rozpad „životního projektu“ na kaleidoskop samostatných epizod, jež nejsou propojeny ani kauzálně, ani logicky, odpovídá postmoderní kaleidoskopické kultuře „nikdy nekončícího karnevalu“, která kulturní kánon nahrazuje sérií krátkodobých mód. Veřejná aréna je sférou tvrdé konkurence mezi nadšenci pro různé věci, víry a zboží a smyslem všeho toho usilování je nepochybně popularita: v tomto světě „bytí“ znamená totéž, co býti pozorován, vnímán, brán na vědomí, a ukazatelem

důležitosti, hmatatelnosti bytí je počet posluchačů a diváků a stopa otištěná v jejich vědomí."<sup>16</sup>

Zaměstnání není v této společnosti celoživotní jistotou, a i pevné časové ohraničení výkonu práce, které bylo pro společnost produkce typické, se rozpouští v nekonkrétnosti, pracovní doba je na stále větším počtu pozic flexibilní, nabízí tak člověku větší svobodu v rozhodování o svém čase. Na druhou stranu tato možnost volby přináší zvýšený tlak, jelikož v konzumní společnosti je jako ideál vnímáno dosažení co možná nejvyšší pracovní pozice, a tak je na lidi, kteří jsou ochotni a schopni tomuto ideálu obětovat osobní sféry svého života a pracují mnoho hodin denně, pohlíženo velmi pozitivně. Pro práci ve společnosti konzumu dále platí, že je pejorativně nahlíženo na monotónní a rutinní práci a žádanými se naopak stávají pozice, které jsou dynamické a přinášejí množství nových impulzů,

Velmi žádaná jsou tak kreativní, tvůrčí povolání či povolání, která jsou jinými způsoby tvůrčí a podnětná. Právě takové pracovní pozice často umožňují lidem cestovat a přináší tolik žádané vzrušení, jelikož se člověk zabývá neustále novými otázkami a věcmi. Zygmunt Bauman říká, že „jako cokoliv jiného, co může být považováno, že se stane terčem touhy volné volby konzumenta, tak i povolání musí být ‚zajímavé‘ – různorodé, vzrušující, s možností dobrodružství, obsahující jisté (avšak ne příliš velké) množství rizika a nabízející příležitost k stále novým senzacím. Povolání, která jsou monotónní, opakující se, rutinní, bez dobrodružství, nedovolující žádnou iniciativu a neslibující žádnou výzvu k projevení svého důvtipu, ani šanci k ověření svých schopností a sebeuplatnění, jsou nudná.“<sup>17</sup>

Hlavním kritériem pro žádanou práci je samozřejmě i ve společnosti konzumu výše příjmů, které zajišťují konzumentovi volnost při výběru a nakupování spotřebního zboží a osvobozuje ho od nutnosti omezovat se ve svém výběru.

Ve společnosti konzumu se vytrácí racionalita v oblasti vynakládání finančních prostředků člověka, jelikož konzument není veden pouze základním logickým ekonomickým paradigmatem, dle kterého má poptávající strana za cíl maximalizovat

---

<sup>16</sup>BAUMAN, Z. *Úvahy o POSTMODERNÍ době*. Dotisk 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995, s. 36–37. ISBN 80-85850-12-5.

<sup>17</sup>BAUMAN, Z. *Work, consumerism and the new poor*. Maidenhead, New York: Open University Press. ISBN 9780335224166.

svůj zisk a minimalizovat současně vynaložené náklady, nýbrž do jeho volby zasahuje celá řada psychicky podmíněných sociálních aspektů. Typický konzument si ve snaze vyjádřit či dokonce klamně vylepšit svůj společenský status raději koupí mnohonásobně dražší tričko prestižní značky, než aby zvolil to samé tričko od neznámé značky. Reklama a budování kultu značky jsou proto v konzumní společnosti pro firmy zcela klíčové, jelikož právě logo značky v sobě nese symbolickou rovinu, která vypovídá okolnímu světu o jejím konzumentovi mnohé. Pro soudobý neoliberální kapitalismus je stěžejním paradigmatem svoboda, která poskytuje členům společnosti široké možnosti výběru.

„Konzumní svoboda je stěžejním bodem společenské integrace, která však často směřuje k takovým tendencím, jako jsou deindustrializace a konzumní syndrom, které se jeví jakožto oslabující svobodu... Svoboda ve společenské praxi znamená, že negativní koncept svobody – absence vnějších kontrol – je nedostačující, jelikož udává pouze to, od čeho by jedinec mohl být volný, nežli to, k čemu by mohl být volný.“<sup>18</sup>Tato svoboda ovšem současně stále prohlubuje nerovnováhu v různých podobách, jelikož míra spotřební svobody je odvozena od množství dostupných zdrojů. Ve společnosti, kde je skoro vše na prodej, tak může velká míra spotřební svobody podmíněná finančními zdroji přecházet k získávání a držení moci ve společnosti.<sup>19</sup>

Opojný pocit moci z výběru mohou konzumentovi poskytnout pouze peníze, jelikož čím větším množstvím peněz konzument disponuje, tím větší jsou jeho možnosti svobodně si vybírat zboží. Peníze tak ve společnosti konzumu stojí na prvním místě, od jejich množství se odvíjejí pocity svobody a moci, z nich následně plyne pocit uspokojení konzumenta.

Ovšem lidé konzumní společnosti se nechtějí spokojit se stávající stavem věcí a touha povětší svobodě a moci tak neustále roste. Pokud má tato touha ve skutečnosti za následek navýšení příjmů, svoboda a moc člověka se zvýší, což může v krajních případech negativně ovlivnit jiné lidi. Například vlastníci pronajímaných bytů mohou

---

<sup>18</sup> JACOBSEN, M. H. and P. PODER. *The Sociology of Zygmunt Bauman*. Hampshire, England: Ashgate Publishing Limited, 2008, s. 98. ISBN 978-0-7546-7060-5.

<sup>19</sup> BAUMAN in JACOBSEN, M. H. and P. PODER. *The Sociology of Zygmunt Bauman*. Hampshire, England: Ashgate Publishing Limited, 2008, s. 98. ISBN 978-0-7546-7060-5.

zvýšovat své příjmy na úkor nájemníků, jejichž míra disponibilního důchodu se tak sníží, čímž se omezí i jejich svoboda výběru a z ní plynoucí moc.

Proč se spokojit s málem, když mohu mít mnohem víc? Na pozadí této otázky se odvíjí budování základní premisy společnosti konzumu, která konzumuje co možná nejvíce bez ohledu na faktický užitek či potřebu tohoto chování. Lidé nakupují zboží bez ohledu na to, zdaje skutečně ke svému životu potřebují, pokrytí základních životních potřeb je v dnešní době ve vyspělých státech většinou považováno za samozřejmost, se kterou si musí dělat starosti jen malý počet lidí. Díky tomu mohou věnovat zvýšenou pozornost uspokojování potřeb, které doba vytváří. Uspokojování ‚nepotřebných potřeb‘ se tak stalo hnacím motorem konzumní společnosti.

Obyvatelé vyspělých států, kteří jsou dnes zcela oproštěni od existenčních problémů svých předků, přesunuli svou pozornost k sekundárním problémům své doby. Obavy o zajištění potravy tak nahradila úzkost z obezity, což platí samozřejmě jak v přeneseném významu, tak i doslovně.<sup>20</sup>

Ve jménu konzumní společnosti je také velmi často skloňován odklon od tradičních hodnot, které byly pro členy předešlých forem společnosti mnohem závaznější, než je tomu dnes. Toto hodnotové vyprázdnění úzce souvisí s dnešní podobou destabilizované rodiny, manželství a mezilidských vztahů obecně, což pramení z nastavení ekonomických, právních i sociálních podmínek a výsledného společenského klimatu. Obrazná tekutost, o níž se zmiňuje Bauman, je patrná i v uznávaném hodnotovém žebříčku konzumní společnosti. Můžeme ji spatřovat například v pojetí osobní zodpovědnosti člověka, jeho svědomí či celkové liberalizaci konstruktů morálky ve společnosti.<sup>21</sup> Zisk představuje hybnou sílu, která rozostřuje pevné okraje morálních hodnot, tím umožňuje zříkání se odpovědnosti za vlastní rozhodnutí. Člověk snadněji jedná v zájmu dosažení krátkodobého zisku bez ohledu na morální, politické či sociální dopady svého počínání.

„Celé 20. a velkou část 19. století byla politika založena na přesvědčení, že zvýšení materiálního blahobytu je jednoznačně pozitivní věc. V dobách, kdy lidé trpěli hladem

---

<sup>20</sup>BECK, U. *Riziková společnost: na cestě k jiné moderně*. 1. vyd. Překlad Otakar Vochoč. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004, s. 26–27. ISBN 80-864-2932-6.

<sup>21</sup>BAUMAN, Z. *TEKUTÉ ČASY: Život ve věku nejistoty*. Praha: Nakladatelství Academia, 2008. ISBN 978-80-200-1656-0.

a zimou, to nepochybně tak bylo, ale dnes? Nadále se chováme tak, jako by nám něco scházelo; pravda je, že nám cosi chybí, ale není to majetek.“<sup>22</sup>

Neukojitelný pocit nedostatku žene konzumenty k stále novým nákupům, které jim ve skutečnosti přinášejí pocit uspokojení pouze v průběhu nákupu. Podle Baumana nejde ani tak o získání cílového zboží, jako spíše o samotný proces nakupování, který typický konzument konzumní společnosti miluje, což přirovnává takto k honu na zajíce: „Po čem (konzumenti) skutečně dychtí, je hon na zajíce, nikoliv jeho chycení. Požitek shledávají v lovu, a ne v kořisti.“<sup>23</sup>Tato skutečnost prakticky znemožňuje konzumentovi dojít spokojenosti, jelikož se nepřestává točit v začarovaném kruhu touhy po novém, krátko-trvajícím pocitu radosti v průběhu nákupu zboží, které se navzdory tomu, jak po něm původně konzument toužil a navzdory jeho možným kvalitám, brzy omrzí a konzument je další tužbou po novém produktu poháněn k dalšímu nákupu. Z výše citovaného tvrzení Eriksona se zdá, že čím více věcí lidé vlastní, tím více vnitřní prázdnoty a napětí pociťují.<sup>24</sup>

Další aspekt, který ve společnosti konzumu přispěl k rozkolu tradičních hodnot, představuje ztráta důvěry ve formální vedení společnosti a jím generované vůdčí osobnosti, které v předchozích etapách společenské geneze představovali politici či církevní hodnostáři, na nižším měřítku můžeme za takovou vůdčí osobnost považovat například nadřízeného v práci. Pozice těchto formálních lídrů se v současnosti nachází ve vážné krizi a roli domnělých lídrů zaujímají různé známé osobnosti, například zpěváci, herci, sportovci či modelky. Tito lidé, kteří jsou lidem konzumní společnosti téměř nepřetržitě na očích skrze různé mediální kanály, tak získávají značný vliv, čehož si jsou velmi dobře vědomy marketingové týmy nejrůznějších značek, jež tohoto vlivu za úplatů rádi využívají k efektivní propagaci svých produktů.

---

<sup>22</sup>ERIKSEN, T. H. *Syndrom velkého vlka*. Brno: Doplněk, 2010. ISBN 978-80-7239-244-5.

<sup>23</sup>BAUMAN, Z. *Work, consumerism and the new poor*. Maidenhead, New York: Open University Press. ISBN 9780335224166.

<sup>24</sup>ERIKSEN, T. H. *Syndrom velkého vlka*. Brno: Doplněk, 2010. ISBN 978-80-7239-244-5.

## 5 VYMEZENÍ KONZUMERISMU Z POHLEDU PSYCHOLOGIE

Erich Fromm ve své knize s přílehlavým názvem „Mít, nebo být?“ říká: „Konzumní postoj by nejraději spolkl celý svět. Konzument je věčný kojeneček, který křičí po lahvi.“<sup>25</sup> Na otázku, proč člověk soudobé společnosti svou mírou konzumování tak výrazně překračuje hranice vlastní spotřeby, lze z hlediska psychologie konstatovat, že jde pravděpodobně o nutnost vytvořit si vlastní identitu prostřednictvím určitého životního stylu.

Pro život v postmodernitě je vytvořit si vlastní životní styl nezbytností, která člověka v odcizeném a nestrukturalizovaném okolním světě definuje a jedinec tak vysílá jasnou zprávu o své existenci. Psychologickou podmíněností konzumerismu a s tím související potřebou vymezení vlastní identity prostřednictvím konzumu se zabývá mnoho předních sociologů. Například Gilles Lipovetsky přichází s tvrzením, že člověk ve třetí vývojové fázi konzumerismu nekupuje věci pro druhé, ale nýbrž sám pro sebe.<sup>26</sup> To odráží individualizaci napříč společnostmi, na jejímž základě nemá individuum podle Giddense žádnou jinou možnost, než si nějakou vybrat.<sup>27</sup> S vlivem procesu individualizace pracuje také český sociolog Jan Keller, který se mimo jiné zabývá svobodou, poskytující člověku možnosti volby, ovšem na druhou stranu apeluje na jeho samostatnost a právě tento neustálý tlak nedokáže každý dobře zvládnout.<sup>28</sup> Keller ve své knize *Až na dno blahobytu* přichází s tvrzením, že v okamžiku, „kdy je člověk jenom částí v organizovaném soukolí, kdy zažívá pocity odcizení, jeho soukromý konzum utváří útulnou skutečnost“.<sup>29</sup> Doba narůstajícího individualismu s sebou přináší řadu protichůdných aspektů. Keller ve jmenované knize uvádí příklad rozšířené automobilové dopravy, která člověku umožňuje rychle překonávat poměrně velké vzdálenosti, ovšem na druhou stranu velmi negativně působí na životní prostředí a zároveň přináší stresové situace při řízení.

---

<sup>25</sup>FROMM, E. *Mít nebo být?* 2. vyd. Praha: Naše vojsko, 1994, s. 29. ISBN 80-206-0469-3.

<sup>26</sup>LIPOVETSKY, G. *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2007. ISBN 978-80-7260-184-4.

<sup>27</sup>GIDDENS, A. *Důsledky modernity*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. ISBN 80-86429-15-6.

<sup>28</sup>KELLER, J. *Teorie modernizace*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007. ISBN 978-80-86429-66-3.

<sup>29</sup>KELLER, J. *Až na dno blahobytu (ke společenským kořenům ekologické krize)*. 2. vyd. Brno: Hnutí DUHA, 1995, s. 13. ISBN 80-902056-0-7.

Bezpochyby negativní stránkou soudobého individualismu je nárůst sobectví ve společnosti, kdy se člověk až přemrštěně koncentruje sám na sebe a jeho pozornosti tak unikají vyšší zájmy, které jeho osobní přesahují. „Chceme všechno jenom pro sebe, působí nám potěšení něco vlastnit, a ne se dělit. Že se musím stále stávat hrabivějším, protože mým cílem je vlastnictví. Jsem tím víc, čím víc mám. Nemohu být nikdy uspokojen, protože má přání nikdy nekončí: Musím závidět těm, kdo mají více, a bát se těch, kdo mají méně.“<sup>30</sup>Dnešní silně individualizovaná doba kauzálně souvisí s podobou současné společnosti, která je velmi atomizovaná, což představuje ideální předpoklad pro rozdrobení kdysi sounáležitých komunit na jednotlivá individua, která se zajímají sama o sebe či o své bezprostřední okolí a na ostatní se nezaměřují.

Právě tato forma společenského upořádání je ideální pro rozvoj konzumní společnosti. Richard Sennett přichází s tezí, že se člověk odklání od veřejného života, jelikož spektrum jeho zájmu vychází jen z podoby jeho vlastního života, a tak lidé ztrácí zájem o stav státu, ve kterém žijí<sup>31</sup> (což může na příkladu České republiky ilustrovat nízká volební účast), a to vede lidi k dalšímu nakupování a shromažďování majetku.

Příčinou této transformace vnímání sebe sama a odklonu od okolního světa může být i skutečnost, že v postmoderní společnosti jednoduše není tak složité být na svém okolí nezávislí. Zatímco v tradiční společnosti byla kooperace lidí pro jejich život zcela zásadní a prakticky nebylo možné, aby jedinec nebyl závislý na skupině, v níž žije, v dnešní době spolupráce s ostatními není nezbytná, jelikož zboží a potraviny jsou ke konzumentovi dopraveny bez problému z opačného konce světa. Nezbytnými ovšem zůstávají finanční prostředky, za něž si člověk zboží nakoupí. V takto nastavené společnosti význam peněz pochopitelně roste, a to nejen z individuálního pohledu spotřebitele, ale i z hlediska hodnotového zaměření společnosti. Skutečnost, že si velká část členů postmoderní společnosti navykla na život bez závislosti na druhých, ovšem neznamená, že lidé netouží po důvěrných vztazích, které je ovšem často obtížnější navazovat.

