

UNIVERZITA PALACKÉHO V OLOMOUCI
FILOZOFICKÁ FAKULTA
KATEDRA SOCIOLOGIE, ANDRAGOGIKY A KULTURNÍ ANTROPOLOGIE

FENOMÉN ZERO WASTE: ŽIVOT BEZ ODPADU

PHENOMEN ZERO WASTE: LIFE WITHOUT WASTE

Magisterská diplomová práce

Bc. Eliška Hyžová

Vedoucí práce: doc. PhDr. Helena Kubátová, Ph.D.

Olomouc 2020

Prohlašuji, že jsem magisterskou diplomovou práci na téma „*Fenomén Zero waste: život bez odpadu*“ vypracovala samostatně a uvedla v ní veškerou literaturu a ostatní zdroje, které jsem použila.

V Olomouci dne 25. 3. 2020

.....

Bc. Eliška Hyžová

PODĚKOVÁNÍ

Na tomto místě bych ráda poděkovala paní docentce Kubátové za její ochotu vést tuto diplomovou práci a cenné rady.

Dále bych chtěla poděkovat svým rodičům, kteří mě po celou dobu studia podporovali finančně i emocionálně a mému partnerovi, za jeho trpělivost a ochotu naslouchat. Největší dík však patří mým respondentům, kteří mi věnovali svůj čas a dovolili mi nahlédnout do jejich životů.

Anotace

Jméno a příjmení:	<i>Bc. Eliška Hyžová</i>
Katedra:	Katedra sociologie, andragogiky a kulturní antropologie
Obor studia:	<i>Sociologie-Andragogika</i>
Obor obhajoby práce:	<i>Sociologie</i>
Vedoucí práce:	doc. PhDr. Helena Kubátová, Ph.D
Rok obhajoby:	2020

Název práce:	Fenomén Zero waste: Život bez odpadu
Anotace práce:	Diplomová práce zkoumá fenomén Zero waste, neboli životní způsob založený na produkování minimálního množství odpadu. Na téma Zero waste je nahlíženo z pohledu osob, které žijí tímto stylem. Práce zkoumá motivy, jež tyto osoby vedly ke změně životního stylu, dále pak benefity či nevýhody, jež tento životní styl může přinášet. Téma Zero waste je zasazeno do teoretického rámce konzumní společnosti a odpadového hospodářství, aby bylo jasné, z čeho tato iniciativa vzrůstá a proti čemu se vymezuje. Práce je vystavěna na kvalitativní metodologii, konkrétně na sedmi polostrukturovaných rozhovorech.
Klíčová slova:	Zero waste, konzumní společnost, odpad, životní styl, ekologie
Title of Thesis:	Phenomen Zero waste: Life without waste
Annotation:	The thesis examines the phenomenon of Zero waste, that means lifestyle based on producing minimal waste. Zero waste is viewed from the perspective of people living in this style. The thesis examines the motives that led these people to change their lifestyle, as well as the benefits or disadvantages that this lifestyle can bring. The topic of Zero waste is set within the theoretical Framework of consumer society and waste management to make clear what this initiative is growing from and what it defines

	against. The thesis is based on a qualitative methodology, namely seven semi-structured interviews.
Keywords:	Zero waste, consumer society , waste, lifestyle, ecology
Názvy příloh vázaných v práci:	Fotodokumentace
Počet literatury a zdrojů:	49
Rozsah práce:	92s. (21238 znaků s mezerami)

Obsah	
ÚVOD.....	8
I. TEORETICKÁ ČÁST.....	10
1. Zero waste	11
1.1 Historie pojmu Zero waste	14
1.2 Jak žít Zero waste život?	14
1.2.1 Pravidlo 5R/ 5Z.....	15
1.2.2 Spotřebitelská pyramida.....	20
2 Konzumní společnost	24
2.1 Co roztáčí kolo konzumerismu?	25
2.1.1 Reklama a Zero waste.....	29
2.2 Konzumní společnost a potřeby	31
2.3 Kritika kritiky konzumní společnosti.....	33
3 Odpad a společnost.....	35
3.1 Odpad a statistika	37
II. EMPIRICKÁ ČÁST	43
4 Metodologie.....	43
4.1 Etika výzkumu	44
4.2 Kdo je Zero waste	45
4.3 Respondenti.....	47
5 Zjištění.....	50
5.1 Informace vedoucí ke změně myšlení.....	50
5.2 Zodpovědnost, morálka a ekologická etika	51
5.3 Pro stejné nebo lepší zítřky	54
5.4 Smutek a strach	55
5.5 Štěstí navzdory pochmurným vyhlídkám	57
5.6 Uvědomělá skromnost.....	58
5.7 Sebepoznání a seberozvoj	60
5.8 Důvěra a přátelství.....	61
5.9 Sdílení v komunitě	63
5.10 Víra a spiritualita.....	64
5.11 Návrat k řemeslu aneb vyrob si sám.....	66
5.12 Hledání rovnováhy.....	68

5.13	Zero waste jako trend	69
5.14	Výhody a nevýhody	71
6.	Odpovědi na výzkumné otázky	74
7.	Limity výzkumu	76
8.	Diskuze	78
	Závěr	81
	Fotodokumentace	83
	Seznam použitých zdrojů	88
	Seznam grafů	92

ÚVOD

Doby, kdy bylo potřeba hledat důkazy o ekologické krizi, jsou už dávno pryč. Dnes se vědci a nejrůznější odborníci snaží nalézt řešení, jak z této zapeklité situace vybruslit s co možná nejmenšími důsledky. Je snadné vložit důvěru v technologické řešení, protože takové řešení nevyžaduje u občanů žádnou podstatnou změnu v jejich návycích, hodnotách a potřebách. Nevyžaduje totiž radikální změnu životního způsobu.

Přestože ti nejpovolanější odborníci z celého světa hledají cesty, jak zastavit ekologickou krizi, najdou se ve společnosti tací, kteří berou iniciativu do vlastních rukou. Jsou to osoby, které se rozhodly žít tak, aby za sebou zanechaly co nejmenší ekologickou stopu už teď, a tomuto cíli podřizují svou každodenní aktivitu. Tito lidé žijí tzv. *Zero waste* neboli bez odpadu, což je předmět mé diplomové práce. V hranicích kvalitativního paradigmatu se tedy budu zabývat otázkami, co je *Zero waste*, jak vypadá *Zero waste* životní styl a skrze příběhy mých respondentů se pokusím zachytit motivace, které k této změně vedou.

O téma *Zero waste* se v mém osobním životě zajímám již třetím rokem a tyto myšlenky se snažím implementovat do své každodennosti. Osobní zkušenost a zvyšující se veřejný zájem o toto téma mě přivedl k myšlence zjistit, jak je to s akademickým věděním v této oblasti. Zde však vyplývá nutnost oddělit rovinu odbornou, ve které musí být práce sepsaná, od roviny osobní, ve které jsem byla doposud. Svého postoje jsem si vědoma a snažím se přistupovat k tématu střízlivě a především kriticky.

Co se týče oblíbenosti tématu *Zero waste* v akademickém světě, nepodařilo se mi dohledat žádné vědecké zdroje kromě pár bakalářských prací, které řešily otázku *Zero waste* z pohledu marketingu. Vidím zde tudíž potenciál danou oblast více poznat a popsat. Je mi jasné, že je tato práce jen střípkem do

velké sociologické skládačky. Doufám však, že bude přinejmenším inspirací pro další výzkumníky.

I. TEORETICKÁ ČÁST

V této části diplomové práce se věnuji rešerši odborné a populárně naučné literatury vztahující se k danému tématu. Zmiňuji zde myšlenky především sociologických děl, které ačkoliv jsou mnohdy staršího vydání, jsou stále aktuální a lze je vztáhnout i k modernímu fenoménu, jako je právě Zero waste. Myšlenky Zero waste nejsou ukotveny v žádné odborné literatuře. Informace tudíž čerpám z facebookových skupin, Instagramu a Zero waste blogů, neboť pomocí této informační sítě se myšlenky Zero waste šíří mezi lidi.

Konzumní společnost je termín manifestně či latentně skloňovaný dnes a denně v televizi, v sociologických knihách i na „zdech“ moderních komunikačních sítích. Slovo konzumní je přívlastek, který se snaží vystihnout ráz dnešní společnosti. Proto považuji za nezbytné definovat tento pojem, aby bylo jasné, z čeho iniciativa Zero waste vzrůstá a proti čemu se vymezuje.

Další neméně důležitou oblastí, kterou nemohu opomenout, je bezesporu téma odpadového hospodářství. V úvodní části se proto budu mimo jiné zabývat statistickými daty týkající se odpadu, se kterými Zero waste propagátoři často operují.

1. Zero waste

Jako reakce na prohlubující se ekologickou krizi, odrážející se ve znečištění vody, půdy, ovzduší a zprostředkovaně i ve znečištění zvířecích a lidských těl, vznikl poměrně nedávno fenomén ekologického hnutí nazývaný Zero waste, zkráceně ZW.

Příznivce Zero waste životního stylu lze dle mého názoru rozdělit do dvou skupin, které však nestojí proti sobě, ba naopak, vzájemně spolu kooperují. V první skupině se jedná o lidi, kteří aktivně apelují na vládu a na podniky, aby učinili potřebné kroky, které zabrání rychlejšímu globálnímu oteplování, zamezí plýtvání cennými zdroji a vytváření dalšího odpadu, převážně toho na „jedno použití“. Do druhé skupiny Zero waste příznivců patří osoby, které se snaží myšlenky ZW implementovat do svých domácností a každodennosti.

Dlouhodobě se aktivitám spojených s apelováním na vládu věnuje Zero Waste International Alliance, podle níž je: *„Zero waste etický, ekonomický, efektivní a vizionářský cíl vést lidstvo ke změně jejich životního stylu a zvyků k napodobení udržitelných přírodních procesů, kde jsou všechny materiály navrženy tak, aby se po vyřazení staly vstupem nějakého dalšího procesu. Zero waste znamená navrhovat a starat se o produkty a procesy systematicky s cílem eliminovat objem a toxicitu materiálů, které se posléze stávají odpadem. Snaží se zachovávat a obnovovat zdroje a nikoliv je spalovat nebo skládkovat. Implementace Zero waste eliminuje vypouštění emisí do půdy, vody a ovzduší, které jsou hrozbou pro zdraví lidí, zvířat, rostlin a celé planety.“*¹ (Zero Waste international aliance, © 2018).

¹**Originál definice:** “Zero Waste is a goal that is ethical, economical, efficient and visionary, to guide people in changing their lifestyles and practices to emulate sustainable natural cycles, where all discarded materials are designed to become resources for others to use. Zero Waste means designing and managing products and processes to systematically avoid and eliminate the volume and toxicity of waste and materials, conserve and recover all resources, and not burn or bury them. Implementing Zero Waste will eliminate all discharges to land, water or air that are a threat to planetary, human, animal or plant health.” (Zero Waste international aliance, © 2018).

Mediální tváří první skupiny lidí se v posledních měsících stala šestnáctiletá aktivistka Gréta Thunbergová, která se dostala do celosvětového povědomí veřejnosti díky takzvaným „školním stávkám pro klima“ neboli *Fridays for Future*², jichž byla iniciátorkou. Podle zjištění centra výzkumu pro veřejné mínění vyplývá, že česká veřejnost je v otázce podpory stávek za klima rozdělená, neboť srovnatelný podíl dotázaných tyto stávky schvaluje (42 %) i neschvaluje (43 %) (Hanzlová, 2019, s. 1). Gréta Thunbergová momentálně aktivně vystupovala i na půdě OSN. Její plamenný projev obsahující slova „... *Jak se opovažujete! Neměla bych tu vůbec být. Měla bych být ve škole na druhé straně oceánu. ... Vašimi prázdnými slovy jste mi ukradli mé sny a mé dětství.*“ (BBC, ©2020), vyvolal vlnu emocí napříč společenským spektrem. Ve většině projevů Gréta Thunbergová apeluje na politiky, aby začali poslouchat vědce a neřídili se penězi. Momentálně je Gréta Thunbergová nominovaná na Nobelovu cenu míru.

Dále při pročitání článků týkající se dění okolo Gréty Thunbergové, jsem narazila na nové termíny „greténismus“ nebo „gretén“. Podle serveru Čeština 2.0., jsou jako „gretění“ označováni nekritičtí obdivovatelé této švédské klimatické aktivistky a „greténismus“ je definován jako „*ideologické, technicky i ekonomicky nepodložené požadavky*“ (Čeština 2.0, ©2019). Bystrému čtenáři neunikne očividná podobnost těchto slov s nemocí spojenou s nedostatkem jodu v těle. Jako další novotvar vznikl termín „grétovci“, který se zdá být více korektním. Nutno podotknout, že ne celá komunita Zero waste lidí s vystupováním Gréty Thunbergové souhlasí.

Do druhé skupiny Zero waste příznivců patří osoby, které se snaží myšlenky ZW implementovat do svých domácností a každodennosti. Neexistuje však žádná přesná definice nebo pravidla, které by označovala, kdo

² Fridays for future: mezinárodní hnutí žáků a studentů, jež místo docházky do školy stávkuje za klima. Také v České republice má toto hnutí své stoupence viz: <https://www.fridaysforfuture.cz/o-nas/>

do této skupiny lidí patří a kdo ne. Jediné, co je přesně dané, je cíl minimalizovat odpadu ke kterému mají všechny aktivity těchto lidí směřovat. Způsobů, jak žít život v souladu s myšlenkami ZW je mnoho a záleží do značné míry na kreativitě osob, které se na tuto životní cestu vydaly. Právě tito lidé, kteří změnili svůj životní styl v duchu udržitelnosti, jsou pro mou práci stěžejní.

Otázkou, jak převést principy ZW do domácnosti, se aktivně zabývá Američanka Bea Johnson, které se podařilo svým nadšením pro věc přivést k ZW životnímu stylu lidi po celém světě. Její knihu „*Domácnost bez odpadu*“, lze bez nadsázky považovat za „bibli“ tohoto životního stylu. Kniha byla přeložena do mnoha jazyků a v roce 2016 se dočkala i českého vydání.

První a pravděpodobně nejznámější český blog Czech Zero waste, jenž se inspiroval právě u Bea Johnson, udává stručnou definici tohoto životního stylu. Zero waste je podle nich: „*vizionářský cíl, který lidem ukazuje, jak změnit svůj životní styl, aby napodobili přírodní cyklus, ve kterém jsou všechny materiály utvořeny tak, aby se mohly stát zdroji k dalšímu užití*“ (Czech Zero waste, ©2017). Jedná se tedy o snahu co nejlépe využít to, co už lidé doma mají, méně plýtvat a tak snížit tvorbu odpadu. Nejedná se pouze o snížení tvorby pevného odpadu, ale o bezodpadovém přístupu k celému životu a především snaha žít život s minimálním negativním dopadem na životní prostředí a lidi okolo (Gajdošová, Karasová, Škrdlíková, 2019, s. 7).

Do českého překladu lze pojem ZW přeložit doslova jako „nulový odpad“. Nula, jak už bylo jednou zmíněno, je především cíl. Motivační cíl, který udává směr veškerému snažení. Být pomyslně na nule s veškerým odpadem je prozatím neproveditelné. Cílem je tedy přiblížit se nule alespoň co nejvíce. (O Zero waste, online). Tento doslovný překlad je zdrojem mnoha kritik. Ve snaze vyhnout se této kritice vznikají označení „*low impact*“, „*less waste*“ nebo v českém prostředí „*udržitelnost*“ a „*udržitelný život*“. Pro mou diplomovou práci se však budu držet původního označení Zero waste.

1.1 Historie pojmu Zero waste

Pravděpodobně poprvé se termín ZW dostal do povědomí veřejnosti v polovině sedmdesátých let minulého století díky kalifornské firmě „Zero Waste systems Inc. založenou chemikem Paulem Palmerem. Cílem této firmy bylo najít využití pro chemické látky vznikající v průběhu výroby v elektronickém průmyslu. Firma provozovala zpětný odběr nových i použitých chemikálií, které následně nabízela vědcům a jiným podnikům. Společnost díky dlouhodobé výjimečnosti v oboru získala mezinárodní pověst.

Paul Palmer následně založil Zero Waste Institut, který se problematikou nevytváření odpadu dopodrobna zabývá. Podle institutu je totiž recyklace pouhým „doplňkem“ odpadového hospodářství, nikoli samospásné řešení. Institut de facto zcela odmítá odpad. Jako jediné správné řešení shledává ekodesign výrobků, díky kterému by se životní cyklus výrobku obešel bez fáze, kdy se z něj stane odpad. (Veinbender, ©2016)

Na přelomu století vznikla globální komunita ZW, která se neustále rozrůstá především díky sociálním sítím. Blog Bey Johnsové nebo český blog Czech Zero waste jsou jen malou ukázkou z komunikace propagátorů s veřejností.

1.2 Jak žít Zero waste život?

Definice pojmu ZW jsou, jak už to u definic bývá, natolik obecné, že si člověk nezasvěcený do dané problematiky pravděpodobně nedokáže představit, co se pod nimi doopravdy ukrývá. Proto následující kapitola bude věnována konkrétním pravidlům, jež mají Zero waste lidem dopomoci k životu skoro bez odpadu. Tyto teoretické informace jsem dále doplnila o úryvky z rozhovorů s mými respondenty, kterým jsem pro účel této práce přidělila anonymní jména.

1.2.1 Pravidlo 5R/ 5Z

Bea Johnson (2016, s. 24) definuje ZW jako „řadu praktik, které mají odstranit co největší množství zdrojů odpadu, ideálně ještě předtím, než se vůbec do domácnosti dostanou.“ Základním pomocníkem pro život bez odpadů je tak podle ní pravidlo 5R neboli bezodpadová obrácená pyramida. Toto pravidlo navazuje na tzv. odpadovou hierarchii Evropské unie. Ta spočívá v pěti krocích: a) předcházení vzniku, b) příprava k opětovnému použití, c) recyklace, d) jiné využití, například energetické využití, a e) odstranění. Do běžného života občanů je tato odpadová pyramida přepracována následovně.



Obrázek 1: Bezodpadová pyramida

Zdroj: Czech Zero waste, ©2015–2020

- **KROK 1: Refuse / Zamítnout**

„... odmítat i zredukovat množství věcí, co člověk jako potřebuje. Já to teď беру hodně i na ten obytný prostor, že mi vyhovuje, že jsme tady všichni v jedné místnosti a s tím se pojí i to, aby měly holky teď aktuálně jen ty hračky, se kterými si fakt hrajou.“

Paní Jedličková

Ze společenského hlediska je zamítnutí tou nejobtížnější zásadou, avšak lze ho považovat za nejdůležitější krok. Omezení množství odpadu v domácnosti začíná totiž už mimo ni. Jedná se především o zamítnutí jednorázových plastových výrobků, „tretek“ zdarma, nevyžádané pošty a neudržitelných praktik (přijímání vizitek, balení svačín do plastových sáčku..). Tento krok vychází z jedné z hlavních myšlenek ZW - ačkoliv samotný akt odmítnutí nedokáže odstranit vzniklý odpad, vytváří však poptávku po alternativních cestách. Síla odmítnutí se má projevit až v kontextu kolektivního jednání (Johnson, 2016, s. 25-26).

Nákupem nebo naopak odmítnutím tak zákazník dává pomyslně svůj hlas určitému chování výrobců. Jak dokazuje Simon (2011) ve své práci, právě prostřednictvím rozhodnutí koupit či nekoupit zákazník nebo lépe řečeno občan vyjadřuje svůj názor i politický postoj.

Odmítat bychom podle tohoto návodu měli také účtenky, což se v českém prostředí se zavedením EET stalo nemožným. Alternativou však stále zůstává možnost zasílání elektronických účtenek.

- **KROK 2: Reduce/Zredukovat**

„Když jsem začala se Zero waste, vytřídila jsem hned dvě plný auta věci, který jsem buď rozdala po rodině, nebo věnovala do dobročinného občudku tady ve vedlejším městě.“

paní Čtyřková

Tento krok má vést především k zamyšlení nad minulou, současnou a budoucí spotřebou a nalezení způsobů, jak zredukovat případné trvale neudržitelné praktiky. Zredukování domácnosti obnáší také vyřazení všeho, co člověk nepotřebuje a jinému může ještě posloužit. Oblasti, které nabádají k redukci, jsou podle Bey Johnson například: obaly (nákup bez obalu, ve větším množství, stáčené...), využívání auta, velikost domácnosti, technologie nebo papír. Dále radí zredukovat čas věnovaný médiím, protože navádí k další spotřebě (Johnson, 2016, s. 28-30).

- **KROK 3: Reuse/Zužítkovat**

„Vnímám jako velkej rozdíl, když použijeme vyrobenou věc, která už jednou svůj život měla a my jí tak dáme život znovu. Pro nás je nová, ale není nová tím způsobem, že se musí znovu vyrobit.“

Paní Čtyřková

Zužítkovat znamená maximálně využít produkt v jeho původním stavu. Jedná se o využívání plné životnosti, a jakmile produkt nemůže sloužit původnímu účelu, tak hledání alternativ k jeho využití ve stejné podobě. Tímto krokem dochází k šetření energií a zdrojů potřebných k recyklaci, prodlužování životnosti zakoupených produktů a odstranění zbytečné spotřeby (Tamtéž, s. 30).

V praxi tohoto bodu Zero waste lidé dosahují tím, že jednorázové produkty nahrazují trvanlivými a opakovaně použitelnými, půjčují si, pronajímají, vyměňují, nakupují z druhé ruky, opravují, upravují

a v neposlední řadě nacházet vysloužilým věcem jiné využití nebo vracejí věci, tam, odkud se k nim dostaly (Tamtéž, s. 31).

Tento krok bývá podle mého názoru často ve snaze být víc Zero waste nebo spíš vypadat víc jako Zero waste, ignorován. A tak mohou být funkční věci, většinou z plastového materiálu, vyhazovány a nahrazovány dřevěnými, kovovými nebo skleněnými alternativami. Vyměňovat staré, které pořád slouží za nové „ekologičtější“, není však Zero waste řešení.

- **KROK 4: Recycle / Recyklovat**

„Ve výsledku, když člověk odpadu předchází a zbytek věcí precizně třídí, tak přijde na to, že vlastně nemá skoro žádný komunální odpad. Není tam nic. Účtenky, prach, kosti- pokud jí maso, ale jinak nic.“

Slečna Trojková

Lidé nezasvěcení do tohoto tématu se mylně domnívají, že ZW životní styl obnáší především velký podíl recyklace. Fungování domácnosti bez odpadu není však založeno na recyklaci, nýbrž na prevenci. Recyklaci se snaží v první řadě předcházet. Předchozí kroky totiž zákonitě vedou k redukci odpadu, což přináší menší potřebu recyklace. Každopádně u každého dalšího nákupu by měl ZW člověk zvážit, jaký je životní cyklus výrobku a zda je případně recyklovatelný (Johnson, 2016, s. 32 - 34).

Ve vysněném světě domácnosti bez odpadu by systém recyklace byl celosvětově standardizován a především by veškeré produkty byly navrhovány tak, aby byly snadno opravitelné a jejich životní cyklus byl co nejdelší. Recyklace by tudíž probíhala jen v co nejomezenějším rozsahu. (Tamtéž, s. 32 - 34)

Jako další problém, který přichází se zvyšující se poptávkou po ekologických produktech, je snaha o „zelenější“ obalové materiály. Ty totiž způsobují mnohdy víc škody než užitku. Biologicky odbouratelné nebo

kompostovatelné „plasty“ vnáší zmatek do třídění a stává se pak, že tyto materiály kontaminují recyklační proces. (Kampaň MŽP, ©2019)

- **KROK 5: Rot/Zkompostovat**

„...pak dáš půlku shnilé hlávky žížalám, který to zpracovávají tři měsíce a máš z toho muchy v obou místnostech na stropě (smích). Je to dost těžký vychytat, ale jde to.“

Paní Jedničková

Posledním krokem je kompostování zbytků. Jedná se de facto o recyklaci organických materiálů, které se rozloží a tak vytvoří živiny. Kompost v domácím prostředí je ideálním pomocníkem pro život bez odpadu, neboť jak ze statistik vyplývá, až 1/3 odpadu tvoří potraviny.

Existuje mnoho druhů kompostů a do značné míry závisí na místě bydliště. Od venkovních kompostů až po vermikompostéry, kde organický materiál zpracovávají žížaly. U Zero waste lidí se tak žížaly stávají častými domácími mazlíčky (Johnson, 2016, s. 34-38).

A co odpadkový koš? Po dodržení těchto kroků se do něj údajně dostane jen minimum odpadu. Bea Johnson se svou čtyřčlennou rodinou naplní ročně jednu litrovou zavařovací sklenici věcmi, které nešly zamítnout, zredukovat, zužitkovat, recyklovat nebo zkompostovat (Zero waste home, ©2020). Po jejím vzoru tak zavařovací sklenice plní odpadem, který by byl jinak určen na skládku i další Zero waste lidé. Popelnice se tak pro mnohé stává zbytečnou záležitostí. Zákon o odpadech s touto skupinou lidí nijak nepočítá a za svoz komunálního odpadu platí stejně jako běžní spotřebitelé. Obce navíc ve snaze navýšit počet osob, které budou třídít odpad, přichází s motivačními programy, kdy občané například za množství vytríděného odpadu ve speciálně označených pytlích získávají slevu na svoz komunálního

odpadu. Viz například odpadová politika města Ústí nad Orlicí.³ Tato výhoda se Zero waste lidí opět netýká, neboť co se vytríděného odpadu týká, jde jen o minimální množství.