---

<sup>30</sup>PETRUSEK, M. a J. BALON. *Společnost naší doby: populární sociologie (ne)populárních problémů*. 1. vyd. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1965-3.

<sup>31</sup>Tamtéž.



Svoboda, kterou člověk postmoderní doby disponuje, je, jak již bylo řečeno dříve, pro fungování konzumní společnosti nezbytná, je to právě svoboda volby mezi nesmírným množstvím produktů, která tento společenský fenomén definuje, ovšem z psychologického hlediska člověka vhání do slepé uličky neustálého srovnávání ve své podstatě stejného zboží, čímž neustále vzrůstá jeho očekávání, které tak nelze uspokojit. Přemrštěná nabídka produktů tak ve výsledku může vyvolávat u konzumenta spíše úzkost a deprivaci z nemožnosti naplnit příliš vysoké očekávání, než aby činila člověka šťastným.

Erich Fromm ve své výše zmiňované knize „Mít, nebo být?“ vymezuje dva hlavní důvody, proč překotný rozvoj průmyslu nenaplnil očekávání do něj vkládaná a neučinil lidi bohy, nejvyššími osobnostmi, které mohou vytvořit druhý svět a zacházet s přírodním bohatstvím jenom jak s materiálem pro stavbu svého nového výtvoru".<sup>32</sup>

První bod zahrnuje skutečnost, „že cílem života je štěstí, tj. maximum rozkoše, definované jako uspokojování všech přání nebo subjektivních potřeb, které může člověk pociťovat"<sup>33</sup>, což –jak již bylo zmíněno výše – není možné, jelikož možnost volby z nepřeborného množství zboží vyvolává nové a nové tužby. Jako druhý chybný předpoklad Fromm uvádí, že egoismus, sobectví a chamtivost jakožto vlastnosti, které systém musí podporovat, aby vůbec fungoval, vedou k harmonii a míru".<sup>34</sup> Autor dále pracuje s myšlenkou, že žít se dá pouze s kombinací práce a volného času (zábavy a odpočinku) a pouze symbióza těchto protichůdných složek života může vést ke spokojenosti.

Fenoménem konzumerismu se ve svých knihách velmi komplexně zabývá již několikrát citovaný polský sociolog Zygmunt Bauman, který v knize Úvahy o postmoderní době vymezil čtyři vzorce chování typické pro soudobou společnost – zevloun, hráč, tulák a turista. Bauman definuje rozdíl mezi člověkem v roli dodavatele statků a člověkem, který se změnil ve sběratele zážitků nebo lépe sběrače požitků, jehož chování odpovídá jednomu z vyjmenovaných vzorců.<sup>35</sup> Způsoby života dodavatele a sběrače se v zásadě

---

<sup>32</sup>FROMM, E. *Mít nebo být?* 2. vyd. Praha: Naše vojsko, 1994, s. 9. ISBN 80-206-0469-3.

<sup>33</sup> Tamtéž.

<sup>34</sup> Tamtéž.

<sup>35</sup>BAUMAN, Z. *Úvahy o POSTMODERNÍ době*. Dotisk 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-12-5.

liší svou orientací. Zatímco dodavatel statků je orientován spíše na vnější svět a lidi, kteří jsou jeho součástí, životní styl sběrače se orientuje více dovnitř. Pro životní způsob sběrače je typické tážení se po možných zážitcích.

## 6 VYMEZENÍ KONZUMERISMU Z POHLEDU EKONOMIE

Konzumerismus hraje v současné podobě ekonomického života států naprosto klíčovou roli. Na úvod můžeme říci, že konzumní společnost v sobě snoubí nerovnováhu v různých podobách, ať už budeme hovořit o nerovnosti mezi materiálními potřebami postmoderní společnosti a možnostmi naší planety, která je ve většině případů schopna poskytnout pouze omezené zdroje, nebo o rozporu mezi spotřebou a výrobou, a to jak z hlediska kvantity, tak z hlediska geografického rozmístění, které je určující pro nabídku a poptávku v globálním měřítku.

Přední česká ekonomka Ilona Švihlíková shledává tento nárůst nerovnováhy za logické vyústění neoliberálního kapitalismu, který datujeme od 70.let minulého století a který znamenal prvotní impuls pro zásadní změny ve světové výrobě a spotřebě a zasáhl jak do vnitrostátní, tak mezinárodní dimenze.<sup>36</sup>

Vycházíme-li ze základní ekonomické koncepce, dle které je trh imaginárním místem, na němž se střetává nabídka s poptávkou, a na pozadí hledání rovnováhy mezi racionálními cíli obou stran dochází k určení ceny a množství zboží, které bude na trhu nabízeno a poptáváno, musíme vycházet ze tří základních ekonomických otázek:

- „Jaké výstupy vyrábět a v jakém množství?
- Jak je vyrábět– tj. jaké technologie použít při produkci žádaných výstupů?
- Pro koho by měly být výstupy vyráběny a distribuovány?“<sup>37</sup>

Nalézání odpovědí na tyto otázky spolu s ohledem na dostupnost výrobních faktorů (půda, práce, kapitál) je určující pro to, jaké produkty se stanou konečným cílem výrobního procesu. Důležitou roli zde hraje také technologie výrobního procesu, na technologické inovace je v dnešní době kladem mimořádný důraz. Nesmíme

---

<sup>36</sup>ŠVIHLÍKOVÁ, I. *Přelom*. Praha: Inaque.sk, 2014. ISBN 978-80-89737-06-2.

<sup>37</sup>SAMUELSON, P. A. a W. S. NORDHAUS. *Ekonomie*. 19. vyd. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.

opomenout zmínit, že právě zdokonalující se technologie stála na počátku fenoménu konzumerismu. Postupné mechanizování průmyslové výroby dokázalo již v době průmyslové revoluce mnohonásobně zvýšit efektivitu výroby, výše vstupních nákladů výroby se tak snižovala, což vedlo k nárůstu disponibilního kapitálu podniků, který mohl být následně investován do dalšího rozvoje. Zaměstnanci začali být povolna vytlačováni ze svých pracovních pozic stroji a cena práce dělníků se snižovala, což uvrhlo řadu lidí do nepříznivé finanční situace. To ovšem na druhou stranu rozvoj konzumní společnosti brzdilo, jelikož společnost nedisponovala dostatkem volných peněz pro nakupování neustále stoupajícího množství spotřebního zboží. Zajištění dostatečně vysokého důchodu, který potenciálnímu konzumentovi umožní nakupovat nad rámec jeho existenciálních potřeb, bylo v době společnosti produkce nezbytné.

Dle hlavního makroekonomického ukazatele ekonomické výkonnosti, kterým je hrubý domácí produkt (HDP), tzn. peněžní vyjádření celkové hodnoty statků a služeb nově vytvořených v daném období na určitém území<sup>38</sup>, se množství vyprodukovaného zboží a statků ve vyspělých státech v posledních desetiletích konstantně zvyšovalo. Významným součinitelem popisovaných změn jsou také změny ve struktuře zaměstnanosti v jednotlivých sektorech, pro něž je typický rapidní pokles zaměstnanců v priméru, tedy v oblasti zemědělství, lesnictví a rybolovu, což může být mimo jiné způsobeno velkou mechanizací práce a z toho plynoucím zefektivněním. Zaměstnanci, kteří se již v době průmyslové revoluce přesunuli z pracovních pozic v priméru do sektoru sekundéru, tj. oblasti průmyslu (nejčastěji zpracovatelského), se vlivem další transformace přesouvají do terciérních a kvartérních ekonomických sektorů, tedy především do oblasti služeb. Podíl obyvatel pracujících v jednotlivých oborech prošel a stále prochází změnami, které kauzálně odrážejí a podmiňují nastavení fungování celé společnosti, a právě podíl zaměstnaných v jednotlivých sektorech se stal jedním z kritérií hodnotících ekonomickou vyspělost dané země.

Zmiňovaná transformace určuje podobu vyspělé ekonomiky současnosti, pro niž je typická velká specializace související s dělbou práce. Právě tato specializace, umožněná celkovým společenským rozvojem, především pak zpřístupněním vzdělání, měla za

---

<sup>38</sup> Český statistický úřad. Hrubý domácí produkt. Czso.cz[online]. © 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/hruby\\_domaci\\_produk\\_t\\_-hdp](https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produk_t_-hdp)

následek velké navýšení efektivity a byla základním předpokladem pro zformování vzájemně propojené obchodní sítě mezi jednotlivci i mezi státy.<sup>39</sup> Rozvoj globálního obchodu, který je pro vyspělou ekonomiku signifikantní, ovšem přináší jednotlivým ekonomikám velkou závislost na okolním světě, jelikož dílčí změna, která se odehraje v jedné části ekonomického světa, má dopad na mnoho jiných oblastí. Globalizovaný svět, jenž přináší konzumním společnostem dříve nevídané možnosti, se tak stává na druhou stranu díky své vzájemné provázanosti velmi zranitelným.

Nesamostatnost jednotlivých ekonomik plynoucí z velké specializace závisí na vzájemné směně produktů, jelikož ekonomika je koncentrována jen na výrobu určitých statků, další produkty tak musí získávat z jiných zdrojů pomocí peněz. Dvě základní strany, které proti sobě v ekonomickém světě stojí, tedy nabídka a poptávka, sledují své logické cíle, které jsou vzájemně ambivalentní.

Strana nabídky má za cíl minimalizovat své vstupní náklady a současně maximalizovat svoje zisky, zatímco poptávka usiluje o maximalizaci svých zisků v podobě nakoupeného zboží za co možná nejnižší cenu. Strana nabídky tak usiluje o maximalizaci produkční funkce, kterou Samuelson definuje jako: „funkci, vyjadřující maximální množství výstupů, které může být vyrobeno při daném množství vstupů“.<sup>40</sup> Nabídka se snaží na trhu nacházet prázdná místa, která by jí umožnila vyrábět zboží pro velkou skupinu potenciálních konzumentů a současně by umožňovala nastavení co možná nejvyšší kupní ceny produktu, jež nebude snižována konkurencí ostatních výrobců téhož výrobku.

---

<sup>39</sup>SAMUELSON, P. A. a W. S. NORDHAUS. *Ekonomie*. 19. vyd. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.

<sup>40</sup>SAMUELSON, P. A. a W. S. NORDHAUS. *Ekonomie*. 19. vyd. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.

## 7 ZÁKLADNÍ ZMĚNY VE SVĚTOVÉ VÝROBĚ A SPOTŘEBĚ

Ve většině západního světa v 50. a 60. letech panovala uvnitř jednotlivých zemí, přestože se najednalo o žádné uzavřené ekonomiky, ještě poměrně značná shoda mezi výrobou a spotřebou. Od 70. let dochází k dynamické změně, kdy se zásadně mění povaha mezinárodní dělby práce, řídicími faktory pro globální výrobu se stávají nadnárodní firmy, dochází tak k silnému koncentrování výroby, jež získává stále více oligopolní charakter.

Mění se specializace v rámci zemí, země, které byly dříve široce zaměřené na výrobu velkého množství statků, přičemž některé usilovaly dokonce o národohospodářskou univerzalitu, se stávají výkonnými producenty malého okruhu produktů, které z velké části vyváží, a současně se stávají závislými na dovozu velkého množství jiného zboží, které jejich ekonomika sama neprodukuje. V dnešní době se řada zemí specializuje na určitý druh výrobních operací, čímž zaujímá své místo v globálním výrobním řetězci, výroba je většinou roztržštěna na vícero samostatných výrobních operací a jen málokdy se vyrábí celý statek ve stejnou dobu a na jednom místě.<sup>41</sup>

Jednotlivé ekonomiky procházely po druhé světové válce strukturálními krizemi, které souvisely s poválečnou obnovou. Postupně docházelo k nasycení jednotlivých ekonomik a vzniku silných nadnárodních firem, jejichž cílem se stalo hledání nových odbytišť pro své produkty a snižování nákladů na výrobu, k čemuž mohou přispět jak technologické inovace, tak levnější pracovní síla.

Toto hledání levnějších způsobů výroby ze všech hledisek zapříčinilo, že se pomyslné nůžky nerovnosti začaly rozvírat v globálním měřítku a spotřeba a výroba se začaly velmi odlišovat. Velká část výrobní kapacity se přesunula do JV Asie, což vedlo ve většině vyspělých zemí ke ztrátám celých výrobních odvětví, například v USA dochází k masivní de-industrializaci. Nerovnost, o níž jsme zde již mnohokrát psali, se pochopitelně neprojevuje jen v globálním měřítku, ale zasahuje všechny úrovně společnosti. V řadě zemí tato nerovnováha подрývá kupní sílu populace a velká část lidí uspokojuje své konzumní požadavky na dluh. To souvisí s jistou psychologickou patologií, která vede lidi pod záštitou principu hédonismu k nelogickému zadlužování

---

<sup>41</sup>ŠVIHLÍKOVÁ, I. *Přelom*. Praha: Inaque.sk, 2014. ISBN 978-80-89737-06-2.

se pro věci, které vlastně nepotřebují. Právě dostupnost půjček, které může získat prakticky kdokoli, je jedním ze způsobů umělého navýšování spotřeby. S tím vším souvisí pochopitelně i charakter produkovaného zboží, které je často koncipováno tak, že vydrží jen do konce své záruční lhůty, a jelikož jeho oprava je tak nákladná, že se nevyplatí, vede konzumenty k novému nákupu. Dalo by se říci, že právě tento jednoduchý mechanismus, jenž vytvořil systém, který spotřebovává proto, aby se mohlo vyrábět, umožňuje fungování konzumní společnosti a formy produkce. Konzumerismus, který vychází z iracionální spotřeby, se dnes ovšem střetává s mnohými limity, jako jsou omezenost dostupných zdrojů či limit kupní síly.<sup>42</sup>

Tato forma ekonomického a společenského uspořádání stále produkuje a prohlubuje nové disproporce. Příkladem toho může být přesouvání výroby do rozvojových zemí, které snižuje kupní sílu obyvatel vyspělejšího státu, čímž nutí jedince k nakupování levnějšího, byť nekvalitního zboží. Ačkoliv výše nastíněný mechanismus může působit z hlediska celku nelogicky, z hlediska jednotlivých firem jde o systém velmi výhodný. Ilona Švihlíková říká, že: současný neoliberalismus není schopen zachytit, že individuální racionalita vyúsťuje v kolektivní iracionalitu.

Samozřejmě se dá očekávat, že tento systém má a do budoucna bude mít velký dopad na podobu společnosti i celého světa jako takového. Dluh, který umožňuje fungování konzumního systému, můžeme spatřovat nejen v peněžní sféře, ale i jako dluh vůči životnímu prostředí, které je enormně zatíženo jak samotnou výrobou, tak obrovskou mírou transportu vyplývajícího z globalizace výroby. Konzumní tendence narážejí na zásadní omezení v podobě dostupnosti přírodních zdrojů a také na demografická omezení. Na jedné straně můžeme pozorovat velký nárůst obyvatelstva v rozvojových zemích, který někteří odborníci vysvětlují jako důsledek probíhající druhé fáze demografické revoluce, která s sebou nese významné snížení mortality (především dětské).<sup>43</sup>

---

<sup>42</sup>ŠVIHLÍKOVÁ, I. *Přelom*. Praha: Inaque.sk, 2014. ISBN 978-80-89737-06-2.

<sup>43</sup>ŠVIHLÍKOVÁ, I. *Globalizace a krize*. Praha: Grimmus, 2010. ISBN 978-80-87461-01-3.

Nedochází ale ještě ke snižování natality, které se obvykle dostaví s odstupem několika desítek let (viz Evropa na počátku 19.století), a na straně druhé můžeme pozorovat postupné stárnutí a vymírání populací vyspělých zemí. Na příkladu Japonska, které prošlo tímto procesem již v 80. letech minulého století, můžeme ilustrovat některé specifické aspekty stárnutí populace, jako je navýšení poptávky po sociálních službách.<sup>44</sup>

Poměr mezi individuální a kolektivní spotřebou je významným ukazatelem fungování dané společnosti, například ve skandinávských zemích přesahuje kolektivní spotřeba spotřebu individuální, což se odráží v sofistikovaném systému veřejných statků.

---

<sup>44</sup>ŠVIHLÍKOVÁ, I. *Globalizace a krize*. Praha: Grimmus, 2010. ISBN 978-80-87461-01-3.

## *Druhá teoretická část*

---

Nyní se přesuneme k druhé tematické části práce, která se zaměřuje nejprve na konzumní chování školní mládeže a dále na aktuální problematiku prevalence obezity s ohledem na konzumní styl života. Zároveň zde vymezíme obezitu jakožto jeden z průvodních aspektů soudobého konzumerismu z hlediska pedagogické reflexe, čímž volně přejdeme k praktické části práce, jež si klade za cíl vytvoření medicko-didaktických příprav pro hodiny zaměřené na vybrané aspekty konzumerismu v rámci předmětu občanská výchova na ZŠ, které budou dodržovat metodické a didaktické principy výuky.



## 8 KONZUMERISMUS ŠKOLNÍ MLÁDEŽE

Pro období pubescence, která dle vývojových psychologů začíná mezi 11. až 13. rokem života a končí ve 14 až 15 letech, je typická snaha jedince změnit svůj společenský status z „dítěte“ na status „dospělého člověka“. Důležitým aspektem tohoto přechodu k dospělosti je hledání a formování vlastní identity jedince, který se tak vymezuje v rámci okolního světa. Pro tuto specifickou věkovou kategorii je signifikantní, že má tendenci vytvářet svou vlastní kulturu, s jejíž pomocí se definuje vůči věkové kategorii dětí i věkové kategorii dospělých. Období pubescence je časem překotných fyzických i psychických změn, kterými mladý člověk prochází, a řada fází tohoto procesu má spíše přechodný charakter, proto je těžké odhadnout, jakým způsobem se dnešní podoba konzumního chování mládeže promítne do jejich konceptualizace životního stylu v budoucnu.<sup>45</sup>

Školní mládež ve věku pubescence se nachází na počátku období dospívání, puberta jakožto přechodná fáze mezi dětstvím a adolescencí v sobě nese řadu protichůdných tendencí. Mění se forma socializace jedince, na kterou má stále velký vliv rodina, v jejím rámci probíhá tzv. primární socializace, současně ovšem narůstá význam působení dalších aktérů, především vrstevníků, dochází k tzv. sekundární socializaci. Nárůst vlivu vrstevníků na jedince má přirozeně za následek sebehodnocení jedince v porovnání s druhými, což často vede k známkám velké spotřeby. Důležitými nositeli socializace se tak kromě rodiny stávají škola, formy trávení volného času, vrstevníci i z vnějšku působící média a reklama, které na školní mládež často cílí a podsouvají jedincům specifické kulturní vzorce. Dá se říci, že mladí lidé jsou dnes prostřednictvím nejrůznějších subkultur vedeni ke kultuře konzumu.

Pro vymezení statusu mládeže je klíčová role žáka, jež je mu direktivně přiřazena, jedinec tak má zákonnou povinnost účastnit se školního vyučování, pohyb v malé sociální skupině třídních kolektivů je zásadní pro sekundární socializaci, jejímiž hlavními nositeli jsou vrstevníci.

---

<sup>45</sup>KREJČÍŘOVÁ, D. a J. LANGMAIER. *Vývojová psychologie*. Praha: Grada, 2006. ISBN 978-80-247-1284-0.

Status žáka je zároveň statusem připsaným, a tudíž ho ovlivňuje řada aspektů, které přímo nezávisí na osobě žáka. Ekonomický a kulturní kapitál, kterým žák disponuje, úzce souvisí se společenským postavením rodičů, což značně ovlivňuje i následnou podobu jejich konzumního chování.

## **8.1 Transmise kapitálu a spotřebních vzorců z rodičů na dítě**

Kulturní vzorce chování jsou jednou ze základních forem přenášeného kulturního kapitálu, na jejichž formování se velkou měrou podílejí rodiče již v raném dětství svého potomka. Tyto zvnitřnělé kulturní vzorce tvoří později pomyslný rámec pro tvorbu struktury spotřebních vzorců. Přejímáním této určité podoby strukturovaného konzumního chování se jedinec včleňuje do dnešní konzumní společnosti.

Socializaci můžeme definovat jako „začleňování člověka do společenských struktur, (...) učení se sociálním rolím, zvnitřňování (interiorizaci) hodnot a norem a osvojování si určitých forem chování (exteriorizaci)".<sup>46</sup> Ačkoliv proces socializace probíhá po celou dobu života jedince a subjektivní hodnotový postoj člověka se tak neustále formuje působením mnoha vlivů, nejdůležitější etapa socializace probíhá v dětství a mládí. Socializace má několik fází, které náleží jednotlivým etapám životního cyklu jedince, avšak jejich průběh je značně variabilní a jednotlivé etapy se vzájemně ovlivňují. Pro vytvoření osobnosti je klíčová především primární socializace, která se odehrává v období dětství (do 12 roků věku) v rámci rodiny, a jak již bylo zmíněno výše, vliv nositelů primární socializace přechází i do období pubescence (do 15 roků věku).

Způsob, jakým vznikají spotřební vzorce chování, lze vnímat z několika různých hledisek. Například sociální konstruktivismus vychází z představy, že svět a způsob, jakým ho člověk vnímá, nezávisí čistě na kontaktu jedince s věcmi či jevy, ale zpracování těchto vstupních vjemů a výsledné poznání se odvíjí od kategorií v lidské mysli. Například lingvistická antropologie dle článku Lucie Zajícové, který byl publikován v časopise Integrální antropologie, pracuje s jazykem v sociokulturním kontextu. Jazyk zde není vnímán pouze jako prostředek ke sdělování poznatků o světě,

---

<sup>46</sup>DUFFKOVÁ, Jana et al. Sociologie životního stylu. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-123-6.

ale také jako aktivní činitel, který okolní svět spoluvytváří tím, že dává člověku určitý rámec, ve kterém může své okolí vnímat.

Pro konstruktivistický přístup je velmi důležitý pojem habitualizace, definující následující tvrzení: „Jakákoliv často opakovaná činnost se ustálí ve vzorec, který pak může být bez větší námahy napodobován a který je pak svým vykonavatelem chápán jako tento vzorec“<sup>47</sup>

Primární socializace umožňuje začlenění mladých lidí do společnosti pomocí tzv. enkulturace, úzce související s přejímáním vzorců chování společnosti, tedy i spotřebních vzorců. Dle přední kulturní antropoložky Ruth Benedictové je pro lidi přirozený sklon k integraci, díky čemuž jednají členové dané kultury v souladu s cíli celé společnosti, což vede k souladu postojů a hodnot celé společnosti.<sup>48</sup>

Původní primární socializace se s rostoucím věkem dítěte rozrůstá o vliv činitelů sekundární socializace, jimiž jsou vnější společenské instituce. K procesu sekundární socializace dochází v okamžiku, kdy na dítě začnou působit faktory vnějšího světa, nepohybuje se už pouze v rámci své rodiny, což většinou souvisí s nástupem do mateřské školy a následně pokračuje po celý život jedince. Období převládající sekundární socializace, kdy se jedinec dostává do vzájemné interakce s okolním světem, s sebou nese destabilizaci primární socializací vštípených hodnotových vzorců, jelikož jedinec poznává relativnost světa, v němž žije. V tomto období se také projevují různé patologie rodiny dítěte. Dle Iva Možného „oslabená rodina“ působí na dítě jen povrchně, a když se dítě dostane do fáze sekundární socializace, rodina snadno ztrácí svůj původní vliv, který je nahrazen vlivem médií a vrstevníků dítěte.<sup>49</sup>

## 8.2 Vliv ekonomického a kulturního kapitálu

Důležitou složkou ovlivňující vývoj spotřebního chování školní mládeže je její ekonomický a kulturní kapitál, který –jak již bylo jednou řečeno – úzce souvisí s rodinnými poměry dítěte. Otázku ekonomického kapitálu školní mládeže lze

---

<sup>47</sup>BERGER, P. L. a T. LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999, s. 56. ISBN 80-85959-46-1.

<sup>48</sup>BENEDICT, R. *Kulturní vzorce*. Praha: Argo, 1999 (1934), s. 48. ISBN 80-7203-212-7.

<sup>49</sup>MOŽNÝ, P. *Kognitivně behaviorální terapie psychických poruch*. Praha: Triton, 2007, s. 166. ISBN 978-80-7254-865-1.

vzhledem k tomu, že naprostá většina jedinců školního věku konstantně disponuje pouze penězi, které dostává od rodičů v podobě kapesného, snadno vyvodit z materiální životní úrovně, tj. ekonomických možností rodiny.

Otázka kulturního kapitálu je o poznání komplikovanější, a přestože jsou mezi hodnotami kulturního kapitálu školní mládeže značné rozdíly, je velmi obtížné tyto rozdíly měřit. Nerovnoměrnosti kulturního kapitálu vycházejí z velké části z primární socializace, kdy se jedinec rodí do určité sociální struktury, kterou si nevybírání a již nemá možnost změnit, která určuje, kdo bude řídit jeho socializaci – a právě tito lidé formují vnímání světa dítěte.<sup>50</sup>

Na základě tohoto předpokladu dochází ke kulturní reprodukci, v jejímž rámci se postoje a hodnoty formované na základě vybraných znaků přenášejí mezi generacemi, čímž se upevňuje společenská struktura.

### **8.3 Mládež a spotřeba**

Pro období dospívání jsou charakteristickými rysy: „hledání svého místa ve společnosti, otevřenost novým myšlenkám, popírání zavedených způsobů myšlení a chování, zvýšená kritičnost ke společnosti, nedostatečná životní zkušenost, malá schopnost představit si důsledky svého uvažování a jednání, věkem daný egoismus, upřednostňování černobílého vidění světa.“<sup>51</sup>

Zatímco ještě nedávno byla mládež v období pubescence a adolescence vnímána jako nerovnocenná vůči dospělým členům společnosti, dnes jsou lidé v tomto přechodném věku vnímáni spíše jako svébytná subkultura. Dnešní zvýšený důraz na individualitu se promítl i ve změně vnímání dětství a období dospívání, kdy je na mladého člověka nahlíženo jako na svébytnou osobnost mnohem více, než tomu bylo v minulosti. Mládež je k přemrštěnému konzumu náchylná, což je dost možná způsobeno skutečností, že jistá úroveň konzumerismu pomáhá mladým lidem překonávat pocit frustrace, která pramení z jejich nízkého věku, jenž omezuje jejich svobodu volby

---

<sup>50</sup>BERGER, P. L. a T. LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: Pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999, s. 130. ISBN 80-85959-46-1.

<sup>51</sup>SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže: Uvedení do problematiky*. Praha: Grada, 2010, s. 18. ISBN 978-80-247-2907-7.

a pomáhá tak k jejich seberealizaci a vytváření vlastní identity. Mladí lidé jsou ovšem často velmi snadno ovlivnitelní a důmyslně zacílené reklamy je mohou snadno zmanipulovat k nákupu určitého zboží. Díky tomu, že mládež dnes disponuje výrazně většími peněžními částkami, než tomu bylo v minulosti, stala se tato věková kategorie plná lehce ovlivnitelných potenciálních konzumentů cílovou skupinou mnoha značek a produktů, pro něž je v této subkultuře jednodušší vybudovat atraktivní, a tudíž žádanou značku. Zajímavou otázkou tedy zůstává, do jaké míry subkultura náctiletých, o níž jsme se zmiňovali výše, vychází z jejich vnitřního světa a autentické identity a nakolik představuje uměle vytvořený konstrukt, který mládež pouze pasivně přijímá. „Nynější post subkulturní přístup dokonce tvrdí, že v současnosti již neexistují spontánně vznikající subkultury, ale vše je pouze otázkou marketingu, reklamy, poptávky a nekritických spotřebitelů.“<sup>52</sup>

Nakupování je pro mládež, která je ve většině případů osvobozena od zajišťování základních existenčních potřeb, vyhledávanou formou zábavy. Mladí lidé ovšem ve své spotřebě často nacházejí nejen zmiňovanou zábavu a možnost formování své identity, ale promítá se do ní i přirozená tendence hledání nových hodnotových a normativních rámců.

„Dle sociologických studií zaměřených na výzkum mladé generace v České republice charakterizuje současnou mainstreamovou mládež vzrůstající pasivita, konformita, hédonismus a konzumně orientovaný životní styl.“<sup>53</sup> „Jako celek lze mládež hodnotit jako vyhraněně materialistickou ...“<sup>54</sup> Popsat formu spotřeby mládeže není snadné, ráda bych zde zmínila jen několik charakteristických rysů, které jsou pro konzumní chování mládeže obecně typické. S hédonismem, který je zmiňován v citaci výše, souvisí zaměřenost na krátkodobý užitek, není výjimkou, že mládež se svými financemi zachází nezodpovědně a utrácí je často za zcela neužitečné zboží. Tato lehkovážnost je dost možná způsobena faktem, že mládež utrácí peníze, které sama nevydělala, a tak nemá potřebu se nad způsobem jejich investování příliš zamýšlet. Na druhou stranu se může jednat o důsledek špatného vzdělání v oblasti financí, který se v pozdějším věku

---

<sup>52</sup>Tamtéž, s. 99.

<sup>53</sup>PYŠŇÁKOVÁ, Michaela, HOHNOVÁ, Barbora. *Odmonolitické masy k neomezenému individualismu?*. Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity, 2010, str. 258.

<sup>54</sup>SAK, P. a K. SAKOVÁ. *Mládež na křižovatce*. Praha: Svoboda Servis, 2004, s. 19. ISBN 80-86320-33-2.

může velmi negativně odrazit v neschopnosti účelně nakládat s penězi a v následných finančních problémech a tíhnutí k zadlužování se. Dalším charakteristickým rysem spotřeby mládeže je bezpochyby snadné podléhání módním trendům, které jsou často mládeži podbízeny přes média a reklamu. Následování módních trendů je pro lidi v tomto věku velmi důležitým měřítkem společenské prestiže, pro mnohé ovšem móda, která se často pojí s příslušností k určité subkultuře, znamená mnohem více a tvoří skutečně základní pilíř vyjádření identity, s níž se ztotožňují.

#### **8.4 Trh cílcí na mládež**

Rozvoj trhu cíleného na mládež úzce souvisí s navýšením kapitálů a tím pádem i kupní síly mladých lidí, které bylo podmíněnou změnou pozice dětí a mládeže ve společnosti a proměnou, kterou prošlo demografické chování lidí s důsledkem snižování počtu dětí v rodinách.

Byly tak vytvořeny ideální podmínky pro překotný rozkvět trhu, který se zaměřoval na mládež. „Jakmile byli náctiletí viditelně ‚objevení‘ jako výrazná spotřebitelská skupina v poválečném ekonomickém boomu (...), děti se najednou staly nejvyhledávanějším cílem soudobého marketingu.“<sup>55</sup> Obecně lze říci, že se trh v západních zemích po druhé světové válce začal značně diferencovat, což mimo jiné přineslo rozvoj specializované trhu pro děti a mládež. K velkému rozvoji specializovaných trhů došlo v Česku až po revoluci v roce 1989. Nástup trhu koncentrovaného na děti a mládež byl velmi rychlý a umožnil rozvoj konzumní kultury mládeže. Potřeba vymezení se vůči okolnímu světu, která je pro období dospívání typická, se začala vlivem marketingového tlaku orientovat na trh a spotřební zboží se tak stalo prostředkem sebevyjádření, což mladé lidi pevně připoutalo k tržnímu systému.

Nyní se zaměříme na negativní vlivy konzumního způsobu života na děti a školní mládež. V práci jsem se rozhodla reflektovat zejména problematiku obezity u této věkové skupiny. Na úvod této části uvedeme definici obezity jako rychle se rozšiřující civilizační choroby, která ohrožuje členy konzumní společnosti. Dále uvedeme faktory vzniku a rozvoje obezity a zdravotní problémy, které se s touto chorobou pojí. V další

---

<sup>55</sup>BUCKINGHAM, David; TINGSTAD, Vebjørn. 2007. Consuming Children: Commercialisation and the Changing Construction of Childhood. In: Barn 25, 2, s. 49–71. ISSN 0800-1669.

části textu se zaměříme na výživu dětí a na to, jak je ovlivňována konzumním stylem života.

## 9 ZDRAVOTNÍ RIZIKA PLYNOUCÍ Z KONZUMERISMU – NADVÁHA A OBEZITA

### 9.1 Nadváha a obezita

Zvýšenou tělesnou hmotnost, která signalizuje nevhodný poměr tukové a netukové tkáně v těle, řadíme dle naměřených hodnot Body mass indexu do šesti kategorií – od kategorie podváha až ke kategorii těžké obezity (obezita 3. stupně). Dle údajů WHO žije v dnešní době více než 66% světové populace ve státech, v nichž představuje obezita a zdravotní komplikace s ní spojené větší riziko než podvýživa.