Obrázek 2: Sklenice odpadu Bey Johnson za rok 2014

Zdroj: Zero waste home, ©2014

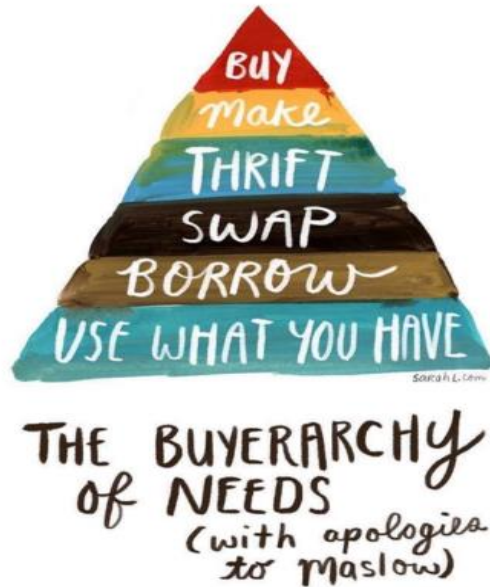
1.2.2 Spotřebitelská pyramida

„Nákup nového mám přeskládaný jako tu poslední možnost. První přemýšlím, jestli to fakt potřebuju, pak se podívám třeba na bazary nebo se zeptám známých.“

Paní Jedličková

Za zmínku podle mého názoru stojí i tento obrázek, který je s oblibou sdílen mezi Zero waste uživateli sociálních sítí. Jedná se o návod, jak by měl Zero waste člověk postupovat, než se rozhodne pořídit si novou věc. Autor obrázku přetvořil Maslowovu pyramidu potřeb do nákupní hierarchie.

³ Pravidla pro poskytnutí úlevy za pytlový sběr tříděného odpadu města Ústí nad Orlicí dostupná zde: <https://www.ustinadorlici.cz/images/2017/odpady-2017.pdf>



Obrázek 3: Spotřebitelská pyramida

Zdroj: Sarah Lazarovic, ©2020

V první řadě je nejvíc Zero waste využívat to, co člověk má (*use what you have*) nebo to co si může půjčit (*borrow*). Pokud předchozí kroky z nějakého důvodu nejdou, měl by se člověk pokusit získat věc pomocí výměny (*swap*) nebo šetrného nákupu v secondhandech, bazarech, atd. (*thrift*). Předposlední krok zahrnuje kreativního ducha, protože vyzývá k vlastní výrobě poptávaného zboží (*make*). Pokud všechny předchozí kroky selžou, není jiná možnost než koupit (*buy*) novou věc v klasickém obchodě.

I při kupování nové věci, by se měl Zero waste člověk řídit určitým kritérii, jimiž jsou: kvalita, nadčasovost, opravitelnost, přírodní a k přírodě šetrné složení, zdravotní nezávadnost, lokálnost, recyklovatelnost/kompostovatelnost a bezobalovost (Gajdošová, Karasová, Škrdlíková, 2019, s. 45).

Většina kroků je jasných nebo jsou nějakým způsobem rozvedeny v pravidle 5R, proto se jimi nebudu více zabývat. Za zmínku v nákupní hierarchii však podle mě stojí možnost swapu.

Swap je akce, na kterou lidé přinesou nepotřebné nebo nepoužívané věci a vymění za jiné. Je založen na myšlence, že přímá výměna je neekologičtější způsob získávání věcí. Nejčastěji se jedná o oblečení, knihy, pokojové květiny, ale také nádoby nebo drobný nábytek. Za zboží nikdo neplatí penězi a nefunguje tu ani princip „kus za kus“. Na některých swapech se platí vstupné, aby mohly být pokryty náklady například s pronájmem prostoru, ale není to pravidlem. Účastník swapu může, ale taky nemusí přinést zboží, které odevzdá u vstupu a organizátoři je následně roztrídí podle kategorií. Dál postupuje a vybírá si podle libosti kolik, a co uzná za vhodné. Počet kusů není většinou nijak omezen. Samozřejmě nemusí odnést domů vůbec nic. Swapy jsou pořádány nejčastěji jako jednodenní nebo dvoudenní akce. V Praze bývá dokonce organizován „Týdenní swap“, který zahrnuje i doprovodný program. Jedná se většinou o přednášky nebo dokumenty týkající se udržitelnosti. Zboží na velkých swapech, které si nikdo nevybere, putuje na charitu.

Celoročně funguje swap i u nás na univerzitě ve *Freeshopu* pod záštitou organizace *Udržitelný Palacký*. Narazila jsem také na mini swapy, které byly v rámci Zero waste festivalu nebo jiných akcí spojených s tématem udržitelnosti. Také na Facebooku vznikají online swapy, kde lidé nabízejí nebo poptávají zboží zdarma, za odvoz, nebo třeba za pochutiny většinou domácího původu. Mezi nejznámější patří například stránka *Zero waste kolotoč*, čítající momentálně 5,9 tisíc členů. Swapy jsou pořádány také soukromě. Na těchto soukromých swapech se sejdou buď lidé z komunity, nebo se pomocí sociálních sítí domluví skupina cizích lidí a tím pádem tato činnost ještě více spojuje další lidi podobného smýšlení.

Zatím jsem se zúčastnila pouze dvou swapů a překvapilo mě, jak odlišně tyto akce vypadaly. Na prvním swapu bylo oblečení o poznání míň a vše bylo úhledně naskládáno na ramínkách. Druhý swap se nesl v duchu davového šílenství. Lidé přinášeli oblečení ve velkých taškách a hromady

oblečení se kupily na stolech do větších a větších hromad, tudíž bylo vše dost nepřehledné a často jsem narazila na poničený kousek oblečení. Pravděpodobně záleží na lokalitě, reklamě, zkušenostech organizátorů a konkrétních „swaperech“, jak bude swap vypadat.

„Mám pocit, že někteří uvíтали swap jako výbornou možnost zbavit se některých věcí a pak si dokoupit nové. Je to takový, že mají ošetřený svědomí, že to vyhazují a jde to pak případně sociálně slabým. Takový to, že si dělají alibi, že mají svůj ekologický čin splněný a tím pádem jsou ekologičtí. Přitom o tom to vůbec není.“
(paní Sedmičková) Swapové akce jsou volně přístupné všem, nejen Zero waste lidem, tudíž zůstává otázkou, na kolik jsou tyto akce opravdu ekologicky prospěšné, jestliže následně nedochází k umírnění poptávky po novém zboží.

2 Konzumní společnost

Hovoříme-li o konzumu na akademické úrovni, nelze opomenout Zygmunta Baumana a jeho *teorii tekuté modernity* (2008), v níž se zabývá chováním a charakterem moderní společnosti. Dále pak *rizikovou společnost* (2004) Ulricha Becka, myšlenky Anthonyho Giddense, nebo českého sociologa Jana Kellera a mnoho dalších. Vystihnout komplexně problematiku konzumní společnosti, jak dokazují zmiňovaní autoři, zabere častokrát i několik obsáhlých děl. V této kapitole však uvádím pouze nástin tématu a přehled několika málo definic a charakteristik konzumní společnosti, které jsou z mého hlediska podstatné, aby utvořily pomyslný rámec pro téma Zero waste.

V sociologickém slovníku je konzumní společnost vymezena jako „společnost, v níž se stále rostoucí konzum materiálních statků stal dominantní kulturní hodnotou a měřítkem sociálního úspěchu“ (Petrušek a kol., 1996, s. 1199). Spotřebování zboží se tak mění z prostředku v účel samotný. (Tamtéž, s. 532). Giddens definuje konzumní společnost jako „typ společnosti, která propaguje spotřebu masově vyráběného zboží. V konzumních společnostech rovněž vzniká ideologie konzumerismu, jejímž východiskem je přesvědčení o prospěšnosti neustále se zvyšující spotřeby“ (Giddens, 2013, 983).—Kritici konzumního způsobu života podotýkají, že zbožní vztahy se rozšiřují do všech oblastí lidského života a následně dochází k odcizení (Tamtéž, 1996, s. 1450).

Optimističtěji je chápán pojem konzumní společnost v politologickém slovníku, podle něhož jde o stav společnosti, „... kde se základní potřeby v hodnotových hierarchiích doplnily o potřeby využívání individuálního a společenského blahobytu“ (Toth, 2015, s. 122). Podle Kellera (1997, s. 47) lze politologického hlediska chápat jako důslednou realizaci práva na volbu. Nestálost ve vkusu a preferencích je podle tohoto přístupu vydáván za projev svobody.

Ekologická kritika konzumu se soustřeďuje na několik oblastí. Především upozorňuje na nenávratnost transformace přírodního bohatství na „bohatství“ umělých věcí. Dále upozorňuje na omezenou schopnost přírodního prostředí absorbovat odpad a další škodliviny masového konzumu. A v neposlední řadě zdůrazňuje, že masový konzum se týká cca 1 až 2 desetin populace, avšak tento zlomek populace svou nadměrnou spotřebou vyčerpává zdroje a zamořuje ovzduší a vody i těm, jichž se konzum netýká (Keller, ©2017).

Baudrillard vnímá tuto kritiku a odmítání konzumu jako neodmyslitelnou součást právě konzumní společnosti. Hovoří v této souvislosti o tzv. *anti-konzumu*, jenž je podle něj plně rozvinutý moderní fenomén, který lze de facto považovat za „meta“ konzum utvářející kulturní indikátory tříd (Baudrillard, 1998, s. 90-91). Podle výzkumu Aarts se lidé s vysokým socioekonomickým statusem snaží pomocí ekologicky příznivého způsobu života odlišit od většinové společnosti (Aarts in Librová, 1997, s. 128). Dalo by se říci, že i Zero waste je založen právě na určitém antikonzumním postoji a jednání, které z něho vychází. Zkoumat Zero waste jako kulturní indikátor, by mohlo být z tohoto pohledu zajímavé téma.

2.1 Co roztáčí kolo konzumerismu?

Nad touto otázkou se zamýšlela celá řada autorů. Jak už to tak bývá, nalézt jednoznačnou odpověď není snadné. Ačkoliv to není populární odpověď, podle mého názoru všechno se vším souvisí a vzájemně se více či méně doplňuje. Teorie Liessmana, Librové, Kellera, Marcuseho, Lipovetského a dalších autorů, jimiž se budu zabývat v této kapitole, se na tuto problematiku dívají z nejrůznějších úhlů. Dohromady tvoří obrázek, který nám tuto nesnadnou otázku zodpovídá.

Jedním z Marxových předpokladů bylo, že společnost je to, co vyrábí, čím a jak vyrábí. Liessmann podotýká, že možným předpokladem k tomu, aby se člověk stal především konzumentem, je fakt, že věci existují ve většině případu **bez výrobní historie**. Nelze jednoduše odvodit podmínky, za jakých věci vznikaly, prostě a jednoduše je tady máme. Došlo k oddělení produkce od konzumace. Výrobní haly vystřídaly „stánky konzumu“ a člověk tak snadno podlehne dojmu, že věci vznikají samy od sebe, bez lidského přičinění (Liessmann, 2012, s. 15-16). V dnešní globalizované- propojené společnosti zní tvrzení, že jsou lidé odtrženi od výrobní historie vcelku paradoxně. A přesto, nebo možná právě proto, jsme odpojení od těch, kteří nám zajišťují to, co potřebujeme v každodenním životě. V jakých podmínkách žijí šičky, které ušily oblečení, co máme na sobě? V jakých podmínkách žijí farmáři, co na látku pěstovali bavlnu a v jakém stavu je jejich krajina? Jak náročné je vyprodukovat určitou plodinu v našich zemědělských podmínkách? Nevidíme příběhy lidí, ale jen to, že zrovna došlo to nebo ono zboží na pultu, což nás samozřejmě pěkně dopálí. S teorií Liessmanna souzním a myslím si, že je základním nedostatkem dnešní globalizované společnosti odpojení od výrobců a zemědělců. Uvědomovat si reálnou hodnotu věcí a jídla, které máme na talíři, je v takových podmínkách vcelku obtížné nebo dokonce nemožné.

Keller uvádí, že lidé nekonzumují ve snaze něco „mít“, ale proto, že chtějí někým „být“ ve společnosti, kde se míra úspěchu posuzuje podle velikosti osobní spotřeby. Vymknout se z mašinérie konzumování by z této perspektivy mohlo být vnímáno jako nepřirozené a pouze anomická bytost ignoruje hodnoty, které jsou v jeho kultuře etablované. Proto lze toto důsledné odmítání výzev ke konzumní skromnosti považovat za normální projev zdravé společnosti (Keller, 1997, s. 48). Nabízí se filozofická otázka, jestli člověk potřebuje konzumovat, aby žil, nebo žije, aby mohl konzumovat

(Bauman, 1999, s. 99). Otázkou mít, nebo být se důkladněji zabýval Erich Fromm (2014).

Obdobný názor na otázku, proč tolik konzumujeme, má i Lipovetský (2007, s. 43), který píše, že *„žádný předmět není žádoucí sám o sobě a žádná věc nás neláká jako taková, všude se uplatňují pouze tlaky prestiže a společenského uznání, statusu a sociální integrace“*.

Herbert Marcuse naopak shledává příčinu v **uspokojování nepravých potřeb**. Ve společnosti podle něj převládá pohodlná, demokratická nesvoboda a hrozí ztráta kritické dimenze lidského myšlení, neboť se lidé oddávají uspokojení nepravých potřeb, jejímž výsledkem je euforie v neštěstí. Lidé snadno podléhají reklamě, v jejímž jméně konzumují to, co konzumují druzí, nenávidí a milují, co milují a nenávidí druzí (Marcuse, 1991, s. 32-34). Konzumenti mylně podléhají dojmu, že jsou to právě oni, kteří mají hlavní slovo a svobodu vybrat si. (Bauman, 1999, s. 102).