Je však na místě zmínit rozdíl mezi nadváhou a obezitou. Zatímco nadváha znamená jakýsi předstupeň obezity a nese s sebou určitá zdravotní rizika, obezita sama o sobě představuje civilizační chorobu, která přímo ohrožuje stále větší počet lidí žijících ve vyspělých zemích. Světová zdravotnická organizace se problematice nadváhy a obezity věnuje dlouhodobě, na základě analyzovaných dat a následných statistických výstupů je možné zachytit řadu trendu, které jsou pro populace postindustriálních zemí typické. Na základě těchto dat může například říci, že větší podíl populace trpí nadváhou než obezitou ( např. za rok 2008 to bylo < 1,4 dospělých jedinců v kategorii nadváhy vůči < půl miliardě obézních lidí). Ze statistik mimo jiné vyplívá také skutečnost, že problémy s váhou se dostávají častěji u mužů, a to jak v kategorii nadváhy, tak v kategorii obezity.

Nadváha je poměrně široký pojem, do kterého mohou snadno spadat i jedinci, jejichž tělesná hmotnost je pouze lehce nadprůměrná, což může mít řadu příčin. Takovýto mírný stupeň nadváhy nemusí mnohdy představovat reálný problém, obzvláště u dětí se může jednat jen o přechodný důsledek rychlých fyzických změn, které mohou být způsobeny např. hormonálními změnami v organismu. Nelze tedy na všechny odchylky od optimální váhy hledět automaticky jako na problém či zdroj případných zdravotních rizik. Ovšem na druhou stranu není na místě problematiku nadváhy nějak bagatelizovat, jelikož nadměrná hmotnost často přechází z kategorie nadváhy do patologického stádia obezity, které přináší vážná zdravotní rizika, jakými je například zvýšená náchylnost k vzniku ischemické choroby, rozvoji diabetu či některých nádorových onemocnění.



„Světová zdravotnická organizace (WHO) definovala obezitu r. 1985 jako zvýšení hodnoty BMI (Body Mass Index) u mužů nad 30,0 a u žen nad 28,6. Roku 1999 však byla tato definice zpřesněna. Nadváhu označovala hodnota BMI nad 25 a obezitu hodnota BMI nad 30.“<sup>56</sup>

Dle Dietologického slovníku můžeme hodnoty Body mass indexu rozčlenit do následujících šesti kategorií:

„Podvýživa – do 18,5

Normální hmotnost 18,5 – 25

Nadváha 25–30

Obezita I. stupně (mírná) 30–35

Obezita II. stupně (střední) 35–40

Obezita III. stupně nad 40.“<sup>57</sup>

Hodnotu Body mass indexu (BMI) získáme dosazením do vzorce:

**Hmotnost v kg/(výška<sup>2</sup> v m)**

Dle bakalářské práce *Přístup k dětem s nadváhou a obezitou v rámci tělesné výchovy na I. stupni základních škol* od autorky Petry Herclíkové z Pedagogické fakulty Univerzity Karlovy<sup>58</sup> Obezita je patologický stav organismu, při němž se hromadí nadměrné množství tuku v organismu ve vztahu k jiným tkáním. Je mnohdy pojmenována jako epidemie 3. tisíciletí. Bývá problémem nikoli jen ve vyspělých zemích, ale nabývá značných rozměrů i v mnoha rozvojových zemích. V České republice je výskyt obezity a nadváhy vyšší než v evropském průměru.<sup>59</sup>

Obezita představuje problém, který se týká jak dospělých, tak i dětí a dospívajících a nese s sebou četná zdravotní rizika. Dle WHO na světě více než miliarda lidí spadá do

---

<sup>56</sup> VEISOVÁ, V. Obezita – onemocnění těla i duše. *Kontakt* [online]. 13(4), 425–433 [cit. 2020-05]. ISSN 1212-4117. Dostupné také z: <https://kont.zsf.jcu.cz/clanky.php/4~2011/953-obezita---onemocneni-tela-i-duse>

<sup>57</sup> SVAČINA, Š. a A. BRETŠNAJDROVÁ. *Dietologický slovník*. Praha: Triton, 2008, s. 157. ISBN 978-80-7387-062-1.

<sup>58</sup> HERCLÍKOVÁ, P. *Přístup k dětem s nadváhou a obezitou v rámci tělesné výchovy na I. stupni základních škol*. Praha, 2018. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, Katedra tělesné výchovy. Vedoucí práce Gabriela Jahodová.

<sup>59</sup> Fakulta sportovních studií MU, 2012

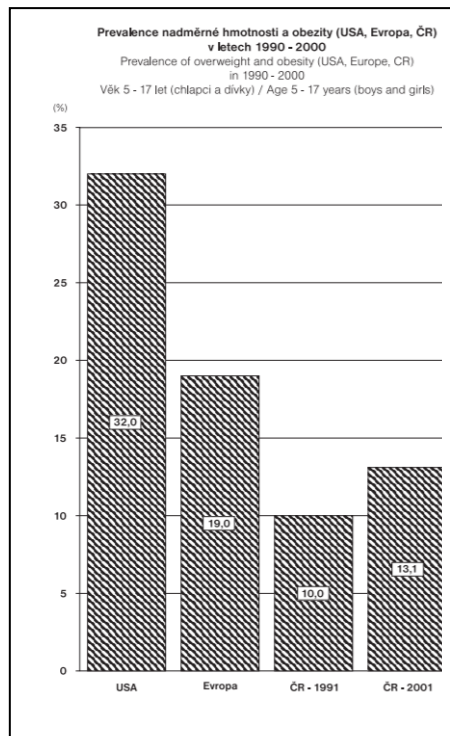
kategorie obezity. V rámci České republiky tato civilizační choroba postihuje zhruba dvě třetiny lidí, přičemž výrazně více obézních lidí najdeme v kategorii dospělých, největší nárůst případů je pak v posledních letech v kategorii dospělých mužů.<sup>60</sup> Děti trpících obezitou se v ČR nachází něco mezi 10–15%, ovšem musíme zohlednit znepokojující trend nárůstu nadváhy a obezity u dětí a mládeže. Tento nárůst dokládají výsledky šestého Centrálního antropologického výzkumu dětí a mládeže, který byl proveden v roce 2001. Tento výzkum byl proveden metodou dotazníkového šetření, kterého se zúčastnilo více než 40 000 žáků základních a středních škol. Zúčastnění prošli důkladným měřením, během něhož byly zaznamenávány údaje o tělesné výšce, hmotnosti, obvodu hlavy, levé paže, břicha a boků či délka a šířka nohy, z vybraných parametrů byl následně vypočítán Body mass index. Část tohoto rozsáhlého výzkumu se tedy zaměřuje konkrétně na změny tělesných proporcí a prevalenci nadměrné hmotnosti a obezity, získané hodnoty jsou porovnávány s daty z výzkumu, který proběhl v roce 1991. Naměřené hodnoty BMI jsou ve výstupech šetření posuzovány z mnoha hledisek, jako je například vliv úrovně vzdělání rodičů na zastoupení dětí v kategoriích BMI či vliv počtu dětí v rodině a mnoho dalších.<sup>61</sup>

Nárůst nadváhy a obezity u dětí a mládeže v posledních desetiletích je samozřejmě patrný v celém „západním světě“, což můžeme vidět na níže přiloženém grafu č. 1, který ukazuje, že výrazně největší prevalenci nadměrné hmotnosti a obezity vykazuje USA, což zároveň odpovídá i nejvyšší míře konzumerismu, typického právě pro Spojené státy americké.

---

<sup>60</sup> HERCLÍKOVÁ, P. *Přístup k dětem s nadváhou a obezitou v rámci tělesné výchovy na 1. stupni základních škol*. Praha, 2018. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, Katedra tělesné výchovy. Vedoucí práce Gabriela Jahodová.

<sup>61</sup> VIGNEROVÁ, J. a kol. *Celostátní antropologický výzkum dětí a mládeže*. Praha: PŘF UK, SZÚ, 2006. ISBN 80-86561-30-5.



**Obrázek 1: Prevalence nadměrné hmotnosti a obezity v letech 1990-2000**

Zdroj: ČSÚ

Problém obezity je natolik rozšířený, že se nevyhýbá žádné společenské skupině napříč věkovou i socioekonomickou strukturou společnosti. Na výskyt obezity má vliv řada faktorů včetně genetické predispozice, ovšem jako hlavní příčina této choroby se uvádí nerovnováha mezi příjmem a výdejem energie. Pokud člověk přijímá v potravě více energie, než dokáže jeho tělo využít a tím pádem i odbourat, začne tělo vytvářet tukové zásoby, do nichž přebytečnou energii ukládá.

Výrazný nárůst dětské obezity představuje vážný problém, který ovšem řada rodičů u svých dětí přehlíží a bagatelizuje na úroveň pouhé ‚vady na kráse‘, ačkoliv i tato stránka věci může mít velmi negativní dopad na psychické zdraví dítěte. Je důležité chápat obezitu jako chronické onemocnění, které s sebou nese značná zdravotní rizika, jelikož může působit na rozvoj dalších nemocí. Z kategorie chorob souvisejících s obezitou můžeme uvést např. zvýšený krevní tlak, nemoci pohybového aparátu (u dětí může obezita vést ke špatnému vývoji páteře či kloubů), cukrovku, zvýšený cholesterol či nádorová onemocnění a řadu dalších nebezpečných chorob. Je proto více než žádoucí si tato rizika plně uvědomit a usilovat vhodnými dílčími změnami o normalizaci tělesné hmotnosti.

Zvýšenou pozornost nebezpečí obezity by měli věnovat rodiče dětí, které jsou geneticky zatížené obezitou či se v jejich rodině vyskytují onemocnění s obezitou související.

## 9.2 Typy obezity

Obezitu můžeme rozdělit na několik typů, přičemž určující roli hrají oblasti těla, v nichž se tuk nejvíce koncentruje. Velmi často se setkáme s vymezením dvou základních typů obezity, a to s tzv. mužským (androidním) a ženským (gynoidním) typem, které jsou často obrazně označovány jako typ postavy jablko (mužský typ) a hruška (ženský typ). Oba typy mají svá specifika, zatímco androidní typ obezity se vyznačuje zvýšenou koncentrací tuku v oblasti břicha, pro gynoidní typ je typické hromadění tukové tkáně v oblasti hýždí a stehen. Za nebezpečnější formu obezity je považován androidní typ, což je způsobeno nadměrným výskytem útrobního (viscerálního) tuku, který je uložený hlouběji než tuk podkožní (typický pro gynoidní obezitu) a tak obklopuje přímo orgány obézního jedince. Právě viscerální tuk zásadně ovlivňuje průběh metabolické přeměny, a tím negativně působí na fungování celého organismu. V odborné literatuře se ovšem můžeme setkat i s širším vymezením typů obezity (viz. přehled níže), které hodnotí tuto problematiku na základě vícero aspektů.

- „Difúzní – tuk se ukládá po celém těle.
- Centrální typ – tuk se ukládá hlavně v oblasti trupu.
- Lipodystrofický – postihuje především horní polovinu těla a je nejtěžším léčebným problémem zvláště tehdy, dojde-li k velkému ukládání tuku na hýždích, břichu a stehnech. V horní polovině těla jsou ženy skoro vyhublé. Tento typ tloušťky bývá podmíněn rodově.
- Gynoidní – nadměrné nahromadění tuku v oblasti stehen a hýždí.
- Androidní – nadměrné nahromadění tuku v břiše.“

*(Fakulta sportovních studií MU, 2012, str. 97)*

## 10 DĚTSKÁ OBEZITA

Jak již bylo řečeno dříve, nejčastěji používaným způsobem hodnocení tělesné váhy je hmotnostní index BMI, pro nějž byly na základě národních studií sestaveny percentilové grafy. Hranice dětské obezity nejsou stanoveny fixně a v literatuře se mění s ohledem na daného autora, jako hraniční hodnota je obvykle uváděn percentil od 90 až po 97, za obézní děti jsou považováni jedinci s BMI větší než 97 percentil populace. Nutno dodat, že hodnocení obezity jen na základě indexu BMI může přinášet určitá zkreslení, jelikož neříká nic o reálném poměru mezi tukovou a netukovou tkání zkoumaného organismu. Obzvláště u dětí, jejichž tělo prochází prudkými změnami, které s sebou nesou také poměrně rychlý nárůst hmotnosti, může docházet při rozřazování výsledků měření BMI k nepřesnostem. Obecně však můžeme říci, že děti trpících nadváhou či obezitou neustále přibývá a že většina obézních dětí bojuje s tímto problémem i v dospělosti.

Existuje celá řada faktorů, které mohou na vznik a rozvoj obezity u dětí negativně působit, zatímco dříve se za stěžejní považovaly tzv. nutriční faktory, které představují nepoměr mezi energetickým příjmem a výdejem a nedostatek fyzické aktivity, dnes odborníci pohlíží na tuto problematiku z širší perspektivy a do faktorů působících na vznik obezity zahrnují např. genetické vlivy, jejichž vliv je nezpochybnitelný. Genetické vlivy byly prokázány řadou studií, která potvrdily korelační vztahy mezi BMI dětí a rodičů. Nastavení metabolismu látkové výměny, na níž závisí, jakým způsobem bude organismus schopen nakládat s přijatou energií, ovlivňuje také řada vnějších faktorů, důležitou roli zde hraje například průběh těhotenství či to, jak se dítě stravovalo v raném dětství.

U obézních dětí se tak naskýtá otázka, co tento stav způsobuje, zda za zvýšenou hmotnost dítěte mohou genetické vlivy, či zda převažují negativní vnější vlivy. Nutno podotknout, že ve většině případů se jedná o kombinaci obou faktorů, jelikož rodiny, kde rodiče sami trpí nadváhou či obezitou, často inklinují k nevhodnému stravování a často nemají pozitivní vztah ke sportu, což se následně negativně přenáší na děti, které snadno přejímají nezdravé vzorce chování svých rodičů. Můžeme říci, že předpoklad pro rozvoj obezity je podmíněn dědičnými faktory, není ovšem známo, do jaké míry je

tako genetická dispozice ovlivňována vnějšími faktory. Na vznik obezity mohou mít vliv také zdravotní příčiny jako je snížený klidový výdej energie, který je způsoben vrozenou disfunkcí štítné žlázy, nadbytek kortizolu či užívání některých psychofarmak.

## **10.1 Nutriční faktory vzniku dětské obezity**

### **10.1.1 Špatný poměr mezi energetickým příjmem a výdejem**

K nepoměru mezi příjmem a výdejem energie může docházet ze dvou důvodů, buď jedinec přijímá nadměrné množství energie (kalorií) nebo příliš málo energie vydává. Oba tyto důvody úzce souvisejí s konzumním způsobem života a průvodními trendy, které tento životní styl provázejí.

Z hlediska nadměrného energetického příjmu populace (samozřejmě i dětské populace) představuje zásadní problém nevhodná skladba přijímané potravy, která obsahuje příliš tuků a tzv. rychlých cukrů, což jsou látky, které nejen obsahují přebytečné množství kalorií, které mají jen malou výživovou hodnotu, ale navíc zásadním způsobem ovlivňují glykemický index jedince. Glykemický index potravin přitom určuje za jak dlouho po sněžení jídla znovu pocítíme hlad, potraviny s vysokým glykemickým indexem, zjednodušeně můžeme říci příliš sladké či tučné potraviny, negativně ovlivňují látkovou (metabolickou) výměnu, čímž působí na nárůst tukové tkáně. Pokud dítě konzumuje potraviny s nižším glykemickým indexem, což jsou obvykle potraviny, které mají větší výživovou hodnotu, jelikož obsahují méně tuků a cukrů, a naopak více proteinu (bílkovin) a vlákniny, nepociťuje rychle hlad či chuť na další nezdravé jídlo.

Ve vyspělých státech představuje v současné době velký problém expanzivní reklama, která nabízí širokou škálu nezdravých potravin, a která velmi často cílí přímo na dětskou zákaznickou skupinu. Dle Fořta jsou reklamy, které cíleně útočí na dětskou psychiku, katastrofou pro konzumenty, kteří jim podlehnou.<sup>61</sup>

---

<sup>61</sup>FOŘT, P. *Stop dětské obezitě*. Praha: Euromedia Group, k. s. - Ikar, 2004. ISBN 80-249-0418-7.

Druhou zjevnou příčinu nepochybně mezi energetickým příjmem a výdejem, který vede k rozvoji obezity, představuje nedostatek výdeje energie, který je zapříčiněn nedostatkem pohybu.

Také tato skutečnost, která negativně ovlivňuje tělesnou hmotnost a fyzickou kondici velkého procenta dnešních dětí a mládeže, odráží masově rozšířený konzumní styl života. Nedostatek pohybu, který pramení ze sedavého způsobu života a nezájmu o sportovní aktivity, je pro značnou část školní mládeže signifikantní. Fenomén sedavého životního stylu úzce souvisí s formami trávení volného času, které velká část dětí preferuje. Velmi oblíbenou volnočasovou aktivitou se v posledních letech stalo hraní různých počítačových her a pohyb ve virtuálním prostředí internetu jako takový, což s sebou kromě negativních zdravotních dopadů nese samozřejmě řadu přidružených rizik, kterým se v této práci ovšem nemáme prostor věnovat.

Dalším aspektem, který v sobě snoubí sedavý životní styl mládeže a všudypřítomný konzumerismus, je nezáměr o provozování sportu. Mnoho dětí věnuje volný čas, který tráví mimo domov, bezúčelnému bloumání po nákupních centrech, které jim nejen nezajistí potřebný výdej energie, ale navíc je nutí k dalšímu navýšování energetického příjmu, jelikož v těchto multifunkčních obchodních centrech se velmi často nachází různé fast foody, které nabízejí množství nezdravých jídel, která jsou u mladých lidí velmi populární. Měli bychom zde ovšem zmínit, že na podobu trávení volného času mládeže má značný vliv rodina, mladí lidé, kteří byli od dětství vedeni svými rodiči k nějaké sportovní aktivitě v ní velmi často pokračují i v pozdějším věku.

Další aspekt, který se promítá do omezené pohybové aktivity dnešní mládeže je rozšířená automobilová doprava, zatímco dříve se děti běžně pohybovaly od bodu k bodu pěšky, v dnešní době je rodiče často vozí autem, a to jak do školy a ze školy, tak i na případné volnočasové aktivity. Tato skutečnost souvisí jak s masovým rozšířením automobilové dopavy jako prostředku k celodennímu pohybu v daném prostoru, tak se změnami v geografickém rozmístění obyvatelstva. Zde hovoříme především o fenoménu sub-urbanizace, v rámci kterého se rodiny s dětmi často přesouvají z města do okolních venkovských sídel, což s sebou ovšem nese zvýšené požadavky na dopravu, toto neustálé dojíždění stojí rodiny navíc mnoho času, což se může projevit v nedostatku času na přípravu zdravého jídla. Jak bylo okrajově nastíněno konzumní styl

života má nesmírné množství vzájemně úzce provázaných aspektů, které s sebou nesou četná rizika nárůstu dětské obezity.

Malá pohybová aktivita nepředstavuje pouze rizikový faktor pro rozvoj obezity, ale ochabování svalové hmoty negativně ovlivňuje celkovou zdatnost jedince, z čehož pramení řada dalších zdravotních problémů jako například bolesti zad, špatné držení těla či zvýšená unavitelnost.

### **10.1.2 Nevhodné stravovací návyky**

Jak již bylo řečeno výše, problém vytvoření nezdravých stravovacích návyků či přejídání u dětí pramení především z rodinného prostředí, kdy rodiče velmi často přenášejí své špatné stravovací návyky na děti, které kvůli nim mohou být nejen obézní v dětství, ale navíc si tyto nevhodné vzorce přenášejí až do dospělosti. Jak klasická česká kuchyně, tak i populární fast foodová jídla obsahují velké množství tuků a škrobů.

Problém nezdravých stravovacích návyků a z nich plynoucí obezity u dětí pochopitelně nelze zúžit pouze na nevhodné působení rodiny a všudypřítomné fast foody, významným faktorem přispívajícím k nárůstu dětské obezity jsou také nejrůznější cukrovinky a slané pochutiny, které děti nezdědka kdy konzumují v nadměrné míře, jelikož právě za ně často utrácejí své kapesné. V případě sladkostí či brambůrku se znovu opakuje již popisovaný problém s nevhodnou skladbou potravin a vysokým glykemickým indexem, který způsobuje rychlý nástup pocitu hladu a chuti na další přísun kalorií. Sladkosti jsou problematické jak z hlediska vysokého obsahu cukrů, tak pro častý výskyt barviv, stabilizátorů a konzervantů, jejichž negativní vliv na lidské zdraví je často doložen, ovšem legislativa používání těchto látek nezakazuje a výrobci tak spoléhají na nízkou informovanost či nezájem svých zákazníků.

Dalším velkým nešvarem stravovacích zvyklostí současné mládeže je konzumace velkého množství slazených nápojů, které často obsahují nejen přemíru cukrů, ale také různá barviva. Jako příklad zde můžeme uvést coca colu, která v sobě snoubí řadu aspektů konzumerismu, jedná se o výborný příklad globálně rozšířené populární značky se silným logem, jejíž reklamy cílí často na mladé lidi, navíc se jedná o nápoj, který je dostupný ve většině fast foodových restaurací, což coca cole zajišťuje přední příčky oblíbenosti u dětí a mládeže, pro něž se stává druhořadým kolik kostek cukru zbytečně přijmou v rámci nevhodného pitného režimu.



### 10.1.3 Otázky konzumního životního stylu v prostředí školy

Prevence obezity u dětí představuje velmi aktuální problém, klíčovou roli zde hraje, jak již bylo několikrát zmíněno rodina, ovšem rodiče nejsou jedinými aktéry, kteří do problematiky nezdravě nastaveného životního stylu mládeže zasahují, podstatnou úlohu v úpravě životosprávy žáků může sehrát také škola, což činí z konzumerismu a s ním spjatého konzumního stylu života také pedagogický problém, který je vhodné ve školním prostředí reflektovat.

Většina škol se dnes snaží pozitivně ovlivňovat postoje žáků v mnoha ohledech (viz. rozvoj klíčových kompetencí a průřezová témata výuky), které přesahují běžný rámec výuky jednotlivých předmětů, a tím přispívají k schopnosti žáků vnímat vnější svět v širších souvislostech. Právě problematika konzumerismu a principy zdravého životního stylu, které by si měly děti ve škole osvojit představují hlavní východiska pro praktickou část této bakalářské práce.

Školy se dnes často snaží omezit přístup žáků k nezdravým pochutinám a přeslazeným nápojům, aspoň stažením prodejních automatů na své půdě, ačkoliv ještě dnes najdeme řadu škol, v nichž se prodejní automaty nachází. Přítomnost prodejních automatů ve školách často velmi negativně ovlivňuje stravovací návyky žáků v době vyučování, řada dětí dává přednost nákupu cukrovinek a slazených vod, kterými nahrazuje například z domova přinesené svačiny. Pro některé rodiče představuje tato skutečnost vítané usnadnění práce a svému dítěti rádi dají vyšší kapesné na nákup jídla ve škole, ovšem i v případě, že rodiče žákovi připravují zdravé svačiny doma (nebo dítě k jejich přípravě nabádají) není dítě pochopitelně uchráněno od konzumace nezdravých potravin, jelikož snadná dostupnost a přitažlivá reklama, stejně jako působení okolí lákají mladého člověka k nákupu konzumního zboží.

Lze tedy říci, že je vhodné, aby se škola snažila eliminovat nabídku nezdravých potravin a slazených nápojů a zároveň rozšiřovala povědomí žáků o negativních vlivech konzumace těchto potravin, stejně jako o rizicích spjatých s konzumním stylem života jako takovým.

Nutno dodat, že práce s tímto tématem může přinášet řadu úskalí s nimiž se pedagog může setkat. Pedagogický problém může představovat například přítomnost žáka trpícího obezitou ve třídě, v takovém případě musí pedagog k tématu obezity plynoucí

z konzumního stylu života přistupovat velmi citlivě, tak aby minimalizoval negativní dopad na psychiku takového žáka a dítě se necítilo v hodinách věnovaných problematice nezdravého životního stylu nepříjemně. Důležitým předpokladem pro vypořádávání se s tímto problémem je zdravé nastavení klimatu třídy, o něž by měl usilovat především třídní učitel, který na danou třídu pedagogicky působí nejen v rámci výuky svých předmětů, ale také v rámci utváření mezilidských vztahů ve třídě, z nichž právě klima třídy pramení.

Velkou otázkou zde ovšem zůstává možná míra efektivity výuky o negativních dopadech konzumního stylu života. Jelikož na děti působí v dnešní době již od raného dětství velké množství vlivů a společenských tlaků, které je ke konzumnímu životu nabádají, sklon k tomuto životnímu stylu pramení velmi často přímo z rodinného prostředí, kdy děti přejímají konzumní vzorce chování svých rodičů. Mladí lidé se vlastně už od narození pohybují ve společnosti, která stojí na principech konzumerismu, což významně formuje společenské klima, které představuje životní rámec dnešní mládeže. Z těchto důvodů je konzumní styl života u velké části dětí natolik zakořeněný, že výuka orientovaná na negativa konzumních vzorců chování nemůže mít velký dopad na jejich reálné chování, což představuje jeden z klíčových pedagogických problémů.

## 11 VNĚJŠÍ FAKTORY VZNIKU OBEZITY

### 11.1 Vliv rodiny

Fungování rodiny, které může souviset se sociálním postavením domácnosti, přímo ovlivňuje způsob stravování dítěte. Jedním z častých problémů soudobých rodin je velká zaneprázdněnost rodičů, velká pracovní vyčíženost se následně projevuje nejen v nedostatku času tráveného společně s dětmi, ale i v nedostatku času na přípravu kvalitního, nutričně vyváženého jídla. Řada lidí tak často sahá k nákupu polotovarů, různých potravinových náhražek či přímo hotových jídel, která zpravidla obsahují množství nezdravých látek a zbytečných kalorií, které snadno způsobí nárůst tělesné hmotnosti dítěte. U velké části dětí trpících obezitou se snoubí jak genetické předpoklady vzniku této choroby, tak i faktory prostředí, v němž dítě žije, kterým může být např. nepříznivá finanční situace rodiny, která rodiče nutí k nákupu levnějších, méně kvalitních potravin. Klíčový problém ovšem často představuje přirozená tendence k přejímání vzorců chování z rodiny. Dítě, které má sklon k nadváze, je tak svými rodiči často negativně ovlivňováno i ve způsobu trávení volného času, vztahu k pohybu či množství a složení jídla.<sup>62</sup> MUDr. Zuzana Urbánková tvrdí, že „jestliže je v rodině jeden rodič obézní, má dítě 50% šanci stát se rovněž obézním. Jestliže jsou obézní oba rodiče, lze očekávat obezitu u dítěte až v 80 %.“<sup>63</sup>

Nárůst výskytu nadváhy je kauzálně ovlivňován konzumním životním stylem, který se mimo jiné vyznačuje rostoucí spotřebou potravin, které negativně působí na vznik obezity. Jedná se o nejrůznější potraviny s nevhodným složením, ve kterém převažují tuky a tzv. rychlé cukry či soli.

### 11.2 Socioekonomické faktory

Na výskyt obezity má často, jak již bylo řečeno výše, vliv také socioekonomický status jedince, což může být prostřednictvím nápodoby či faktoru prostředí následně přeneseno i na dítě. Proto četné výzkumy ukazují, že obezitou trpí častěji lidé s nižším

---

<sup>62</sup>ALDHOON HAINEROVÁ, I. *Dětská obezita*. Praha: Maxdorf, 2010. ISBN 978-80-7345-196-7.

<sup>63</sup>URBANOVA, Z. Můžeme ovlivnit obezitu v dětství? *Pediatric pro praxi*. 2008, 9(4), 236–239. ISSN 1803-5264.

vzděláním, lze se domnívat, že tito lidé více konzumují nekvalitní levnější potraviny než lidé s vyšším vzděláním, kteří mají díky lepší pracovní pozici více prostředků na nákup lepšího jídla.<sup>64</sup> Socioekonomické faktory zde ovšem mohou působit i zcela ambivalentně, jelikož dobrý socioekonomický status s pomyslným dostatkem finančních příjmů přináší v rámci konzumace větší možnosti.<sup>65</sup>

### 11.3 Sociokulturní faktory

Vliv sociokulturního prostředí na výživu dětí a mládeže je nezpochybnitelný. Marketingová oddělení v dnešní době disponují velkým množstvím propracovaných postupů, jak motivovat zákazníky k nákupu jejich produktu. Tyto nástroje obchodníků vycházejí ze zákonitostí fungování lidské psychiky a díky tomu je dopad různých marketingových triků i samotné reklamy, která má za hlavní cíl vytvořit povědomí o daném produktu a budování ‚kultu značky‘, skutečně ohromný. Obchodníci často vycházejí z některých aspektů tzv. modelu mcdonaldizace, s nímž přišel již v polovině minulého století podnikatel Ray Krock. Tento model vychází z paradigmatu formální racionality, která si klade za cíl hledání optimálních prostředků k dosažení cíle s ohledem na určitá pravidla, omezení a širší sociální struktury (dle Maxe Webera). Mcdonaldův model stojí na čtyřech základních pilířích, jimiž jsou:

- efektivita,
- předvídatelnost,
- kvantifikace, která činí z kvantity měřítko kvality,
- kontrola.

Nutno dodat, že tento model, který v sobě spojuje myšlenky taylorismu, principy byrokracie a formu výroby montážní linky a je postaven na kvantifikačních principech rychlosti, objemu a nízké ceny, se ukázal být velmi účinným nástrojem konzumní společnosti.<sup>66</sup> Příkladem využití mcdonaldizace v marketingových postupech velkých supermarketů či hypermarketů může být jejich formální uniformita, tedy skutečnost, že se zboží nachází vždy na stejném místě, a to v každé prodejně dané značky. Způsob,

<sup>64</sup>SAMUELSON, P. A. a W. S. NORDHAUS. *Ekonomie*. 19. vyd. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.

<sup>65</sup>FOŘT, P. *Stop dětské obezitě*. Praha: Euromedia Group, k. s. - Ikar, 2004. ISBN 80-249-0418-7.

<sup>66</sup>HEJTMAN, P. a kol. *Spotřební společnost a její reflexe ve výuce společenských věd a výchovy k občanství*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2014.

jakým je zboží do regálů řazeno, jeho posloupnost napříč obchodem i další aspekty, jako je umístování zboží do určitých výšek tak, aby nakupujícího co možná nejvíc upoutalo, to vše je výsledkem propracovaného marketingu. Tyto často podprahové signály, které na člověka působí, mají na většinu konzumentů velký účinek, není tedy překvapením, že děti, které nemají ještě tak silně vyvinutou schopnost rozlišit pravdu od fikce a jsou snadněji manipulovatelné médii a reklamou, podléhají marketingovým trikům velmi snadno.

Velký důraz je kladen také na snadnou dostupnost zboží, kdy dítě přesně ví, kde, co najde, a tak jde najisto, často se také můžeme setkat s umístováním různých sladkostí a žvýkaček u pokladen, kam i malé děti snadno dosáhnou, a pokud nedosáhnou, další cukrovinku vymámí na rodičích. Dalším účinným způsobem, kterým obchodníci cílí na dětské zákazníky, jsou různé dárkové či propagační předměty, které mohou děti například sbírat. To se v poslední době často transformuje do podoby sbírání bodů za nákup, kdy za určitou částku utracenou v daném obchodě získává body, které může následně změnit za nějaký dárkový předmět. Právě tato forma získávání dárků za nákupy je často cílena na děti, kdy jsou oním dárkovým předmětem například různé limitované edice plyšáků a reklamy. Dětem neustále podsouvají heslo: Posbírej je všechny! Jak již bylo jednou řečeno, děti těmto marketingovým tlakům podléhají velmi snadno a díky neschopnosti plně uvážit důsledky svého chování, nezohledňují složení výrobku nebo to, jakým způsobem byl zpracován.<sup>67</sup>

Hovoříme-li o sociokulturních faktorech dětské obezity, nesmíme opomenout zmínit reklamu, která podle MUDr. Hainerové hraje významnou roli při preferenci nezdravých potravin, které obsahují přemíru tuků a nedostatek výživově hodnotných látek.

Na velkém vlivu reklamy na kontumaci nutričně nevyhovujících potravin, jejichž konzumace má za následek nabývání na váze, se shoduje řada odborníků. Efektivním způsobem, jak děti zaujmout a přivést k nákupu produktu, je nejen reklama, které dítě věří, nebo se jí nechá alespoň částečně zmanipulovat, ale také barva obalu či jeho atraktivní grafické provedení.<sup>68</sup>

---

<sup>67</sup> FRAŇKOVÁ, S. a kol. *Dítě s nadváhou a jeho problémy*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0797-9.

<sup>68</sup> Tamtéž.