Otázkou svobody nebo lépe řečeno **nesvobody ve spojení s reklamou** se zabývala také Librová a Keller. Častým argumentem je, že ekonomický růst ve svých důsledcích údajně zvyšuje počet voleb, mezi nimiž se mohou lidé rozhodovat. Bohužel se přitom zapomíná na to, že tento růst jim zároveň některé volby definitivně znemožňuje. Mezi tyto volby patří třeba i drobnosti, například možnost jít se opalovat k vodě bez vážného ohrožení zdraví. Velké množství potřeb se stává lidskými potřebami teprve druhotně. V první řadě jsou to potřeby trhu, respektive potřeby jednotlivých firem, které na trhu soupeří (Keller, 1995, s. 30). Z ekonomického hlediska je tedy nadměrné konzumování vynucováno zájmy firem, které se snaží o prodej jejich zboží. Klíčovou úlohu hraje již zmiňovaná reklama, jejímž úkolem je v lidech neustále rozdmýchávat potřeby a v žádném případě nedopustit, aby došli k závěru, že všechno, co potřebují, už mají (Librová, 2003, s. 35).

„Podlehnutí reklamě znamená vzdát se svobody rozhodování, nechat si vnutit cizí představu o svých potřebách“ (Tamtéž, s. 35).

Podle Veblena nejsou základním problémem konzumní společnosti umělé - nepravé potřeby. Nejsou to podle něj ani lidé „naprogramovaní“ reklamou. Problém shledává v tom, že vyrobené zboží není ceněno pro své vnitřní kvality, ale pro svou roli ukazatele úspěchu, což by korespondovalo s výše uvedenou teorií Lipovetského a Kellera. Neznamená to tedy, že by spotřebitelé byli hloupí a iracionální, ale že zabředli do **problému skupinového jednání**. Konzumerizmu se nevyhnou bohužel ani ti, kteří nejsou posedlí společenským postavením. Konzumace totiž může mít podobu „**obránné spotřeby**“. To je stav, kdy se člověk snaží vyhnout pouze ponížení, že danou věc nevlastní. Snaha jednoho udržet si slušný životní standart pouze nutí ostatní utrácet více. Soutěživá spotřeba tak dál roztáčí kolo konzumerizmu. Člověk by tedy mohl marně podlehnout dojmu, že pokud nebude závidět a starat se o společenský status, je možné z kola soutěživé spotřeby vystoupit, ale věc není tak jednoduchá. Stačí totiž například jediné gesto „útočné spotřeby“ v podobě dražšího dárku, které na člověka vrhne světlo lakomce a kolo spotřeby se roztáčí nanovo. Často jsou lidé k soutěživé spotřebě donuceni také proto, aby se uchránili před riziky plynoucí ze spotřeby jiných lidí. Uvádí příklad s vozidly SUV, které nutí ostatní řidiče zvažovat koupi také většího auta proto, aby byli při případné srážce chráněni (Heath, Potter, 2012, s. 120-123).

Bell se na problematiku konzumní společnosti dívá z pohledu systému práce. Hovoří o tzv. cyklu „*práce a utrácení*“ (work and spend). Jelikož se neustále zvyšuje tlak na konkurenceschopnost, lidé jsou nuceni trávit více času v práci, neboť se bojí o ztrátu zaměstnání. Množství času tráveného v práci se následně projevuje na konzumních návycích. Lidé totiž potřebují auta, aby se dostali do práce, potřebují vhodné oblečení a nakupují jídlo, které si

z nedostatku času nestihnou připravit vlastnoručně (Bell, 2012, s. 58). S teorií Bella sympatizuji, neboť vidím sama na sobě, jak množství času, který při studiu mám, mi dovoluje investovat čas do činností, díky kterým se následně mohu vyhnout běžným konzumním praktikám. Ať už je to péče o zahradu a následné zpracovávání potravin, které jsme si sami vypěstovali a tudíž vyprodukovali jen minimum odpadu, nebo šití oblečení, či investování času do budování vztahů, díky nimž čas mohu trávit opět jinak než konzumním způsobem.

V knize s příhodným názvem „Kup si svou revoltu“ autoři přicházejí s myšlenkou, že hnací silou konzumerismu je paradoxně právě revolta proti němu. Tím, že se vzpíráme konzumní společnosti, mluvíme o ní a revoltujeme proti ní, konzumerismus neoslabuje, ale paradoxně ho více podporuje. **Kritika konzumerismu** totiž prodává (Tamtéž, s. 103). Podle mého názoru nejen kritika konzumerizmu, ale kritika sama o sobě prostě prodává. Více o tomto tématu v následující kapitole.

Nezáleží však na záměrech spotřeby, ale na jejich důsledcích. Ať už lidé spotřebovávají z jakýchkoli pohnutek, problém se nemění, ale stále zůstává. Tímto problémem je množství odpadu, které nadměrným konzumováním neustále vzniká.

2.1.1 Reklama a Zero waste

Co je zaručený recept na úspěch? Reklama, která pracuje s kritikou. V konkrétním případě Zero waste hnutí, to může být kritika plastů, která se vyhrotila až do podoby „démonizace plastů“. Všechno plastové nahradit papírovým, skleněným nebo kovovým a nejlíp hned. Myslím si, že tohle je nezamýšlený důsledek propagování Zero waste, které se stalo „rukojmím“ nejednoho obchodníka s kovovými brčky a dalšími zaručeně „eko“ produkty.

Zygmunt Bauman (2008, s. 21) na toto téma píše, že kapitál strachu lze proměňovat v libovolný druh profitu. Tudíž strach z ekologických katastrof, vymírání živočišných druhů a potenciálně konec lidského života na zemi, je dobrým marketingovým trhákem.

Tímto nechci kritizovat iniciativu Zero waste, pouze podotýkám, že ne zcela dobře informovaný člověk může být nálepkou Zero waste a všemi superlativy, které se k němu pojí, snadno zmanipulován do činnosti (kupování nepotřebného), jež je naprosto v rozporu se základní myšlenkou Zero waste, viz kapitola 1.2. V dnešní online době jestliže člověk, který je nováčkem v Zero waste zadá například na instagram hashtag #Zerowaste, zobrazí se mu odkazy na hromady dřevěných, skleněných, plátěných a kovových produktů, které se prezentují jako jediné správné pro život bez odpadu. Tohle je podle mého názoru slabá stránka Zero waste a nejspíš ještě nějakou chvíli potrvá, než se dostane do povědomí většinové společnosti, co Zero waste opravdu znamená.

Manipulace se zákazníkem, který se snaží nakupovat nejen podle ceny a kvality, ale také zohledňuje přístup firmy k životnímu prostředí, se nazývá **greenwashing**. Termín poprvé použil ekolog Jay Westerveld v roce 1986. Připadalo mu pokrytecké, že hotely umisťují cedulky do každé místnosti podporující opětovné použití ručníků zdánlivě k „ochraně životního prostředí“, a přitom vůbec nerecyklují odpad. Skutečným cílem této „zelené kampaně“ je ve skutečnosti zvýšený zisk (Greenwashing, ©2019).

Greenwashing lze tedy definovat jako: *„využívání témat ekologie a udržitelnosti k vlastní marketingové podpoře a zneužívání zeleného marketingu a ekologického zaměření, které vede ke klamání zákazníka nebo k vytvoření dojmu, že firma/společnost dělá pro ekologii více, než je skutečnost“* (Halada, 2015, s. 38).

Samotné slovo greenwashing můžeme přeložit jako „umývání na zeleno“ a vzniklo ze slovní hříčky brainwashing, tedy „vymývání mozků. Tento termín se obecně používá tehdy, když bylo vynaloženo mnohem více

peněz a času na zelenou reklamu, než za opatření, která by její negativní dopady na životní prostředí opravdu snižovala (Greenwashing, ©2019).

Odhalit greenwashing není jednoduché a proto nejen Zero waste lidé by měli důkladně zvažovat koupi veškerých produktů a podporu aktivit firem. Zajímat se o jejich firemní kulturu, vize a cíle. Na internetových stránkách s tematikou Zero waste je na toto téma mnoho článků a vznikají i seznamy firem, které pravděpodobně opravdu splňují ekologická kritéria, jež deklarují, a tudíž usnadňují práci s výběrem toho „správného“ zboží. Otázkou však zůstává, co je to správné, pro planetu nezatěžující zboží.

Otázka potřeb a množství, kolik je nutné spotřebovat, dle mého názoru stojí za to, aby byla rozvedena o trochu více. Následující kapitola je proto věnována právě tomuto tématu.

2.2 Konzumní společnost a potřeby

Mohlo by se zdát, že dnešní výroba a s ní spojené konzumování jsou nutné, protože se vyrábí a konzumuje to, co lidé potřebují. Že toto jednoduché vysvětlení nebude pravdivé, jasně dokazují statistiky zabývající se například spotřebou vody, alkoholu, cigaret atd. Napadne nás to hned, když se zamyslíme nad tím, proč průměrný Němec spotřebuje jiné množství než průměrný Čech. Zdá se, že lidé spíše potřebují tolik, kolik zrovna mají (Keller, 1995, s. 30-31).

Žijeme poprvé v dějinách lidstva, kdy společnost (evropoamerická civilizace) disponuje obrovským množstvím hmotných statků. To vše je spojeno také s tím, že společnost je poprvé v dějinách do značné míry marnotratná. Jako marnotratnost lze definovat stav, kdy jedinec, skupina nebo v tomto případě celá společnost vydává ze svých zdrojů víc, než je nezbytné, nebo dokonce únosné z hlediska sebezáchovy. Přesné stanovení hranice

marnotratnosti stanovené nejsou, avšak existuje něco jako „sociální instinkt“, který nás upozorňuje na to, když určitý druh chování překračuje meze. Marnotratnost je pojmem značně relativním, neboť to, co je pro jednoho marnotratné, je pro jiného samozřejmostí. Obhájci marnotratnosti namítají, že marnotratnost nelze zakázat, neboť by došlo k omezení svobody. Klasickým protiargumentem je heslo „svoboda individua končí tam, kde začíná svoboda druhého“, které by se mělo aplikovat nejen na dnešní generaci, ale i na generace budoucí, jimž může chybět např. zemědělská půda (Petrušek, 2007, s. 173-174).

Podíváme-li se však do historie, ani tam není možné jednoznačně oddělit marnotratné společnosti od těch „nemarnotratných“. Daný stav společnosti kopíruje ekonomickou situaci, a jestliže je k dispozici hodně věcí, tak se s nimi zákonitě plýtvá. Jako příklad k tomuto tvrzení lze uvést obřad v tradičních společnostech zvaný „potlač“, jehož význam tkví především v „konzumování“. Při těchto shromážděních kmeny pořádají bohaté oslavy, dochází i k bojům, při kterých jsou usmrceni náčelníci kmenů a urození. Během potlačů bývá dokonce okázale ničeno nahromaděné bohatství za účelem zastínit soupeřícího náčelníka nebo případně jeho dědice či jinou část rodiny (Mauss, 1999, s. 14-15).

Opakem marnotratnosti je skromnost. O skromnosti má smysl uvažovat tehdy, jestliže existuje možnost mít více. Žije-li člověk ve skromných poměrech nedobrovolně a je vystaven hladu a bídě důsledkem vnějších okolností, o skromnosti hovořit nelze. Skromného člověka lze charakterizovat jako takového, který by mohl nakupovat a případně i vydělávat více, ale nedělá to. Librová rozlišuje dva druhy skromnosti, *skromnost dobrovolnou* a *skromnost záměrnou*. Dobrovolná skromnost není cílená, pouze vyplývá z orientace člověka k jiným než spotřebním hodnotám. O záměrné skromnosti lze hovořit v případě, kdy lidé cíleně mění své vzorce

a objem spotřeby z environmentálních motivů, tedy s ohledem na stav a budoucí vývoj přírody. (Librová, 2003, s. 28). V souvislosti s ekologickými otázkami je skromnost chápána jako ochota snížit množství spotřeby hmotných statků, ekologicky škodlivých služeb a volnočasových aktivit. (Librová, 2003, s. 29). Z tohoto úhlu pohledu podle mého názoru lze hovořit o záměrné, dobrovolné skromnosti i u Zero waste lidí, jak dokazují v praktické části diplomové práce.

2.3 Kritika kritiky konzumní společnosti

Kdo rozhoduje o tom, které potřeby jsou skutečné a které nikoliv? Co je marnotratná nadspotřeba? Žádná taková norma, která by určovala, co je normální- přirozené a co ne, jak psal Petrušek, neexistuje. Kritika konzumní společnosti se zdá být spíše kritikou toho, co kupují druzí lidé a bez čeho se já nebo někdo jiný z pozice kritizujícího již obejdeme.