Výrobci jsou si zásadního vlivu reklamy dobře vědomi, a tak investice do reklamy neustále stoupají. Velký vliv má také značka, jejíž jméno se prostřednictvím reklamy buduje. O tom, jaký význam dětští konzumenti přikládají značce, hovoří jedna z kapitol knihy *Spotřební společnost a její reflexe ve výuce společenských věd a výchovy k občanství*<sup>69</sup>, která předkládá výsledky výzkumu, kdy děti mezi dvěma totožnými variantami téhož pokrmu jednoznačně volili jídlo z fast foodu McDonald 's.

Transformace maloobchodní prodejní sítě, k níž v České republice došlo v 90. letech 20. století, kdy se vlivem pádu komunistického režimu a jeho centrálně řízeného hospodářství ekonomika stejně jako celá země demokratizovala, což umožnilo vstup zahraničního kapitálu. V ČR se tak mimo jiné začala rychle rozvíjet síť zahraničních supermarketů a hypermarketů, které našly v nenasyceném trhu postkomunistických zemí skvělé odbytí. Značný výskyt tohoto typu obchodu ještě doprovází výstavba velkých nákupních center, která v sobě zpravidla obsahují také nějaký supermarket či hypermarket, má mj. za následek změnu způsobu trávení volného času dětí a mládeže. O způsobu trávení volného času dětí v nákupních centrech, která často nabízejí i další doplňkové služby, pro děti a mládež atraktivní, hovoří v knize *Nesnesitelná lehkost nakupování* dr. Spilková.<sup>70</sup> Autorka mimo jiné uvádí trend, v jehož rámci dospívající lidé často využívají nákupní centra spíše jako zábavní zóny, kam se chodí jen tak „poflakovat“, ne za účelem samotného nákupu. Náctiletí se v obchodních centrech ovšem často stravují v různých formách rychlého občerstvení, kde konzumují výživově zcela nevyhovující potravu a pijí přeslazené nápoje.<sup>71</sup>

---

<sup>69</sup> HEJTMAN, P. a kol. *Spotřební společnost a její reflexe ve výuce společenských věd a výchovy k občanství*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2014.

<sup>70</sup> KOŽELOUH, J., P. TKÁČ a M. ŠTEFANEC. *Nesnesitelná lehkost nakupování, aneb, Jaké je tajemství nízkých cen v obchodních řetězcích*. Brno: Nesehnutí, 2010. ISBN 978-80-87217-07-8.

<sup>71</sup> Tamtéž.

Dotazníkové šetření, které v rámci své bakalářské práce provedla Lucie Radová, jasně ukazuje, že pasivní formy trávení volného času u mládeže převažují nad aktivními formami, jako je například tvůrčí činnost či sport, což má pochopitelně negativní vliv na zvyšující se podíl obézních lidí v této věkové skupině. Autor dále říká, že na způsoby trávení volného času mladistvých mají velký vliv jejich rodiče a to, zda byli vedeni k zájmům a sportu.<sup>72</sup>

---

<sup>72</sup>RADOVÁ, L. *Trávení volného času teenagerů v Praze*. Praha, 2008. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta. Vedoucí práce Jana Spilková.

## 12 PRINCIPY ZPRACOVÁNÍ METODICKO-DIDAKTICKÝCH PŘÍPRAV S PŘIHLÉDNUTÍM NA RVP ZV

Cílem této části práce bylo vytvořit metodicko-didaktické přípravy, které by mohly sloužit v hodinách společenských věd či výchovy k občanství. Tyto přípravy byly zpracovány na základě Rámcového vzdělávacího programu pro základní školy (RVP ZV). Tento dokument představuje součást soudobého kurikulárního pojetí vzdělávání v České republice, které si klade za cíl řešit otázky obsahu vzdělávání v širších, vzájemně provázaných souvislostech. Kurikulum následně vychází ze sedmi základních otázek, a to:

- proč něco učit (otázka funkce a cílů vyučování),
- koho (zohledňuje věková, etnická, sociální atd. specifika žáků),
- co (řeší otázky obsahu výuky, zdůrazňuje význam praktické zkušenosti),
- kdy (řeší, v jakém věku, v jakém rozsahu a v jaké posloupnosti co vyučovat),
- jak (řeší metody, volbu vhodné organizační formy výuky),
- za jakých podmínek (otázky řízení, financování, vybavení škol ...),
- s jakými očekávanými efekty (řeší otázky formy a metody hodnocení).<sup>73</sup>

V České republice došlo na přelomu tisíciletí k zformování a přijetí nového konceptu školy, který označujeme jako kurikulární reformu, v jejímž jménu se *„škola má stát institucí, kde se děti učí řešit problémy, s nimiž se setkávají a budou setkávat v běžném životě, kde jsou připravovány na život v permanentní změně a vyrovnávání se se změnami.“*<sup>74</sup>

---

<sup>73</sup>WALTEROVÁ, E. *Úloha školy v rozvoji vzdělanosti*. Brno: Paido, 2004, s. 53. ISBN 8073150832.

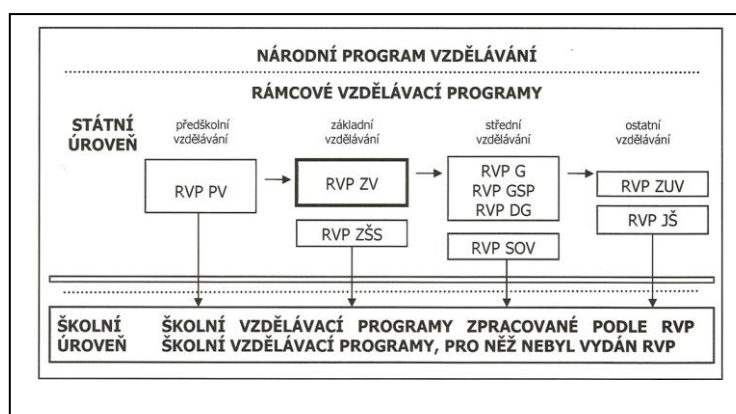
<sup>74</sup>Tamtéž, s. 32.



Vlastní obsahy a cíle vyučování jsou následně formulovány jako východiska tzv. klíčových kompetencí, které jsou dle Národního ústavu pro vzdělávání následující:

- k učení,
- k řešení problémů,
- komunikativní,
- sociální a personální,
- občanské,
- pracovní.<sup>75</sup>

Projektová forma kurikula, v rámci, které dochází ke konkrétnímu plánování obsahů vzdělávání, produkuje dokumenty, které tvoří opěrnou konstrukci pro reálné vyučování. Rámcový vzdělávací program je součástí systému kurikulárních dokumentů ČR, které představují koncepční a projektovou formu kurikula. Tento systém je názorně ilustrován na níže přiloženém obrázku.



**Obrázek 2: Schéma systému kurikulárních dokumentů**

Zdroj: BALADA, J. a kol. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2017. Dostupné také z: <http://www.msmt.cz/file/43792>

<sup>75</sup>BALADA, J. a kol. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2017, s. 5. Dostupné také z: <http://www.msmt.cz/file/43792>

Jak je ze schématu patrné, RVP je dokument, který vychází z Národního programu rámcového vzdělávání, jenž je známý pod označením „Bílá kniha“ a „vychází ze školského zákona č. 561/2004 Sb., o předškolním, základním, středním, vyšším odborném a jiném vzdělávání (školském zákoně), ve znění pozdějších předpisů, se do vzdělávací soustavy zavádí nový systém kurikulárních dokumentů pro vzdělávání žáků od 3 do 19 let“<sup>76</sup>

Vzdělávací obsahy vyučování mají tedy za úkol rozvíjet u žáků výše uvedené klíčové kompetence, jsou ovšem současně ovlivňovány průřezovými tématy, která právě z klíčových kompetencí vycházejí a kladou si za cíl pozitivně formovat hodnoty a postoje žáků, pomáhat k rozvoji komunikačních dovedností a schopnosti spolupráce a tím pomáhají utvářet individuální uplatnění žáků. Průřezová témata podporují komplexní přístup k realizaci vzdělávacího obsahu, včetně možnosti jeho vhodného propojování, a předpokládá volbu různých vzdělávacích postupů, odlišných metod, forem výuky...“<sup>77</sup>

RVP ZV definuje základní průřezová témata následovně:

- Osobnostní a sociální výchova.
- Výchova demokratického občana.
- Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech.
- Multikulturní výchova.
- Environmentální výchova.
- Mediální výchova.

Kurikulární dokumenty jsou definovány ve dvou úrovních, a to v úrovni státní a školní, my se v práci budeme dále vztahovat pouze ke kurikulárním dokumentům na státní úrovni.

Cíle základního vzdělávání jsou v Rámcovém vzdělávacím programu pro základní vzdělávání vymezeny následovně: „Základní vzdělávání má žákům pomoci utvářet a postupně rozvíjet klíčové kompetence a poskytnout spolehlivý základ všeobecného vzdělání orientovaného zejména na situace blízké životu a na praktické jednání.

---

<sup>76</sup>BALADA, J. a kol. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2017. Dostupné také z: <http://www.msmt.cz/file/43792>

<sup>77</sup> Tamtéž.

V základním vzdělávání se proto usiluje o naplňování těchto cílů:

- umožnit žákům osvojit si strategie učení a motivovat je pro celoživotní učení,
- podněcovat žáky k tvořivému myšlení, logickému uvažování a k řešení problémů,
- vést žáky k všestranné, účinné a otevřené komunikaci,
- rozvíjet u žáků schopnost spolupracovat a respektovat práci a úspěchy vlastní i druhých,
- připravovat žáky k tomu, aby se projevovali jako svébytné, svobodné a zodpovědné osobnosti, uplatňovali svá práva a naplňovali své povinnosti,
- vytvářet u žáků potřebu projevovat pozitivní city v chování, jednání a v prožívání životních situací; rozvíjet vnímavost, a citlivé vztahy k lidem, prostředí i k přírodě,
- učit žáky aktivně rozvíjet a chránit fyzické, duševní a sociální zdraví a být za ně odpovědný,
- vést žáky k toleranci a ohleduplnosti k jiným lidem, jejich kulturám a duchovním hodnotám, učit je žít společně s ostatními lidmi,
- pomáhat žákům poznávat a rozvíjet vlastní schopnosti v souladu s reálnými možnostmi a uplatňovat je spolu s osvojenými vědomostmi a dovednostmi při rozhodování o vlastní životní a profesní orientaci.“<sup>78</sup>

---

<sup>78</sup>BALADA, J. a kol. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2017. Dostupné také z: <http://www.msmt.cz/file/43792>

**Metodicko-didaktické přípravy pro předmět  
výchova k občanství**

**Vybrané aspekty konzumerismu**

## **Úvod do problematiky konzumerismu – úvodní hodina**

### **Téma: Konzumerismus**

Průřezová témata: osobnostní a sociální výchova, výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, environmentální výchova

Věková kategorie: 7.–8. třída

Časová dotace: 2 vyučovací hodiny

Klíčová slova: konzumerismus, život v konzumní společnosti, reklama, kult značky, utváření identity prostřednictvím konzumu

Organizační řízení učební činnosti a použité metody: frontální (hromadná) forma výuky, kooperativní forma výuky (možno zvolit také skupinovou formu výuky), volná diskuze na dané téma

Organizace prostorová: školní třída

Nutné pomůcky: PC, program PowerPoint, běžné psací potřeby

### **Cíle hodiny:**

1. kognitivní: žák bude schopen jednoduše vysvětlit pojem konzumerismus a základní příčiny jeho vzniku, zároveň bude schopen jednoduše popsat princip globalizace,
2. afektivní (postojové): postoje žáka budou formovány předloženými ukázkami textu a následnou volnou diskusí s ostatními žáky.

### **Průběh hodiny:**

Na úvod si vyučující připraví krátkou prezentaci, v níž se budou nacházet pouze obrázky různých druhů zboží, na každém snímku budou dva obrázky téhož zboží, přičemž u jednoho zobrazeného produktu bude patrná jeho značka (pomocí známého loga) a u druhého nebude značka uvedena. Žáci si budou v průběhu prezentace u každého snímku prezentace zaznamenávat, kterému produktu by daly přednost, a současně si zaznamenají první myšlenkovou asociaci, která je k jejich volbě vedla.

Po skončení prezentace spustí učitel prezentaci znovu, aby měli žáci jednotlivé obrázky opět před očima, u každého snímku bude na tabuli zaznamenávat, kolik dětí se

rozhodlo pro výrobek známé značky. Poté bude dán žákům prostor k řízené diskusi, v rámci, které popíší asociace, které je k jejich volbě vedly. Následně učitel vyzve žáky ke krátkému zamyšlení nad tím, co utváří jejich povědomí o značkách. Na závěr této úvodní aktivity se učitel pokusí myšlenky žáků logicky uspořádat a bude se snažit vyvodit z diskuze dílčí závěry, které budou zobecněné a vytvoří tak vhodný můstek pro přechod do druhé části hodiny.

Poté učitel krátce vysvětlí pojem konzumerismu a další základní pojmy, které se s tímto fenoménem pojí. Učitel zasadí vznik a vývoj konzumerismu do časoprostorového kontextu, dále se zaměří především na vlivy, které k rozvoji konzumerismu vedly. Následně se učitel zmíní o vzájemné provázanosti ekonomických, sociálních a psychologických aspektů konzumního způsobu života.

V další fázi hodiny rozdává učitel žákům pracovní list č.1, který obsahuje texty reflektující vybrané aspekty konzumerismu. Tento pracovní list bude zpracován formou kooperativní výuky: třída bude rozdělena na skupiny po 4–5 žácích, učitel následně přiřadí každému členovi skupiny jeden z textů (v případě 5členných skupin může vzniknout v rámci skupiny jedna dvojice). Nejprve bude poskytnut dostatek času, aby si každý žák mohl „svůj“ text individuálně nastudovat, během toho si bude poznamenávat nejdůležitější myšlenky textu. Následně dostane každá skupina prostor, aby si žáci vzájemně sdělili své poznatky a následně společně shrnuli, co se o konzumerismu dozvěděli. Na závěr hodiny bude dán prostor pro brainstorming, který poslouží jakožto reflexe celé hodiny.

## Pracovní list č. 1

### TEXT 1:

#### CO JE GLOBALIZACE

Globalizace je spontánní, neřízený proces stále intenzivnější integrace zemí světa v jediném ekonomickém systému. To je zřejmě jediné kritérium, na kterém se shodnou teoretici zabývající se tímto jevem, aniž by se tím vzdávali možnosti do pojmu zahrnout celé sady dalších sociálních, politických, kulturních, sociálně psychologických atd. vztahů s globalizací souvisejících. Mezinárodní měnový fond (IMF) proto příznačně definuje globalizaci jako rostoucí ekonomickou vzájemnou závislost zemí ve světovém měřítku v důsledku rostoucího objemu a druhu přeshraničních transakcí zboží a služeb a toku mezinárodního kapitálu, jakož i rychlejšího a rozsáhlejšího šíření technologií. Tato charakteristika ovšem pomíjí klíčovou důležitost komunikací, především internetu a masmédií, zejména televize. Právě nepřetržitý proud informací vede k zrychlení všech společenských procesů, k transformaci času a prostoru. Vzdálené skutečnosti, ať ekonomické či jiné ovlivňují stále intenzivněji životy obyvatel zemí zejména přímo vtažených do globalizačních procesů.

Průvodním jevem byly změny ve struktuře výroby a služeb. To platí zejména o odklonu od výroby zboží a poskytování některých služeb v ekonomikách zemí OECD, zatímco výroba zboží rostla v rozvojových zemích.

Zdroj: DLOUHÁ, J., J. DLOUHÝ a V. MEZŘICKÝ. *Globalizace a globální problémy*. Praha: Univerzita Karlova, 2006. ISBN 80-87076-01-X.

### TEXT 2:

#### PRŮMYSLOVÁ REVOLUCE

**ÚLOHA 1:** Co si představíte pod pojmem průmyslová revoluce? Je použití termínu **revoluce** opodstatněné? Přečtěte si následující úryvek a rozhodněte, které změny způsobené industrializací byly nejrevolučnější.

*“V tomto století dřevo muselo ustoupit oceli a parní stroj nahradil práci lidských rukou. Mluvíme o letech, během nichž se výroba nejrozmanitějšího zboží přesunula z domácích dílen, vybavených jednoduchými ručními stroji, do gigantických továren vybavených mohutnými, párou poháněnými stroji. Byla to léta, kdy ve střední a severní Anglii a Skotsku rostla velká průmyslová centra jak houby po dešti. Doba, ve které koňské povozy kodrcající se po blátivých cestách rychlostí okolo 5 km/h musely ustoupit rychlíkům letícím rychlostí 95km/h po moderní železniční síti. Období, během něhož britská populace poskočila z necelých 10 miliónů na 37 miliónů.*

*Byla to doba vědy a vynálezů, chudinských čtvrtí a epidemií. Věk boje pracujících za vzdělání, svobodu a snesitelné životní podmínky. Tato léta učinila z Británie nejbohatší, nejsilnější a nejpokrokovější zemi světa. Zemi, která dovážela potraviny a suroviny ze všech koutů světa a na oplátku vyvážela neskutečné množství veškerého možného zboží od špendlíků až po zaoceánské parníky.”*

Zdroj: MOSS, P. *Historyalive 3*. London: HarperCollinsDistributionServices, 1976, p. 5.

### TEXT 3:

G. Ritzer považuje mcdonaldizaci za proces „*při kterém principy rychloobslužných restaurací ovládají stále více sektorů americké společnosti i celého zbytku světa*“. McDonaldův systém nabízí především efektivnost. Prostředí je příjemné, prodavači mladí a usměvaví, obsluha je velmi rychlá. Člověk má pocit, že za málo peněz dostane spousty jídla, čemuž slouží i speciálně navržené kelímky vzbuzující dojem, že brambůrků je víc, než jich doopravdy je. Ve skutečnosti dosahují zisky z „chipsů“ až 400 %. McDonald nabízí předvídatost. Ve všech prodejnách McDonalda nalezneme podobné či identické výrobky. V New Yorku nebo v Moskvě jsou výrobky stejné a během let se téměř nemění. Nikdy nedostaneme výjimečně dobrý či výjimečně špatný hamburger. Zdá se, že většina lidí dává přednost světu bez překvapení. McDonaldivy restaurace jsou „chrámy konzumace, kde se provozuje spotřebitelské náboženství“.

Zdroj: CÍLEK, V. GEORGE RITZER: Mcdonaldizace společnosti. *Vesmír* [online]. 1997, 4, 227 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://vesmir.cz/cz/casopis/archiv-casopisu/1997/cislo-4/george-ritzer-mcdonaldizace-spolecnosti.html>

*Poznámka: George Ritzer je autor knihy Mcdonaldizace společnosti*

### TEXT 4:

## Svět reklamy

Média od počátku svého vzniku předávala informace o produktech, jejich vlastnostech, kvalitě, ceně. Dnešní novodobá reklama jde na věc z jiného úhlu – prodává nikoli produkt, ale přímo uspokojení potřeb. Bez obalu ukazuje, jak snadno si může konzument uspokojit konkrétní potřebu, navíc se dokonce snaží onu potřebu vyvolat nebo zvýšit její relativní naléhavost. Reklama je od světa médií neoddělitelná, měli bychom ji proto umět vnímat s odstupem a nenechat se jí využívat.

Zdroj: Vyšší odborná škola publicistiky. Svět reklamy. *Skolamedii.cz* [online]. © 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/svet-reklamy/>



## **Téma: Vliv masové výroby a dopravy na náš každodenní život**

Průřezová témata: Výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech, environmentální výchova

Věková kategorie: 8. třída

Časová dotace: 2 vyučovací hodiny

Klíčová slova: konzumerismus, doprava, znečištění životního prostředí, změna životního stylu společnosti, globalizace, mezinárodní přeprava zboží

Organizační forma výuky a použité metody: skupinová forma výuky, frontální forma výuky

Organizace prostorová: školní třída

Nutné pomůcky: psací potřeby, školní atlas

### **Cíle:**

Kognitivní: Žák je schopen vyjmenovat některá rizika spojená s konzumní formou společnosti, chápe negativní dopady masové výroby a dopravy na životní prostředí. Žák chápe velký nárůst dopravy, který dokáže vysvětlit jako důsledek globalizace a je schopen vyjmenovat klady a zápory tohoto jevu. Žák je schopen vyjmenovat různé typy dopravy, které se k dovážení zahraničního zboží využívají.

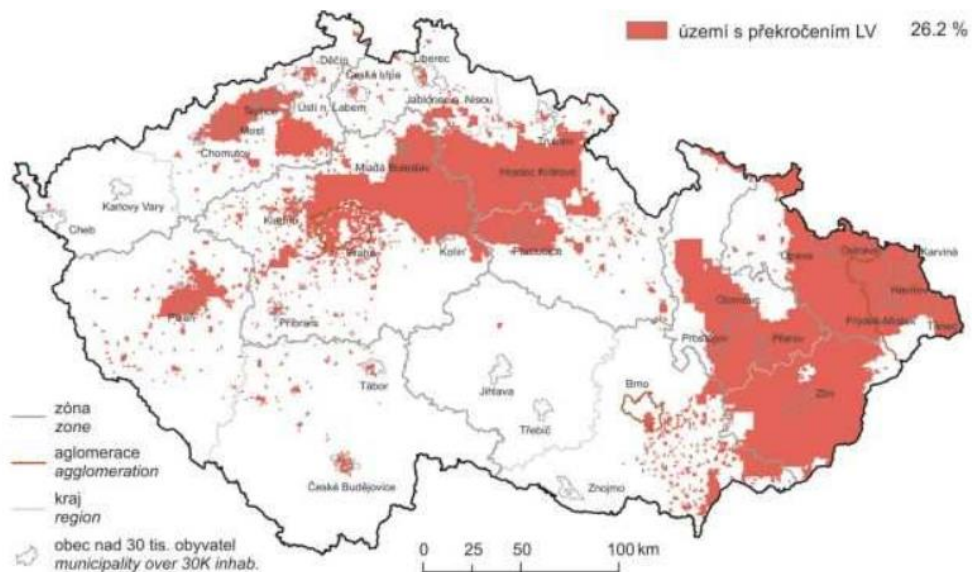
Afektivní: Formace postojů vůči produktům, žák dokáže vnímat širší aspekty ohledně místa původu daného výrobku.

### **Průběh hodiny:**

Učitel na začátku hodiny rozdá žákům školní atlasy, s nimiž budou následně ve skupinách pracovat. Poté se žáci rozdělí do skupin po 4–5 členech, nejprve se zamyslí nad různými způsoby dopravy a diskutují v rámci skupiny o pozitivních a negativních aspektech jednotlivých typů. Učitel následně rozdá žákům pracovní listy, které si žáci mohou vyplnit buď individuálně, nebo mohou o jednotlivých otázkách ve skupině diskutovat. Poté bude následovat výkladová část hodiny, kdy se učitel pokusí shrnout výhody a nevýhody globalizace, kdy věnuje mimořádnou pozornost vývozu a dovozu potravin, zdůrazní negativní dopady jak na kvalitu nabízených potravin, tak na lokální výrobu (např. zemědělci, kteří jsou nuceni používat různé chemikálie, aby mohli

vyprodukované zboží prodávat za nižší cenu a byli tak schopni konkurovat dováženým potravinám). První část pracovního listu pracuje s mapou, na níž žáci mohou zřetelně vidět oblasti našeho státu, které se potýkají se zhoršeným životním prostředím, a diskutovat o možných příčinách tohoto stavu. Tím se dostáváme k problematice znečištění ovzduší vlivem těžby a průmyslové výroby. Některé otázky z pracovního listu reflektují výklad učitele o globalizaci světa a mají za cíl přimět žáky k hlubšímu zamýšlení nad dopady tohoto jevu, což může pozitivně působit na jejich postoje vůči problematice dováženého zboží. V poslední části pracovního listu formou diskuze uváží výhody a nevýhody masově rozšířené automobilové dopravy a pokusí se zformulovat některá rizika z toho plynoucí. Dále se zamyslí nad způsoby, jakými by bylo možné automobilovou dopravu nahradit.

## Pracovní list č.2: Vliv masové výroby a dopravy na náš každodenní život



Zdroj: ČSÚ

Nejprve si důkladně prohlédněte mapku výše, která znázorňuje oblasti ČR s vyšší mírou znečištění, a zamyslete se nad možnými důvody zvýšeného znečištění v těchto místech (ke zhodnocení možných aspektů využijte příslušné mapy v přiloženém atlasu).

Odpovězte na otázky:

1. Jaký vliv na výskyt znečištění má rozmístění průmyslové výroby?
2. Výskyt, jakých výrobních odvětví má negativní vliv na životní prostředí?
3. Jmenujte výrobní odvětví, o nichž si myslíte, že úzce souvisí s globalizací:
4. Zamyslete se nad důvody globalizace. Proč se zboží, které by se mohlo vyrábět u nás, dováží? Zamyslete se nad důsledky dovozu levnějších potravin ze zahraničí, myslíte si, že má tato skutečnost nějaký přímý dopad na lokální zemědělce?
5. Jakým způsobem ovlivňuje dovoz cenu výrobků?

6. Jak může člověk pozitivně ovlivnit dopady konzumního životního stylu na životní prostředí?

Nyní se zamyslete nad současnou podobou automobilové dopravy a zkuste doplnit následující tabulku:

<b>Výhody</b>	<b>Nevýhody</b>
-	-
-	-
-	-
-	-
<b>Alternativní způsoby dopravy</b>	<b>Rizika</b>
-	-
-	-
-	-
-	-

## **Téma: Vliv konzumního způsobu života na naše zdraví**

Průřezová témata: Osobnostní a sociální výchova, výchova k myšlení v evropských a globálních souvislostech

Věková kategorie: 7. třída

Časová dotace: 2 vyučovací hodiny

Klíčová slova: konzumerismu a konzumní styl života, zdraví, nezdravé způsoby stravování, obezita, značka– logo, reklama

Organizační forma výuky a použité metody: skupinová forma výuky, frontální forma výuky

Organizace prostorová: školní třída

Nutné pomůcky: psací potřeby

### **Cíle:**

Kognitivní: Žák je schopen definovat zásady zdravého životního stylu, dokáže jmenovat některé negativní aspekty ovlivňující zdravotní stav člověka plynoucí z konzumního stylu života. Žák dokáže rozlišovat zdravé a nezdravé potraviny na základě složení uvedeného na obalu.

Afektivní: Pozitivní formování postojů vůči vlastnímu zdraví, žák vnímá zdraví jako prvořadou hodnotu. Žák je schopen kritického uvažování nad předkládanou reklamou a je schopen vůči ní zaujmout kritický postoj.

### **Průběh hodiny:**

Na úvod hodiny si učitel připraví krátkou prezentaci, která bude obsahovat obrázky různých typů potravin, na každém slidu se budou nacházet obrázky potravin, které se mohou v jídelníčku vzájemně nahrazovat jako například: mléčná čokoláda Milka a hořká čokoláda s vysokým podílem kaka, popcorn a různé oříšky, brambůrky a kukuřičné lupínky, klasický bílý rohlík a žitný chléb, slazené snídaňové cereálie a müsli s vysokým podílem ovesných vloček či banán, hroznové víno a jablko atd. , žáci si budou během promítání prezentace zaznamenávat na papír, kterou z nabízených alternativ potravin považují za zdravější a z jakého důvodu. Poté bude dán prostor pro volnou

diskuzi o prezentaci, během níž budou žáci sdělovat své asociace ve vztahu k jednotlivým variantám potravin. Učitel může asociace žáků zaznamenávat na tabuli a následně se je pokusit nějakým způsobem zobecnit a tím se dopracovat k vymezení zásad zdravého stravování, učitel se zaměří na význam vhodného složení jednotlivých potravin i vhodné skladby celého jídelníčku, definuje ideální poměr příjmu sacharidů, lipidů a proteinů a zdůrazní význam dalších složek potravy pro správné fungování lidského organismu. Poté učitel předloží krátký výklad o principech fungování reklamy propagující potraviny a zmíní zásadní vliv marketingových společností na podobu současné spotřební společnosti.

Následně budou vneseny otázky typu:

Myslíte si, že je snídaně pro fungování organismu důležitá?

Pokud chcete jíst nějaké tučné či sladké jídlo, v jaké části dne si myslíte, že je nejvhodnější 'zhřešit'?

S reklamami, na jaký typ potravin se často setkáváte?

Myslíte si o sobě, že se necháte těmito reklamami snadno ovlivnit?

Všimli jste si někdy, že po sněžení výrazně sladkého či slaného jídla máte rychle chuť na něco dalšího?

Poté učitel rozdělí žáky do tříčlenných skupin a každé skupině dá pracovní list, na splnění úkolů se budou žáci podílet ve vzájemné kooperaci. Po zodpovězení otázek z pracovního listu se žáci přesunou k řešení aplikačního úkolu, v rámci, kterého se každá skupina pokusí o sestavení vyváženého a zdravého týdenního jídelníčku. V tomto týdenním plánu zohlední i případné prohřešky proti zásadám zdravého stravování, které ovšem budou schopni vykompenzovat pomocí vhodných fyzických aktivit. Žáci si tak uvědomí, že zdravý životní styl nemusí znamenat jen striktní dodržování přísných pravidel stravování, ale že se jedná o kombinaci zdravého a chutného jídla (s přípustnou možností chyby) a pohybu, který by měl člověka ideálně bavit. V závěru hodiny jednotlivé skupinky představí svůj týdenní program zdravého stravování a pohybu, který si připravily zbytku třídy. Ve zbylém čase proběhne volná diskuse o shlédnutých prezentacích jednotlivých skupin, která umožní zopakovat získané poznatky.

### **Pracovní list č.3: Vliv konzumního způsobu života na naše zdraví**

***„Reklamy, které cíleně útočí na dětskou psychiku jsou katastrofou pro konzumenty, kteří jim podlehnou.“***

*Petr Fořt*

Zamyslete se nad výše uvedeným citátem a zkuste zformulovat možné důvody autora prohlášení:

Definujete, v čem podle vás spočívají hlavní rizika reklam na potraviny, které cílí na vaši věkovou skupinu:

Vzpomeňte si na svou poslední návštěvu nějakého supermarketu či hypermarketu a zkuste definovat formy působení marketingu na zákazníky, s nimiž jste se setkali:

Pokuste se ve skupině vytvořit ‚ideální týdenní jídelníček‘, který bude sestaven z jídel z níže uvedeného seznamu, do svého jídelníčku zapojte všechny pokrmy ze seznamu (mohou se opakovat) + do jídelníčku můžete zahrnout i další jídla, dle vlastního uvážení. Během tvoření jídelníčku si zapisujte také důvody, proč jste se rozhodli jednotlivá jídla zařazovat do určitých částí dne a způsoby jakými by bylo možné kompenzovat případné prohřešky proti zdravému stravování:

*Potraviny: bílý jogurt, dýňová polévka, kuřecí vývar, celozrnné pečivo, bílé (klasické) pečivo, šunka, tavený sýr, ovesné vločky, banán, brokoliceový krém, hamburger, čerstvá zelenina, čokoládová tyčka, těstoviny se sýrovou omáčkou, svíčková omáčka s houskovým knedlíkem, lasagne, pečená ryba s grilovanou zeleninou, bílý jogurt s čerstvým ovocem, zeleninový salát, pizza, čerstvý sýr (Cottage), lískové oříšky, sušenky Oreo, brambůrky, kuřecí plátek s bramborovou kaší, zeleninové rizoto, špenátový krém, ovesná kaše*

**PONDĚLÍ**

**ÚTERÝ**

**STŘEDA**

**ČTVRTEK**

**PÁTEK**

**SOBOTA**

**NEDĚLE**



## **Téma: Možná finanční rizika spojená s konzumním způsobem života**

Průřezová témata: Osobnostní a sociální výchova

Věková kategorie: 8. třída

Časová dotace: 2 vyučovací hodiny

Klíčová slova: finanční gramotnost, disponibilní důchod, nadměrná spotřeba, finanční rezervy

Organizační forma výuky a použité metody: frontální forma výuky, projektová forma výuky

Organizace prostorová: školní třída

Nutné pomůcky: psací potřeby, reklamní letáky různých supermarketů a hypermarketů

### **Cíle:**

Kognitivní: Žák je schopen vytvořit jednoduchý rozpočet na základě předložených údajů o příjmech a výdajích imaginární rodiny, žák je schopen definovat zásady rozumného nakládání s penězi a je si vědom potřeby vytváření finančních rezerv.

Afektivní: Pozitivní ovlivnění postojů žáka k penězům, s nimiž disponuje (většinou kapesné), které mu usnadní nakládat s nimi racionálně.

### **Průběh hodiny:**

Učitel v úvodu hodiny pustí žákům následující krátké video o zacházení s kapesným: <https://www.youtube.com/watch?v=oJK232ciFLw>, po zhlédnutí bude vyčleněn krátký prostor pro diskuzi žáků.

Po tomto krátkém úvodu přijde na řadu projektové vyučování, učitel rozdělí žáky do skupin, které budou v rámci této výuky představovat imaginární domácnost. Každý člen skupiny dostane svou roli v této pomyslné rodině. Tato role bude vymezena především příjmy a výdaji, které dotyčný přináší či čerpá z rodinného rozpočtu. Poté, co se každý žák seznámí se svou rolí, začne skupina společně řešit otázky z příloženého pracovního listu. Cílem této aktivity je schopnost vytvoření přebytkového, či vyrovnaného rodinného rozpočtu.