Moderní společnost a konzum jde ruku v ruce. Tudíž by se mohlo nabízet jako řešení vrátit se zpátky do doby našich babiček- do společnosti tradiční, o které si troufnu říct, vytváříme romantické utopistické představy. Návrat do společnosti tradiční je však absurdní a samo o sobě absolutně neproveditelné řešení. Žijeme v moderní společnosti a ta už ze samotné podstaty věci konzum implikuje, tudíž je otázka, zda je opravdu potřeba o konzumu mluvit, kritizovat ho a tím pádem i více podporovat. Nechci zapírat, že kritika konzumní společnosti ve mně také rezonuje a mám tendenci sklouzávat k této optice, avšak si uvědomuji, že právě díky této hojnosti, kterou nám dnešní moderní společnosti přináší, můžu teď a tady v klidu, s veškerým komfortem sedět a psát do počítače, jenž je také výdobytkem moderní společnosti a pokládat si otázku po smyslu života a následně sklouznout k zamyšlení, zda nám smysl života nebere právě ona kritizovaná konzumní povaha společnosti.

V roce 2007 Gilles Lipovetský napsal, že někde v daleké budoucnosti, nastane okamžik, kdy bude tento životní styl překonán a objeví se nové pozitivní pojetí spotřeby a nové chápání osobního štěstí. Hyperkonzumní společnost ustoupí novým prioritám a představám o společenské existenci a o kvalitě života (Lipovetský, 2007, s. 23). Kdo ví, možná daleká budoucnost nebyla tak daleká a jeho proroctví se začíná již vyplňovat právě prostřednictvím Zero waste lidí.

3 Odpad a společnost

„Ukaž, kolik odpadu produkuješ, a já ti řeknu, v jakém typu společnosti žiješ“ (Eriksen, 2015, s. 5). Odpad, odvrácená strana spotřeby, je logickým vyústěním konzumu a de facto jakékoliv lidské činnosti. Naprosto všechno, co dnes a denně spotřebováváme, se dříve či později stane odpadem. Čím více toho konzumujeme, tím více odpadu vyprodukujeme. To je přímá úměra, která platí především dnes, neboť před sto lety se využívalo téměř všechno. Zbytky z kuchyně se dávaly domácím zvířatům, služebnictvu, potažmo žebrákům a rozbité věci se v první řadě opravovaly. Dříve, když byl svět ještě rozlehlý, byl rozsah škod, které člověk zvládl napáchat, jen omezený. V poslední době nám však docházejí čistá a prázdná místa, kam bychom se mohli přesunout, když ta stará znečistíme nebo zničíme (Eriksen, 2011, s. 20).

Sociální antropoložka Mary Douglasová se ve svém díle *„Čistota a nebezpečí“* zabývala otázkou nečistoty jako sociálního konstruktů, který se univerzálně objevuje v každé společnosti. Podle ní je nezbytné zkoumat nečistotu v širokém sociálním a kulturním kontextu, nikoli jako izolovaný jev, neboť žádná věc není sama o sobě odpadkem. Odpad podle ní lze definovat jako něco, co se nenachází na svém místě a také vzniká jako vedlejší produkt ve chvílích, kdy se snažíme vytvořit pořádek (Douglasová, 2014, s. 13). Odpad má ambivalentní povahu. Na jedné straně symbolizuje nebezpečí a zároveň v sobě skrývá velký potenciál (Tamtéž, s. 139).

Věci nejruznějšího charakteru ležící ladem v popelnících nebo na skládkách skutečně představují potenciál, který někteří dokážou rozpoznat a znovu tak dát věcem hodnotu. Odmyslíme-li si „dumpstery“⁴, kteří se k Zero waste myšlenkám také hlásí, nejsou Zero waste lidé ve většině případů

⁴ Dumpster diving: aktivita, kdy lidé vybírají vyhozené věci, převážně potraviny z kontejnerů supermarketů či menších obchodů. Podrobně se touto problematikou v českém prostředí zabývá například Jana Kliková a Lenka Brunclíková.

ti, co by se hrabali v odpadkových koších a hledali „potenciál“ k zužitkování. Jako odpad můžeme vnímat ale také třeba oblečení, které dávno vyšlo z módy a při představě, že bychom v takovém kousku měli vyrazit do ulic, pravděpodobně většinu z nás jímá hrůza. V tomto případě někteří Zero waste nadšenci usedají k šicímu stroji a dělají zázraky. V globálu jde ale Zero waste lidem především o prevenci. Tedy o to, aby slovo odpad a jeho význam odešlo na smetiště dějin.

Říká se, že žijeme v civilizované společnosti. Tuto civilizovanost lze slovy Eriksena (2011, s. 13) definovat jako *„vzdálenost, kterou člověk umisťuje mezi sebe a své odpadky“*. Odpadky ve svém životě nechceme a jako takové, lze tedy za nejvyšší známku civilizovanosti pokládat fakt, že lidé zaplavují odpadky i vesmírný prostor. Nemusí se jednat hned o vesmír, ale třeba o jinou, většinou chudší zemi, kde lze koupit prostor pro uložení komunálního i nebezpečného odpadu. Bohužel dalšími, ne zcela šťastnými místy, kde se lidé zbavují odpadu alespoň dočasně, jsou dna oceánů, hory, pouště nebo odlehlé jeskyně (Tamtéž, s. 13-20).

Eriksen mimo jiné ve své knize mluví i o zcela jiném druhu odpadu. O odpadu, který nelze vidět, ale je o to víc nebezpečný. Jedná se o odpad, který znečišťuje náš čas. Od neodkladných emailů až po všemožné vychytávky, které mají šetřit čas, vypadají přitažlivě, dokud člověk nezjistí, že mají tendenci čas naopak neuvěřitelně zahušřovat a zkracovat (Tamtéž, s. 128-129). Všechno se zrychluje a z pomalosti se pomalu stává nedostatkové zboží. Tohoto druhu znečištění si všimli pravděpodobně i Zero waste lidé. Protože Zero waste není podle mého názoru jen o odpadu a ekologii, ale také o celkovém zpomalení. Důkazem jsou mi pro tuto domněnku především příspěvky na sociálních sítích, kde propagátoři Zero waste životního stylu používají hashtagy „slow“ nebo konkrétněji „slow fashion“.⁵

⁵ Slow fashion- systém módy, ve kterém jde o zpomalení a odstranění bezmyšlenkovitého a zběsilého nakupování. Jde o přechod od kvantity ke kvalitě za férové ceny.

3.1 Odpad a statistika

Odpad definovaný zákonem 185/2001 Sb. (čl. 3 odst. 1) jako „každá movitá věc, které se osoba zbavuje nebo má úmysl nebo povinnost se jí zbavit“ (Zákon o odpadech a o změně některých dalších zákonů, ©2001) představuje obrovskou ztrátu zdrojů ve formě materiálu i energie. Mimo to má nakládání s odpady a jejich likvidace závažné důsledky pro životní prostředí. Příkladem jsou skládky, které zabírají prostor a mohou znečišťovat vzduch, vodu i půdu, zatímco spalování může vést k emisím zplodin (Eurostat, ©2017).

V příloze č. 1 k Zákonu o odpadech a změně některých dalších zákonů je uvedeno celkem 16 kategorií odpadu, které lze definovat jako nepotřebné pozůstatky lidské činnosti. Konkrétně se jedná například o věci, které jsou znečištěné, nefunkční, s prošlou lhůtou spotřeby, vznikly jako vedlejší produkt výroby, nejsou už používané nebo jsou zákonem zakázány. Zajímavá je kategorie Q16, definovaná jako „Jiné materiály, látky nebo výrobky, které nepatří do výše uvedených skupin“ (Zákon o odpadech a o změně některých dalších zákonů, ©2001). Jinými slovy, za odpad můžeme podle legislativy považovat naprosto cokoliv.

Nemohu se vzepřít pocitu, který ve mně evokuje použití slova „zbavit se“ v zákoně. Ať už se tedy jedná o čajový pytlík, rozbitý telefon nebo kelímeček od kávy, to všechno přestává být mou zodpovědností, pokud danou věc odnesu z domu na místo, které bylo určeno příslušným vládním orgánem. Není to už můj problém. Zbavila jsem se toho. Pravděpodobně nejsem jediná, která si takto daný zákon vykládá a následně podle toho i jedná. Výmluvné na toto téma jsou statistiky, týkající odpadu, jehož množství každoročně raketově stoupá.

Podle Českého statistického úřadu bylo v roce 2018 vyprodukováno celkem 3,7 milionu tun komunálního odpadu. V přepočtu na jednoho obyvatele to činí 351 kg. Největší část, přesně 56 %, tvořil odpad z popelnic,

z kontejnerů nebo svozových pytlů, 16 % vyříděný odpad (plasty, papír, sklo a kovy) a 11 % objemný odpad (koberce, nábytek). Podíl vyříděného odpadu z celkové produkce komunálního odpadu vzrůstá. Například v roce 2002 bylo vyříděno 16 kg plastů, papíru, skla a kovů na obyvatele, zatímco v roce 2018 to bylo již 57 kg na jednoho obyvatele. (MŽP, ©2019).

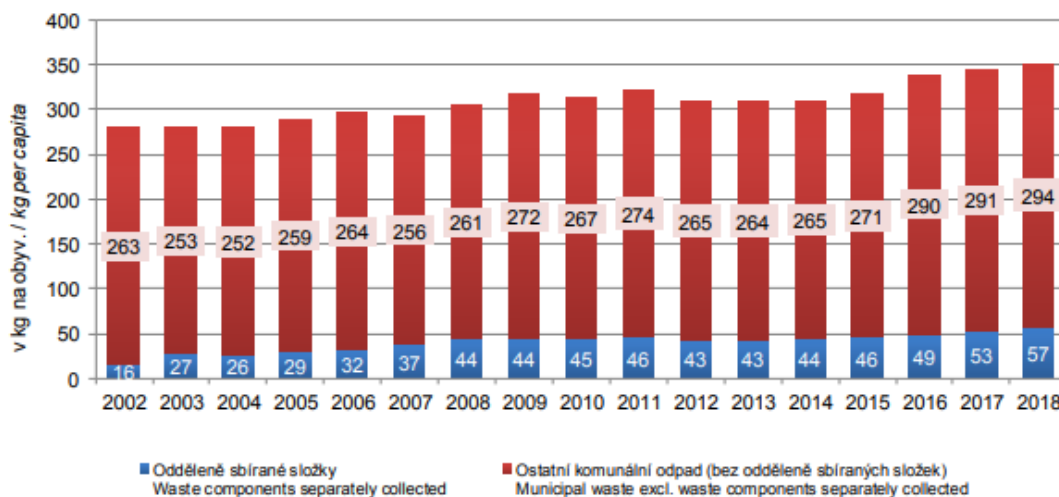
Ministerstvo životního však prostředí operuje zcela s jinými daty. Na svých stránkách uvádí 5,8 mil. tun vyprodukovaného komunálního odpadu. Na jednoho občana ČR tudíž připadá 544 kg, což je o necelých 200 kg více než udává ČSU (MŽP, © 2018). Těžko říct, který údaj je pravdivý, ale ať už se přikloníme ke kterémukoli z nich, výsledek je tak jako tak ohromující.

Plýtvání potravinami je kapitola sama o sobě. Podle studií organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO) skončí jako odpad přibližně 1/3 celosvětově vyprodukovaných potravin určených pro lidi, což představuje přibližně 1,3 miliard tun za jeden rok (STOA, ©2013). Evropská komise uvádí odhad, že jen v Evropské unii se každým rokem vyplývá 90 milionů tun jídla, což je v přepočtu na osobu 173 kg. Velká část těchto potravin je navíc ještě vhodná ke konzumaci. Rostoucí počet analýz zpochybňuje podle Evropské komise dlouhodobou udržitelnost současných trendů v produkovaní a spotřebě potravin. Nejedná se navíc pouze o samotnou potravinu, která nebyla zkonsumována, ale musíme brát v úvahu i množství skleníkových plynů, využívání vody, půdy, chemických hnojiv a pesticidů, které přišly vniveč (Organizace pro výživu a zemědělství, ©2019).

Z výzkumu Tristrama Stuarta vyplývá, že se vyhazuje enormní množství jídla ve všech článcích řetězce od výrobců přes velkoobchody, supermarkety až ke koncovému spotřebiteli (Eriksen, 2011, s. 43). Dalším zajímavým zjištěním je to, že lidé žijící v domácnosti ve větším počtu lidí obvykle zacházejí s jídlem víc hospodárně. Patrně je tomu tak proto,

že jednotlivci často nakoupí víc, než jsou schopni sníst (Zachraň jídlo, ©2019). Řešení nabízí tzv. „bezodpadové“ prodejny, kterých je v České republice momentálně 1556 a stále přibývají (Reduca, ©2019). V těchto obchodech si lidé mohou nejen nakoupit do vlastních nádob, ale také množství, které opravdu mají v plánu spotřebovat. Nejsou tudíž nuceni kupovat gramáže, které jsou předem určeny výrobcem.

První takový obchod v České republice byl založen v roce 2013 a za tu dobu se síť mnohonásobně rozrostla. Navíc i velkoobchody, jmenovitě například Globus nebo drogerie Dm, již nabízí část svého sortimentu tzv. „bezobalu“. Zvýšila se také informovanost občanů o konceptu Zero waste, například díky přednáškám a dalším aktivitám, které příznivci Zero waste životního stylu pořádají. Tato skutečnost se prozatím nepromítla do statistik týkající se odpadu a množství odpadu naopak neustále stoupá. Toto tvrzení názorně ukazuje následující graf, ve kterém vidíme vývoj produkce komunálního odpadu v přepočtu na jednoho obyvatele.

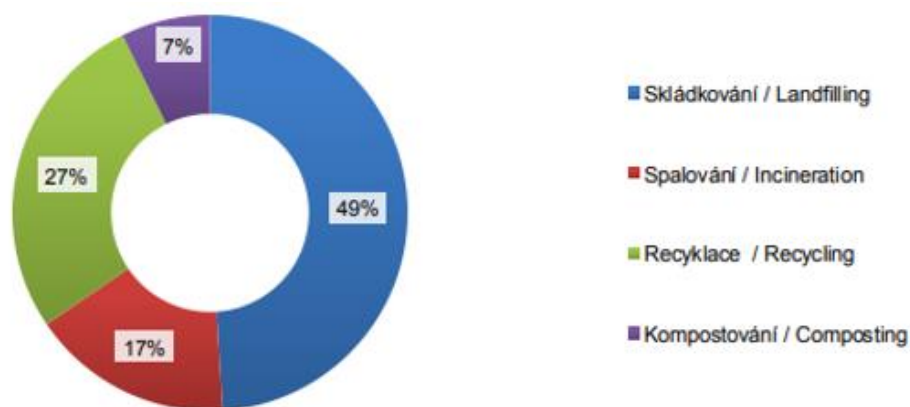


graf 1: Vývoj produkce komunálního odpadu

Zdroj: Produkce, využití a odstranění odpadů 2018, ©2019

Momentálně je globální spotřeba a množství odpadu daleko za hranicemi nejdivočejších představ našich předků a někdy se odpad prostě

dávat musí. O nás Čechů se říká, že jsme mistři ve třídění a že patříme ke špičce v Evropě. Podle údajů společnosti EKO-KOM(©2018). svůj odpad aktivně třídí 73 % z nás. To není vůbec špatné číslo, ale potenciál třídít má mnohem větší část obyvatelstva. Dalším faktem je, že mezi tříděním a recyklací není rovnítka. To, co se vytrídí, není stejnou měrou recyklováno. Bohužel se mi nepodařilo dohledat údaje o tom, jaké procento z vytríděného odpadu je opravdu recyklováno. Z následujícího grafu však můžeme vyčíst, jak bylo celkově s odpady nakládáno v roce 2018.



graf 2: Nakládání s komunálními odpady v roce 2018.

Zdroj: *Produkce, využití a odstranění odpadů 2018*, ©2019

Množství odpadu na skládkách se z dlouhodobého hlediska snižuje, ale bohužel stále velmi pomalu. V porovnání s ostatními státy EU se nacházíme mezi zeměmi, které nesplní očekávaný cíl, tedy snížit maximální množství biologicky rozložitelných komunálních odpadů ukládaných na skládky tak, aby podíl této složky činil v roce 2020 nejvíce 35 %. Bohužel se nepodaří splnit ani druhý cíl- dosáhnout materiálového využití komunálních odpadů v roce 2020 na úroveň 50 %. (Mýty vs. Fakta, ©2019). V novém odpadové legislativě ministerstvo posouvá datum konce skládkování využitelných a recyklovatelných odpadů, a to ze současného roku 2024 na rok 2030 (Nová odpadová legislativa, ©2019).

Nepodařilo se prosadit ani zálohování PET láhví a plechovek, což je v jiných státech běžnou praxí. Ačkoliv však politikové posouvají plánovaná data a mění plány, všeobecně je akceptována představa, že množství zdrojů na planetě je omezené a vinou současného fungování lidstva zůstane planeta v zuboženém stavu. Díky tomu uvažování se likvidace odpadu ubírá sice pomalu, ale udržitelnějšími směry- třídění, recyklace, sbírání speciálního odpadu, kompostování, atd. Myšlenky cirkulární ekonomiky se ale podaří dosáhnout teprve ve chvíli, kdy se téměř všechen odpad vrátí tam, odkud přišel.

To, co je dnes vnímáno jako odpad, může být zítra něco zcela jiného. Záleží na změně našeho postoje. Všechno lze využít. Žádný odpad existovat nemusí. Jak nám dokázala Douglasová, odpad je jen sociální konstrukt.

Většina lidí o svém odpadu příliš nepřemýšlí a jak bylo zmíněno výše, odpad jednoduše nevidí, když je odložený na příslušném místě. Vezmeme-li v úvahu, jak velký prostor v našich životech zabírá, je to vcelku paradox. Není to ale pouze odpad, který se podílí na zhoršujícím se stavu životního prostředí.

Podle dotazníkového šetření Eurostatu si občané České republiky životního prostředí váží, neboť až 93 % z nich je přesvědčeno o potřebě životní prostředí chránit (Special Eurobarometer, 2014, s. 21). Ochota k proenvironmentálnímu chování však s tímto šetřením zcela nekoresponduje. Podle odpovědí z května 2019 kvůli ochraně životního prostředí omezuje jízdu autem 20 %, energii a vodou šetří 62 %, šetrné výrobky k životnímu prostředí nakupuje 33 % a biopotraviny zhruba 20 % domácností (Tuček, 2019, s. 12-13). Jak dokazují čísla, spojení mezi vyjádřeným postojem a jeho korelátům v lidském chování může být nejisté. Zero waste lidé jsou v tomhle ohledu jiní. Slůvko odpad a především dopad lidského chování na životní prostředí pro ně nejsou jen prázdnými termíny, jak dokazuje praktická část mé diplomové práce.

II. EMPIRICKÁ ČÁST

4 Metodologie

V této části diplomové práce se zaměřuji na stanovení metodologických východisek mé diplomové práce. Představuji zde výzkumné otázky a metody, pomocí nichž jsem se pokusila dopátrat k odpovědím.

Má práce se zaměřuje na osoby, jež Zero waste životem žijí, tudíž mě zajímaly především konkrétní příběhy lidí, jejich názory na Zero waste a motivace k tomuto životnímu stylu. Proto jsem se uchýlila ke kvalitativní metodologii.

Po delším zvažování jsem se rozhodla pro etnografický výzkum, neboť jeho cílem je pojmout široké spektrum zájmů, ať už perspektivy členů skupin, obsahy a formy jejich myšlení, tak interakce a sociální praktiky. Cílem takového výzkumu je porozumět procesu, který vedl k dané formě života (Hendl, 2016, s. 118).

Jako výzkumnou techniku jsem zvolila polostrukturované rozhovory a zúčastněné pozorování na workshopech a událostech týkající se tématu. V rámci rozhovorů se mi podařilo dostat se i do domácností mých komunikačních partnerů.

V rámci následujících výzkumných otázek jsem si utvořila schéma polostrukturovaného rozhovoru, které zahrnovalo klíčové oblasti, jež mě zajímaly. Zároveň mi tento typ umožnil rozvést rozhovor nad rámec mé přípravy.

Výzkumné otázky/ oblasti byly následující:

- 1) **Jak si respondenti definují Zero waste životní styl?**

V rámci studia především internetových zdrojů a nesčetných hádek na facebookových Zero waste účtech, jsem došla k závěru, že neexistuje žádná striktní definice, která by jednotlivcům řkala, co to Zero waste životní styl přesně je a co naopak není a které by se všichni drželi. Navíc žít život podle definice je dost utopistická představa. Proto se budu zajímat o to, jak si Zero waste život definují samotní aktéři, jaké asociace se jim s pojmem Zero waste pojí a co pro ně Zero waste znamená.

2) Jaké motivy přivedly komunikační partnery k tomuto životnímu stylu?

Zjistit motivaci lidí k Zero waste životu shledávám jako klíčovou, neboť učinit rozhodnutí a následné kroky k celkové změně životního stylu není jednoduchá záležitost. Navíc druh motivace může ovlivňovat konkrétní podobu životního stylu.

3) Jaké konkrétní změny učinili ve svém životě?

Cíl (redukce množství odpadu) je všem jasný, ale cesty se budou pravděpodobně lišit.

4) Jaké benefity nebo naopak negativa jim tento způsob života přináší?

Vstup do terénu nebylo potřeba nijak složitě zajišťovat, neboť Zero waste akce jsou přístupné pro širokou veřejnost a sledování facebookových i instagramových účtů taktéž.

4.1 Etika výzkumu

Každý výzkum prováděný na lidech má určité etické limity. Etiku výzkumu jsem tedy i já brala na zřetel. V první řadě jsem všechny moje respondenty obeznámila s cílem výzkumu a domluvila se s nimi na nahrávání rozhovoru. Dbám především na zachování soukromí respondenta, proto jsem všechny ujistila, že jim v rámci zachování anonymity

přidělím fiktivní jméno, kterým je budu v této práci označovat. Každého respondenta jsem dále ujistila v tom, že nebude-li na jakoukoliv otázku chtít odpovědět, budu tuto skutečnost respektovat.

Jako další etický problém, na který jsem během svého výzkumu narazila, byla otázka odměny za rozhovor. Jelikož si velice vážím času, který mi respondenti věnovali, chtěla jsem se jim revanšovat. Jsem si vědoma skutečnosti, že dárky v případě Zero waste lidí jsou komplikovanější, rozhodla jsem se tudíž, že mé respondenty obdaruji domácími ovocnými přesnídávkami. Tento dárek, který je v souladu se Zero waste, prolomil počáteční rozpaky a respondenti byli hned od počátku velmi sdílní a ocenili, že jsem dárek promyslela. Respondentům, s nimiž jsem se potkala v kavárně, jsem dále nabídla zaplacení účtu.

Jako další etický problém se jeví skutečnost, že jsem do tajů Zero waste zasvěcená osobně, tudíž jsem tuto informaci svým respondentům nezatajovala. Rozhovory byly vedeny opravdu ve velmi přátelském duchu, pravděpodobně proto, že mě považovali za „jednu z nich“.

Respondenti dále projevili zájem o přečtení diplomové práce, tudíž jsem jim přislíbila zaslání hotové verze.

4.2 Kdo je Zero waste

Jelikož tématem diplomové práce jsou Zero waste lidé, slušelo by se vymezit, koho pod tento pojem zařadit. Čím více jsem do problematiky Zero waste pronikala, paradoxně tím méně jsem měla jasno v otázce, kdo tedy je a kdo není Zero waste člověk. Je to ten, kdo nakupuje v bezobalovém obchodě, jezdí do práce na kole, ale konzumuje maso? Nebo vegan, který si vyrábí svou vlastní bio kosmetiku, ale několikrát ročně létá přes půlku světa? Na toto téma Librová (1994, s. 50) píše, že *„každý z nás se podílí na destrukci biosféry jinak, jinou měrou a jiným způsobem“*. Výjimkou nejsou ani Zero waste lidé, ačkoliv by si to

jistě přáli. Po vzoru Hany Librové si ani já nestanovuji přesná kritéria pro ty, které považuji za Zero waste. Jako kritérium si stanovuji ochotu a snahu žít v souladu se zásadami Zero waste a fakt, že se respondent považuje za člena Zero waste komunity.

Mimo Zero waste komunity, které se utvářejí v menším i větším rozsahu po celé České republice, existuje již několikrát zmiňovaná online Zero waste komunita lidí. Momentálně existuje několik celorepublikových i lokálních skupin na sociálních sítích (Facebook, Instagram), ve kterých lidé sdílí svoje Zero waste problémy a vzájemně si vyměňují tipy, jak řešit třeba i netypické situace, které Zero waste život přináší. Radí si, kde sehnat to nebo ono bez obalu, nebo sdílejí Zero waste události (přednášky, swapy, workshopy), na kterých se posléze mají možnost potkat osobně. V rámci mé diplomové práce jsem se rozhodla využít sílu této online komunity a nalézt v ní komunikační partnery. Díky příspěvku obsahující prosbu o pomoc při výzkumu v rámci diplomové práce, který jsem vyvěsila na dvou Zero waste facebookových stránkách, se mi ozvalo celkem 11 lidí. Konkrétně se jednalo o stánky *Zero waste cz/sk* a *Na cestě k Zero waste*. Jelikož jsem se účastnila několika Zero waste akcí, podařilo se mi navázat osobní kontakt s několika respondenti mimo online skupiny ještě před započítáním výzkumu.

Jelikož jsem poměrně mladá a především stále studentka, často se potýkám s argumentem, že jakmile budu žít „normální život“ velmi rychle vystřízlivím a „ty ekologický manýry mě přejdou“. Zda tyto věštby skeptiků budou pravdivé, ukáže až čas. Tento běžný, a ačkoliv se mi to jako příslušníkovi kritizované skupiny nepřiznává snadno, i vcelku pádný argument, jsem se rozhodla vzít k srdci a zohlednit jej při výběru komunikačních partnerů. Studenty jsem však nevyčlenila zcela, neboť si myslím, že již v minulosti ukázali, že mohou měnit dějiny a byla by tudíž škoda, ochudit se o jejich úhel pohledu. Navíc hnutí Fridays for future je čistě studentský fenomén, tudíž k Zero waste studenti neodmyslitelně patří.