V rámci bonusu prvního úkolu si každý člen ilustrační rodiny sepíše nákupní seznam s jídlem a toaletními potřebami, které chce jeho postava koupit v rámci týdenního nákupu, poté každá skupina dostane reklamní leták, v němž si dohledá reálné ceny vybraného zboží a spočítá tak skutečnou cenu celého nákupu. Tato aktivita má za cíl přimět žáky k reálnému vnímání ceny zboží, které běžně konzumují, ale obvykle neplatí, takže finanční aspekt těchto nákupů nemusí brát plně na zřetel. Na závěr projektové části vyučování prezentuje slovně každá skupina výsledky svého „rodinného hospodaření“ zbytku třídy. Poté podá učitel stručný výklad o vybraných mikroekonomických hlediscích, v rámci kterého vymezí základní pojmy a seznámí žáky se základními formami spoření (spořicí účet, termínovaný vklad...). Následně nastíní negativní vlivy konzumního stylu života, které mohou mít za následek finanční nestabilitu jedince.

Ve zbytku hodiny se žáci opět spojí do původních skupinek a pokusí se analyzovat odpovědi ohledně měsíčních výdajů rodiny (otázka č. 1 viz pracovní list č.4). Každá imaginární rodina bude mít poté za úkol vypustit z rozpočtu několik (zbytných) výdajů, ke kterým je vedl konzumní životní styl (např. preference značky).

## **Pracovní list č.4: Možná finanční rizika spojená s konzumním způsobem života**

### **Členové rodiny:**

Maminka – Jana, věk 42 let, zaměstnání: prodavačka v supermarketu, čistý měsíční příjem: 18 560 Kč

Tatínek– Pavel, věk 45 let, zaměstnání: bankovní úředník, čistý měsíční příjem: 29 420 Kč

Dcera Eva – věk 18 let, studentka gymnázia, příležitostné brigády, koníčky: tenis, hra na saxofon

Syn Petr – věk 12 let, žák ZŠ, koníčky: počítačové videohry, fotbal

Dcera Šárka – věk 5 let, navštěvuje mateřskou školu, má ráda plyšové medvědy a panenky Barbie

+ Pes Ringo

### **Pravidelné měsíční výdaje:**

Rodina žije v pronajatém bytě – měsíční nájem činí 12 000Kč

Platí měsíční leasing 5 500 Kč

Měsíční platba za energie je 3 000Kč.

1. Pokuste se vytvořit měsíční bilanci příjmů a výdajů vaší rodiny:

**PŘÍJMY**

**VÝDAJE**

+ Sepište seznam týdenní spotřeby potravin vaší rodiny, v reklamních letáčích vybraných obchodů vyhledejte aktuální cenu jednotlivých produktů a následně spočítejte, na kolik vás týdenní nákup vyjde.

2. Na základě příjmů a výdajů rodiny sestavte měsíční rozpočet, v rámci, kterého si budete část peněz ukládat na spořicí účet:

3. Jsou letní prázdniny, obě starší děti jedou na letní tábory a na sportovní soustředění, což přináší zvýšené náklady. Pokuste se tuto situaci vyřešit a zamyslete se, jak byste mohli svou měsíční spotřebu (viz úkol 1) snížit tak, aby se rodina nedostala do finančního deficitu:

## 13 ZÁVĚR

Tato práce se snažila vymezit jev, s nímž se každý z nás každodenně setkává, když prochází městem a mívá desítky obchodů nabízejících nepřeberné množství zboží, když se v pohodlí domova dívá na televizi a za chvíli shlédne tolik reklam, že by je jen s obtížemi dokázal vyjmenovat nebo když se pohybuje na internetu, kde na něj neustále útočí nové a nové reklamy a reklamní sdělení, která se na první pohled tváří jako seriózní články. Dalo by se říct, že před konzumerismem v dnešní době není úniku a při hlubším zamyšlení zjistíme, že tento fenomén zasahuje skutečně téměř do všech složek společnosti. Tato bakalářská práce se snažila nejen o vymezení konzumerismu a vybraných aspektů s ním spjatých, ale pokoušela se také o zasazení těchto jevů do širších historických, ekonomických a kulturních souvislostí.

Práce se zaměřuje především na dva vzájemně provázané pojmy, a to pojem konzumerismu a obezity, přičemž problematika obezity je reflektována z hlediska dětské populace a je na ní nahlíženo také jako na pedagogický problém.

V první teoretické části se autorka pokusila o definování pojmu konzumerismu, který se snaží hodnotit z vícero hledisek. Práce se v této úvodní části zabývá důvody vzniku a rozvoje konzumerismu a tím, jak se tento jev promítá do podoby současné post moderní společnosti. Dále je zde zachycen proces přechodu od společnosti produkce ke společnosti konzumu a s tím související proces globalizace, který zásadním způsobem proměnil podobu světové výroby a spotřeby. Tato úvodní část práce předkládá určité nastínění podoby soudobé společnosti s přihlédnutím na historicko-sociální podmíněnosti, které ke zformování společnosti konzumu vedli, autorka při tvorbě této teoretické části vycházela z vybrané literatury, kdy se za pomoci metod komparace různých zdrojů a následné kompilace snažila zachytit zásadní body této komplexní problematiky.

Druhá teoretická část práce je věnována problematice konzumního stylu života s ohledem na školní mládež, autorka se zde pokusila definovat vybraná specifika konzumního chování dětí a mládeže, s ohledem na vlivy, které dětské konzumní chování ovlivňují. Další část práce je zaměřena konkrétně na aspekt spjatý s konzumním stylem života většinové společnosti – na obezitu. Autorka se zde věnuje

především problematice prevalence dětské obezity jakožto důsledku konzumerismu a vymezuje tuto problematiku také jako aktuální pedagogický problém s nímž je nutné ve školním prostředí pracovat velmi citlivě. Jako zásadní problém reflektování problematiky konzumního stylu života a s ním spjatých zdravotních rizik v podobě obezity v rámci školního vyučování autorka shledala především nízkou efektivitu takového pedagogického působení. Na dnešní děti působí již od narození velké společenské tlaky, které je ke konzumnímu životu nabádají, inklinace k tomuto životnímu stylu pramení velmi často přímo z rodinného prostředí, kdy děti přejímají konzumní vzorce chování svých rodičů a společenské klima, v němž se děti pohybují odráží nastavení většinové společnosti, která stojí na principech konzumerismu. Z těchto důvodů je konzumní styl života u velké části dětí natolik zvnitřnělý, že dopad výuky zaměřené na negativa konzumních vzorců chování je značně omezený. I přes to se ovšem autorka domnívá, že je důležité tato témata v hodinách občanské výchovy reflektovat a vést tak děti k hlubšímu zamyšlení, které jím umožní vnímat problematiku komplexněji. Autorka došla dále k přesvědčení, že je vhodné seznamovat děti s problematikou konzumerismu v širším rámci vybraných aspektů, díky čemuž budou děti lépe schopny vnímat vzájemnou provázanost jednotlivých aspektů společnosti, v níž se pohybují.

Ve třetí část práce, která je praktická, předkládá autorka metodicko-didaktickou příručku, která obsahuje nápady na možné způsoby začlenění témat týkajících se konzumerismu do výuky. Tyto metodicko-didaktické pokyny byly zpracovány jako možný podklad pro výuku v rámci hodin občanské výchovy na základní škole a vycházejí z Rámcového vzdělávacího programu pro základní školy, který se přímo problematikou konzumerismu nezaobírá, ovšem v rámci definovaných průřezových témat pracuje s řadou faktorů s konzumerismem spjatých jako je například globalizace a negativní dopady na životní prostředí z ní plynoucí. Autorka se zde pokusila vytvořit jednu metodicko-didaktickou přípravu, která se přímo věnuje otázkám zdravého životního stylu, v níž zohlednila negativní vlivy konzumerismu na stravovací návyky. V rámci této hodiny se snažila zdůraznit variabilitu zdravého způsobu života, který se snažila prezentovat jako dlouhodobě udržitelný přístup k životu, který není postaven na striktních zákazech, ale na rozličných možnostech alternativ jak ve stravování, tak v

pohybových aktivitách. Ve zbývajících přípravách se snažila vymezit další aspekty konzumerismu, které ovšem se zdravotními riziky plynoucími z podoby postmoderní společnosti úzce souvisí, což je patrné například v hodině s tématem masové výroby a dopravy, která si klade za cíl seznámit žáky s principy globalizace se zvláštním přihlédnutím na dovoz potravin. Žáci se tak seznámí jak s negativními dopady na lokální výrobce potravin, kteří nejsou mnohdy schopni konkurovat nízkým cenám dováženého často však nekvalitního jídla, ale zároveň si uvědomí možné negativní dopady nakupování levného zboží na jejich zdraví.

## 14 LITERATURA A ZDROJE

ALDHOON HAINEROVÁ, I. *Dětská obezita*. Praha: Maxdorf, 2010. ISBN 978-80-7345-196-7.

BAUMAN, Z. *TEKUTÉ ČASY: Život ve věku nejistoty*. Praha: Nakladatelství Academia, 2008. ISBN 978-80-200-1656-0.

BAUMAN, Z. *Úvahy o POSTMODERNÍ době*. Dotisk 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1995. ISBN 80-85850-12-5.

BAUMAN, Z. *Work, consumerism and thenewpoor*. Maidenhead, New York: Open University Press. ISBN 9780335224166.

BECK, U. *Riziková společnost: na cestě k jiné moderně*. 1. vyd. Překlad Otakar Vochoč. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004. ISBN 80-864-2932-6.

BENEDICT, R. *Kulturní vzorce*. Praha: Argo, 1999 (1934). ISBN 80-7203-212-7.

BERGER, P. L. a T. LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-85959-46-1.

BUCKINGHAM, David; TINGSTAD, Vebjørn. 2007. Consuming Children: Commercialisation and the Changing Construction of Childhood. In: *Barn* 25, 2, s. 49–71. ISSN 0800-1669.

DLOUHÁ, J., J. DLOUHÝ a V. MEZŘICKÝ. *Globalizace a globální problémy*. Praha: Univerzita Karlova, 2006. ISBN 80-87076-01-X.

DUFFKOVÁ, Jana et al. *Sociologie životního stylu*. Plzeň: Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, 2008. ISBN 978-80-7380-123-6.

ERIKSEN, T. H. *Syndrom velkého vlka*. Brno: Doplněk, 2010. ISBN 978-80-7239-244-5.

FŐRT, P. *Stop dětské obezitě*. Praha: Euromedia Group, k. s. - Ikar, 2004. ISBN 80-249-0418-7.

FŐRT, P. *Stop dětské obezitě*. Praha: Euromedia Group, k. s. - Ikar, 2004. ISBN 80-249-0418-7.

FRAŇKOVÁ, S. a kol. *Dítě s nadváhou a jeho problémy*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0797-9.



- FROMM, E. *Mít nebo být?* 2. vyd. Praha: Naše vojsko, 1994. ISBN 80-206-0469-3.
- GALBRAITH, J. K. *Společnost hojnosti*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1966.
- GIDDENS, A. *Důsledky modernity*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2003. ISBN 80-86429-15-6.
- GIDDENS, A. *Sociologie*. 3. vyd. Praha: Argo, 2005. ISBN 80-7203-124-4.
- HEJTMAN, P. a kol. *Spotřební společnost a její reflexe ve výuce společenských věd a výchovy k občanství*. České Budějovice: Jihočeská univerzita, 2014.
- HERCLÍKOVÁ, P. *Přístup k dětem s nadváhou a obezitou v rámci tělesné výchovy na 1. stupni základních škol*. Praha, 2018. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Pedagogická fakulta, Katedra tělesné výchovy. Vedoucí práce Gabriela Jahodová.
- JACOBSEN, M. H. and P. PODER. *The Sociology of Zygmunt Bauman*. Hampshire, England: Ashgate Publishing Limited, 2008. ISBN 978-0-7546-7060-5.
- KELLER, J. *Abeceda prosperity*. Brno: Doplněk, 1997. ISBN 80-85765-98 5.
- KELLER, J. *Až na dno blahobytu (ke společenským kořenům ekologické krize)*. 2. vyd. Brno: Hnutí DUHA, 1995. ISBN 80-902056-0-7.
- KELLER, J. *Teorie modernizace*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2007. ISBN 978-80-86429-66-3.
- KOŽELOUH, J., P. TKÁČ a M. ŠTEFANEC. *Nesnesitelná lehkost nakupování, aneb, Jaké je tajemství nízkých cen v obchodních řetězcích*. Brno: Nesehnutí, 2010. ISBN 978-80-87217-07-8.
- KREJČÍŘOVÁ, D. a J. LANGMAIER. *Vývojová psychologie*. Praha: Grada, 2006. ISBN 978-80-247-1284-0.
- LIPOVETSKY, G. *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2007. ISBN 978-80-7260-184-4.
- MOSS, P. *History alive 3*. London: HarperCollins Distribution Services, 1976.
- MOŽNÝ, P. *Kognitivně behaviorální terapie psychických poruch*. Praha: Triton, 2007. ISBN 978-80-7254-865-1.

PETRUSEK, M. a J. BALON. *Společnost naší doby: populární sociologie (ne)populárních problémů*. 1. vyd. Praha: Academia, 2011. ISBN 978-80-200-1965-3.

PYŠŇÁKOVÁ, Michaela, HOHNOVÁ, Barbora. *Od monolitické masy k neomezenému individualismu?*. Brno: Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity, 2010.

RADOVÁ, L. *Trávení volného času teenagerů v Praze*. Praha, 2008. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Přírodovědecká fakulta. Vedoucí práce Jana Spilková.

SAK, P. a K. SAKOVÁ. *Mládež na křižovatce*. Praha: Svoboda Servis, 2004. ISBN 80-86320-33-2.

SAMUELSON, P. A. a W. S. NORDHAUS. *Ekonomie*. 19. vyd. Praha: NS Svoboda, 2013. ISBN 978-80-205-0629-0.

SMOLÍK, J. *Subkultury mládeže: Uvedení do problematiky*. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2907-7.

SVAČINA, Š. a A. BRETŠNAJDROVÁ. *Dietologický slovník*. Praha: Triton, 2008. ISBN 978-80-7387-062-1.

ŠVIHLÍKOVÁ, I. *Globalizace a krize*. Praha: Grimmus, 2010. ISBN 978-80-87461-01-3.

ŠVIHLÍKOVÁ, I. *Přelom*. Praha: Inaque.sk, 2014. ISBN 978-80-89737-06-2.

URBANOVÁ, Z. Můžeme ovlivnit obezitu v dětství? *Pediatric pro praxi*. 2008, 9(4), 236–239. ISSN 1803-5264.

VIGNEROVÁ, J. a kol. *Celostátní antropologický výzkum dětí a mládeže*. Praha: PŘF UK, SZÚ, 2006. ISBN 80-86561-30-5.

WALTEROVÁ, E. *Úloha školy v rozvoji vzdělanosti*. Brno: Paido, 2004. ISBN 8073150832.

### **Elektronické zdroje**

BALADA, J. a kol. *Rámcový vzdělávací program pro základní vzdělávání*. Praha: Národní ústav pro vzdělávání, 2017. Dostupné také z: <http://www.msmt.cz/file/43792>

CÍLEK, V. GEORGE RITZER: Mcdonaldizace společnosti. *Vesmír* [online]. 1997, 4, 227 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://vesmir.cz/cz/casopis/archiv-casopisu/1997/cislo-4/george-ritzer-mcdonaldizace-spolecnosti.html>

Český statistický úřad. Hrubý domácí produkt. *Czso.cz* [online]. © 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: [https://www.czso.cz/csu/czso/hruby\\_domaci\\_produk\\_t\\_-hdp](https://www.czso.cz/csu/czso/hruby_domaci_produk_t_-hdp)

VEISOVÁ, V. Obezita – onemocnění těla i duše. *Kontakt* [online]. 13(4), 425–433 [cit. 2020-05]. ISSN 1212-4117. Dostupné také z: <https://kont.zsf.jcu.cz/clanky.php/4~2011/953-obezita—onemocneni-tela-i-duse>

VOLEK, S. Krach na newyorské burze v roce 1929. In: *Peníze.cz* [online]. 18. 10. 2002 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <http://www.penize.cz/inflace/15133-krach-na-newyorske-burzev-roce-1929>

Vyšší odborná škola publicistiky. Svět reklamy. *Skolamedii.cz* [online]. © 2019 [cit. 2020-04-28]. Dostupné z: <https://www.skolamedii.cz/metodicky-material/svet-reklamy/>