Do tohoto hnutí patří i středoškolští studenti. Já však svůj výběr směřovala k vysokoškolským studentům, kteří bydlí na kolejích nebo na privátech, jsou alespoň částečně finančně nezávislí na rodičích (pracují na částečný úvazek nebo brigádníci) a můžou si tedy řídit nákupy a domácnost dle svých preferencí. Valná většina osob, která mi odpověděla na příspěvek, byla však stále studující, a tudíž jejich životní styl v blízké době ještě očekává nějakou změnou přinejmenším v podobě nástupu do práce a případně změně bydliště. Snažila jsem se i přesto navázat kontakt s co možná nejpestřejší věkovou skupinou. K navázání kontaktu jsem zvolila, jak již bylo zmíněno sociální síť Facebook, která mi skupinu Zero waste příznivců ochudila o ty, kteří tento informační kanál nepoužívají nebo nejsou součástí online komunity. Bohužel mi na můj příspěvek neodpověděl nikdo v seniorském věku, a proto jsem se tuto skupinu osob snažila kontaktovat cíleně soukromou zprávou avšak bez výsledku.

Výzkumnou skupinu tvořily jednotlivé osoby a pouze v jednom případě byl rozhovor veden s párem. Původně jsem byla domluvená na rozhovor pouze se slečnou, ale ta se na setkání dostavila s partnerem. Tato forma se však ukázala metodologicky přínosná, protože v komunikaci mezi partnery vycházely relevantní informace pro život ZW.

4.3 Respondenti

Výsledný soubor nakonec tvořilo celkem sedm respondentů.

Paní Jedničková je 27letá žena vysokoškolským vzděláním v oboru sociální práce, která momentálně pobývá na rodičovské dovolené se svými dvěma dcerami (0,5 a 2,5 roků) a ve volném čase se věnuje šití oblečení. O Zero waste si myslí, že je to „*ideální a super myšlenka, ke které je potřeba přibližovat se malými krůčky, udržitelně s láskou k sobě i svému okolí.*“

Slečna Dvojková je 22letá studentka žurnalistiky, která momentálně žije ve studentském bytě. V Zero waste ji nejvíce zajímá téma slow fashion a tudíž hledala práci, kde by toto svoje zaměření mohla upotřebit. Momentálně na částečný úvazek pracuje pro českou rodinnou firmu vyrábějící barefoot boty. Na konto Zero waste pronesla: *„já si nemyslím, že je to o tom, být prostě na nule s odpadem. Pro mě je Zero waste primárně o tom, přemýšlet kolik a jaký odpad produkuje a vymýšlet si strategie, aby ho bylo co nejmíň.“*

Slečna Trojková je 25letá studentka geografie pracující na částečný úvazek v Institutu cirkulární ekonomiky. Doma si vyrábí vlastní kosmetiku. Jídlo, jak sama říká, je její největší vášní, tudíž plýtvání s ním se ji z ožehavých témat nešetrného přístupu k planetě dotýká nejvíce. Zero waste je podle ní *„... dokonalý utopistický cíl, ke kterému bychom měli všichni směřovat, aby se něco změnilo. A je to něco, jak být zodpovědný k přírodě a chovat se ekologicky a udržitelně.“*

Paní Čtyřková je 34letá matka od dvou dětí (6 a 1,5 roku) s vysokoškolským vzděláním v oboru zdravotní sestra. Momentálně je na rodičovské dovolené a věnuje se šití Zero waste produktů. Paní Čtyřková se v rozhovoru zmínila, že Zero waste životní styl ji změnil natolik, že se rozhodla změnit obor a po rodičovské dovolené nastoupit do dětského centra zaměřujícího se na ekologickou výchovu. Zero waste je pro ni to *„... že nad věcma začneš přemýšlet a začneš si je zvědomovat. Prostě se ptáš sám sebe, proč to takhle dělám, jakou to má hloubku. A pak přichází takový AHA momenty, kdy člověku docvakne, že to jde dělat i jinak.“*

Pan Pětka a Slečna Šestková jsou mladý pár, který prvním rokem žije ve společné Zero waste domácnosti. Pan Pětka je 23letý student politologie a Slečna Šestková je 20letá žena momentálně pracující na plný úvazek ve

zdravé výživě. V blízké době chce začít studovat obor umění. Pan Pětka s úsměvem definoval Zero waste jako „... recept na šťastnější život. Prostě udržitelnej rozvoj, nevysávání planty.“ Slečna Šestková si myslí, že není potřeba některým věcem dávat definice a je lepší je jen tak žít.

Paní Sedmičková je 40letá máma od 3 dětí pracující v organizaci spadající pod ministerstvo životního prostředí. Zajímavostí paní Sedmičkové je, že má vystudovanou technologickou fakultu – obor plastař a dlouhou dobu tudíž pracovala tzv. „na druhé straně barikády“. Ve svém volném čase založila s přáteli spolek věnující se problematice ekologie a snaží se tak budovat ve svém městě komunitu lidí smýšlející podobným způsobem. Zero waste je pro ni „praktickej život, zahrnující myšlenky uskutečnitelný na denní bázi.“

5 Zjištění

Následující kategorie mají za cíl ukázat Zero waste z různých úhlů a utvořit tak komplexní představu o tom, jak může být vnímáno a jak se život respondentů proměnil s přechodem na Zero waste. Jaké motivy je ke změně života přivedly a co je motivuje nadále v tomto způsobu života setrvávat.

5.1 Informace vedoucí ke změně myšlení

První kategorií, se kterou chci zahájit popis Zero waste životního stylu je téma narůstajícího množství informací týkajících se znečištění a změn v životním prostředí. Informace, které se k mým respondentům dostaly prostřednictvím nejrůznějších informačních kanálů, je natolik zasáhly, že to na ně mělo, dalo by se říci, až transformační dopad.

*„Ze začátku prostě člověk potřebuje totálně změnit přemýšlení. A člověk s těma informacemi, co nabyde, to prostě nejde vrátit zpátky. To najednou má člověk **odpovědnost** sám za sebe. Ale ono všechno nějak přichází až s tím uvědoměním a informacema. (slečna Trojková)*

„... spousta lidí prostě nemá ty informace. Třeba já jsem si taky dřív myslela, že když třídím odpad, tak prostě, že se to všechno recykluje, ale to bohužel není pravda.“ (slečna Dvojková)

„... totální změna v myšlení. Pro mě je Zero waste to, že nad věcma začneš přemýšlet a začneš si je zvědomovat. Prostě se ptáš sám sebe, proč to takhle dělám, jakou to má hloubku. A pak přichází takový AHA momenty, kdy člověku docvakne, že to jde dělat i jinak. (paní Čtyřková)

Krajhanzl (2014, s. 35) hovoří o tzv. vyšším nebo vysokém environmentálním vědomí, které se následně projevuje v proenvironmentálním jednání. Lidé s takovým vědomím mají povědomí

o environmentálních problémech a především si uvědomují environmentální následky svého chování, tudíž si osvojují návyky, jak se chovat k přírodě co možná nejvíce ohleduplně.

Informace o globálním oteplování, o vymírání živočišných druhů, o požárech v deštném pralese nebo v Austrálii zaznamenal, troufnu si říct, každý. Kdo ne, tak si do zajista povšimnul extrémně teplé zimy nebo vysychání vodních toků, přemnožených hrabošů atd. Informace o změnách životního prostředí k nám zkrátka přicházejí ze všech stran. Spojit si však svoji každodenní činnost s důsledky už tak jednoznačné není. Lidé totiž podléhají nejrůznějším obranným mechanismům nebo padají do sociálních pastí. Typickým příkladem je tragédie obecní pastviny Gerretta Hardina (1968). Jestliže se člověk nebrání přicházejícím informacím, přebírá společně s nimi, jak jedna z respondentek uvedla, i kus zodpovědnosti.

5.2 Zodpovědnost, morálka a ekologická etika

Eriksen přichází s úvahou, že ačkoliv se momentálně říká, že etické kvality společnosti se poznají nejlépe podle toho, jak se chováme ke svým etnickým, náboženským a sexuálními menšinám, nikdo by neměl být překvapen, až bude lidstvo za pár generací hodnotit současnost hlavně podle způsobu zacházení s odpady (Eriksen, 2011, s. 21). Z této perspektivy je Zero waste zajímavý a slibný projekt, jenž dbá na odkaz, který za sebou lidstvo zanechá.

I Bea Johnson, autorka Zero waste „Bible“ se zamýšlí nad etikou společnosti a předestírá momentálně utopickou vizi společnosti, kde by materiální nadbytek nebyl považován za znamení úspěchu, ale za sobeckou nedbalost. Zamítání (viz pravidlo 5R) by bylo zbytečné, protože nejrůznější reklamní tretky a jiné materiální pozornosti by byly považovány za plýtvání zdroji a tím pádem byly eticky nepřijatelné (Johnson, 2016, s. 227).

Na etiku a s ní související pocit odpovědnosti pramenící z vnitřního přesvědčení o tom, jak by se člověk měl chovat, naráželi mí respondenti rovnou v několika oblastech. Bezesporu je pocit odpovědnosti jeden z klíčových motivů k životnímu stylu bez odpadu. Ve výpovědích lze vidět, že svědomí je pro mé respondenty natolik silný motivační faktor, že jim nedovoluje žít jako většinová společnost.

„Já jsem potom jako hrozně našťvaná. A i našťvaná jakoby na sebe, že já nad tím neumím mávnout rukou. (paní Jedničková)

„...dělám to hlavně pro sebe, protože jsem se dozvěděla tolik informací, že já bych s tím nemohla žít, kdybych se chovala tak nezodpovědně jako předtím. (slečna Trojková)

„... další motivace k tomu je moje svědomí a to, že se na sebe chci podívat do zrcadla a vědět, že jsem udělala aspoň to minimum. Já to vnímám jako minimum, protože mám před sebou ještě obrovskou cestu. (paní Čtyřková)

„Tak já to беру tak, že máme povinnost tomu světu to nějak vrátit a pokud můžem omezit svoji uhlíkovou stopu a omezit dopad na životní prostředí, tak do toho musíme jít na plno. Je to náš závazek vůči tomu světu, že nám tady tohle všechno poskytuje.“ (pan Pětka)

„Člověk to prostě dělá i pro sebe, aby šel spát a mohl si říct, jo dneska jsem udělal všechno, co bylo v mých silách, a jde spát s čistým svědomím.“ (slečna Šestková)

„... aby měl člověk i dobrý pocit sám ze sebe. Prostě aby si naleštil tu svou karmu.“ (paní Sedmičková)

Objevila se zde také myšlenka přebírání odpovědnosti za druhé. O tomto hovořili především v tématu interakci s druhými lidmi, kteří nežijí podle Zero waste, ale v jejich přítomnosti se záměrně vyhýbali například koupi balených potravin.

„Já bych byla hrozně nešťastná, kdybych na ty lidi měla dohlížet a oni by byli taky nešťastní a nebyli bychom spolu rádi. Dřív jsem to tak dělávala, ale to je jejich

zodpovědnost. Já to dělám tak, abych já byla se sebou spokojená, a když ty lidi inspiroju, je to skvělý a když jim přijdu jako blázen, tak taky v pořádku.“ (paní Čtyřková)

Otázku zodpovědnosti zmiňovali i při vlastních nákupech, kdy z ekologických pohnutek paradoxně dělají to, proti čemu bojují – plýtvají jídlem nebo hromadí oblečení, které leží na dně skříně nevyužité.

„Prostě když jdu do obchodu a je tam třeba sýr v akci, jako tím stylem, že zítra končí záruka, tak já si ho koupím, i když ho nechci a mnohdy ho ve výsledku vyplýtávám. Já mám takovou, dá se říct, zodpovědnost i za druhý, že si to prostě raději koupím, než aby to tam zůstalo a vyhodili to.“ (slečna Trojková)

„Teď se učím jakoby nelikvidovat odpad za druhý. Prostě, když vím, že potřebuju třeba zimní bundu, kterou budu nosit dalších deset let, a v sekáči není žádná, co by mi padla a cítila jsem se v ní dobře, tak si dovolím koupit si novou – kvalitní, ve které se cítím dobře a budu ji nosit ráda a dlouho, než abych za každou cenu koupila něco nošeného, v čem bych se prostě necítila dobře a ve výsledku bych to stejně nenosila.“ (paní Jedničková)

Zodpovědnost lze v Zero waste vztáhnout nejen na ochranu životního prostředí, ale i na vlastní tělo a zdraví. Produkty, které Zero waste nabádá ke koupi, jsou totiž lokálního původu od farmářů z ekologického zemědělství a oblečení z druhé ruky je již několikrát vyprané, tudíž lze předpokládat, že obsahuje jen minimální množství chemikálií, použitých pro jejich výrobu. Čisticí prostředky lze shrnout do dvou surovin- ocet a soda. Co se týče kosmetiky, tak často jsem se setkala s názorem, že co se nedá sníst, to si na tělo prostě nedají.

„Člověk nekupuje hotový balený produkty, který jsou plný emulgátorů a stabilizátorů, takže se člověk stane i zdravější a zodpovědnější ke svému tělu.“ (slečna Trojková)

„A Zero waste je prostě pro mě i celkově zdravější. Protože je to spjatý s lokálním a sezonním konzumem, s přírodní kosmetikou a čisticíma prostředkama.“ (Slečna Dvojková)

5.3 Pro stejné nebo lepší zítřky

Tato kategorie vychází především z dotazu na důvod, proč se mí respondenti rozhodli změnit svůj život v duchu Zero waste. Pátrala jsem po dalších motivacích, které je k takové změně přivedly a „nutí“ je žít jinak. Na otázku, jaké jsou jejich motivace, odpovídali následovně.

„ ... pro budoucnost, abychom se tady měli tak hezky, jak se tu máme i v budoucnu. Třeba starší generace to nemá potřebu řešit. Proč, jakoby... A já mám spoustu mladších příbuzných, a tak si říkám, sakra, oni tu budou ještě dlouho, jak to bude vypadat, jaký jsou ty vyhlídky.“ (slečna Šestková)

„Vidím v tom velkou hloubku, v tom smyslu, že tuhle planetu chci předat v nějakým použitelným stavu svým dětem, tak aby pro ně byla alespoň nějakým způsobem obyvatelná.“ (paní Čtyřková)

„Letos sněžilo jen jedenkrát a dívali jsme se na to s malou (dcera paní Jedničkové), ale ten sníh hned roztál. To bylo asi úplně poprvé, co jsem ji viděla, že se nějak emotivně rozplakala. Jindy ona pláče, jakože nějaký vzteky a tak, ale ´sníh... není... zase bude´ a zas... ´sníh není´. A fakt jako plakala a z toho pláče pak usnula. A tak jsem si říkala, že tak proto to děláme, aby to nebyl její poslední sníh v životě. Aby to tady probíhalo dál.“ (paní Jedničková)

„Takže pro mě to znamená pokrok, abychom tohle planetu mohli odevzdat dětem nebo dětem našich dětí, minimálně v takovém stavu, jakým je teď.“ (pan Pětka)

„...prostě to, jak to teď vedeme, mi nepřipadá správný, kvůli těm dětem. To se mi z toho chce zvracet, když si představím, jaký to tady budou mít. Tak prostě nechci, aby moje děti vyrůstaly na skládce.“(paní Sedmičková)

Jak můžeme vidět ve výpovědích, snaha o lepší nebo alespoň stejně dobrou budoucnost pro další generace je pro mé respondenty silnou motivací pro změnu životního stylu a především ve vytrvání v tomto způsobu života. Tuto motivaci jsem v rozhovoru vnímala jako nejsilnější především u

respondentek, které mají děti a strachují se o jejich budoucnost. Jako další velmi silnou motivaci lze v této souvislosti identifikovat strach.

5.4 Smutek a strach

Všichni mí respondentů nezávisle na sobě vyprávěli o změnách životního prostředí způsobené nezodpovědným konzumním životem, které jim nahánějí hrůzu a vyvolávají pocity smutku a některým až stavy úzkosti či deprese. Jonas ve své knize *Princip odpovědnosti* píše, že strach je dnes morální a intelektuální ctností (1997, s. 316). Knihu napsal před více jak dvaceti lety, avšak i v současnosti jsou lidé upozorňující na environmentální problémy často považováni za slaboduché, jak můžeme sledovat na příkladu Gréty Thunberkové.

„...před dvěma lety někdo tady hodil stromeček do Rusavy, která je vlastně už skoro vyschlá řeka a teď tam byl ten stromeček tak dva měsíce a mně to přišlo jako taková neúcta k tý rostlině. Takhle ho někdo vyřval, měl ho pár dní, už ho odstrojil a po Vánocích ho ještě takhle neuctivě mrskl a ani se nezabýval tím, kam ho dát. Nebo prostě ti popeláři jezdili už 25. brzo ráno a to mi přišlo hodně líto, že ti lidi od rodin musí takhle kvůli aktuální mentalitě pracovat už v době, kdy by měli být s rodinou. Tak toto mě hodně mrzelo.“ (paní Jedničková)

„ Prostě pocházím z vesničky, která je mezi kopcema v takovém údolíčku, no a když jsme byli malí, tak jsme si hrávali v potoku a teď tam prostě voda není. Z toho mám jako velkej strach. Já měla jako už i takový depresivní stavy. Ale pak mě nakoply takový maličkosti, že třeba mamka začala používat frusacky.“ (slečna Dvojková)

„A prostě úzkost z toho, co se všema věcma tady stane. Prostě kdo to nezažil, tak si pomyslí: „prosím tě, neblázni, vždyť máš jiný starosti a nějaký obaly v Albertě ti můžou být jedno.“ (paní Čtyřková)

„No někdy mě to fakt mrzí. Hlavně když člověk vidí ty lidi v supermarketu, hlavně teď o Vánocích, kteří tlačí ten vozík a tam maj milion beden s pivem, milion vepřových kolen. Tak deset kg ovoce, masa, rohlíků a samozřejmě všechno v sáčku plastovým.“

Prostě i to zavakuovaný maso v krabici si daj do sáčku. I banán si dají do sáčku. Tak si říkám, že to prostě nemůže dobře dopadnout.“ (pan Pětka)

„Občas to na člověka dolehne, hlavně když mu internet nabídne různé grafy a přehledy, statistiky, jak to má vypadat a různý ty předpovědi, do kolika a tak. Tak ty přesný věci, to na člověka nejvíc dolehne, prostě když zjistí, že takhle to bude vypadat v roce tolik a tolik, když se nic nezmění. Tak potom mám dny, kdy mám vyloženě deprese. Je mi prostě ze všeho na nic. No prostě deprese. Všechno mi přijde zbytečný. A přijdu si hrozně bezmocná a hrozně sama“ (slečna Šestková)

Já teď jsem měla na podzim asi ten environmentální smutek a právě jsem měla pocit, že jako hodně dlouhou dobu jsem si razila tu cestu, že každé si musí zamíst před svým vlastním prahem a pak to půjde, ale já mam pocit, že ty změny jsou tak rychlý, že už toto prostě nestačí. (paní Sedmičková)

Odborná veřejnost hovoří v této souvislosti o environmentálním žalu či ekoúzkosti. Pod těmito termíny bývají označovány záchvaty paniky, ztráta chuti k jídlu, podrážděnost, slabost nebo nespavost (Krajhanzl, 2012, s. 14). Podle Americké psychologické asociace (2010) dokonce globální klimatické změny celkově negativně ovlivňují duševní zdraví. Ze závěrů psychologických výzkumů vyplývá, že způsob jakým aktivisté, novináři, nebo v našem případě Zero waste propagátoři informují veřejnost o stavu životního prostředí, může negativně ovlivňovat duševní zdraví populace a mají tudíž často neuvědomovanou odpovědnost. Studie dále dokazují, že ekologická „osvěta“ vyvolávající strach, na většinu lidí nefunguje nebo má přímo negativní dopad na jejich duševní zdraví. Pouze malé procento lidí je na základě těchto strašících zpráv ochotno přistupovat k problému racionálně a začít ho řešit (Krajhanzl, 2012, s. 9).

Na co člověk zaměřuje svoji pozornost, to roste a v případě mých respondentů je to odpad, který vidí doslova všude. Znečištění planety je jejich téma, tudíž se změnou životního stylu strach nepolevil, ale naopak vedlejším

efektem je narůstání intenzity strachu, která se může vystupňovat, jak výzkumy dokazují, až do environmentální deprese.

5.5 Štěstí navzdory pochmurným vyhlídkám

Zármutek a radost jsou kategorie protikladné a na první pohled vylučující se. Avšak v každém ze sedmi rozhovorů se mísila tato dvě témata. Radost... jak může člověk pociťovat radost, když zároveň pociťuje hluboký smutek nad stavem planety? Tento pocit štěstí pravděpodobně pramení ze skutečnosti, že se Zero waste člověk dokáže podívat na spotřebu kriticky a tak z mašinerie bezhlavého nakupování může vystoupit, což podle jejich slov přináší štěstí. Zero waste poskytuje návod, jak v tomto snažení postupovat. Nabádá člověka intenzivně k tomu, aby si neustále kladl otázky „Proč?“ a „Potřebuju to opravdu?“ Nutí ho tak žít dalo by se říci „vědomě“ nikoli v modu „kup a vyhod“. Pravděpodobně většina lidí si někdy klade tyto otázky, ale Zero waste lidé navíc mají k těmto neustálým otázkám kromě návodu navíc i velkou motivaci v podobě alespoň malé pomoci planetě.

Štěstí lze identifikovat ve výpovědích mých respondentů buď jako jeden z motivů, proč se rozhodli pro takový způsob života, nebo jako nezamýšlený přínos, o kterém na začátku cesty netušili, že přijde. Život podle Zero waste je tak přivedl k uvědomění si vlastních priorit a pochopení, že materiální statky člověku opravdové dlouhodobý pocit štěstí nepřinesou.

„Já se teď jako učím jít na té cestě, nevzdávat to, ale s takovým jako klidem, pokojem. Aby nám to vlastně přineslo hlavně to štěstí a proto to vlastně i dělám, aby nám to přineslo štěstí a žilo se nám líp.“ (paní Jedničková)

„...prostě dobrý pocit a mám z toho radost sama v sobě. No mám prostě dobrý pocit, že dělám něco dobrého pro planetu a to se hned líp žije.“ (slečna Dvojková)

„Jsou lidi, co třeba nevíjou, jaký má to jejich bytí smysl. Jedna z těch věcí, co pro mě má smysl, je tohle. To ono. Prostě to pravý, s čím ke mně přichází naplnění. Já z toho

mám radost, a když někoho inspiruješ, tak se ta radost ještě násobí. Tohle pro mě má smysl.(paní Čtyřková)

„... no naplňuje mě to a dělá mě to šťastnou.“ (slečna Trojková)

„Mně se takhle dobře žije. To tě fakt časem začne naplňovat, když pomineš tu fázi zoufalství v těch obchodech, tak potom jo.“ (paní Čtyřková)

„Ale ve finále člověk, který se pro tohle rozhodl, tak mu nic neschází. Člověk jak to omezí, tak zjistí, že to vlastně ani nepotřebuje a je svobodnější. Naopak to pak teda člověku víc přináší, než bere ... prostě štěstí.“ (slečna Šestková)

Lze si povšimnout, že u mých respondentů proběhla reforma ve frommovském slova smyslu z „mít“ na „být“ a nalezení štěstí nikoliv ve vlastnění, ale ve sdílení.

5.6 Uvědomělá skromnost

Zero waste lidé si toho spoustu nekoupí, protože některé věci prostě nesplňují jejich kritéria. Buď se to týká bezobalovosti nebo etiky výroby, transportu atd. Zdálo by se tak, že jejich život je ochuzen. O ochuzení a asketismus však v Zero waste životě nejde. Jde de facto o labužnictví, jak dokládá výrok pana Pětky: *„Ale když se nad to člověk nějak povznese a zjistí, že je mu nakonec nejlíp, když si to nějak srovná sám se sebou, tak je v pohodě. Pak ti nevádí, že nemáš steak na večeři, že si připlatíš za rajčata, to si prostě raději dáš dobrou zeleninu.“* Jde o vychutnávání si kvality nikoli kvantity a především o ocenění hodnoty, kterou dané jídlo nebo věc má. Dvořáková (in Librová, 1994, s. 79) hovoří o tzv. ideační hodnotě, která souvisí s etickým pozadím celého procesu výroby.

Někteří z mých respondentů Zero waste přímo ztotožňovali s konceptem uvědomělé skromnosti Hany Librové, jiní zase deklarovali příklady, ve kterých uvědomělou skromnost lze také spatřovat.

„Takže Zero waste je pro mě uvědomění a vlastně i skromnost, protože když se člověk jako fakt zamyslí, tak většinou dojde k tomu, že toho ve výsledku moc nepotřebuje. A já si to nekoupím, protože ne že bych na to neměla, ale protože nechci a nepotřebuju. A až každéj dojdeme k tomuhle, tak to bude super.“ (slečna Trojková)

„... člověk si jako klade tu otázku, na co potřebuju všechny ty věci a kupovat si další věci, abych byl na chvílku šťastnej? To je prostě zbytečný.“ (pan Pětka)

„Odkládat věci na později je pro Zero waste vlastně super vlastnost. Takhle se nám postupně rozbila v domácnosti hromada spotřebičů, no a když jsme hned neletěli koupit nový, tak jsme za ten delší čas zjistili, že je vlastně ani nepotřebujeme. Takže teď se dokonce s přáteli předháníme v tom, kdo co nemá (smích).“ (paní Sedmičková)

Takže jsem se odnaučila dávat si vanu. Dřív jsem si dávala vanu každéj den a vůbec mi to nepřišlo blbé. To je taková věc, kde člověk může ustoupit ze svého komfortu. (slečna Dvojková)

V rozhovorech se dále mísila témata odpoutávání se od materiálního světa a zároveň silné pouto k věcem, které si člověk rozhodne ponechat. Dalo by se to charakterizovat jako jakýsi druh věrnosti k věcem, které jsou v jejich vlastnictví. Respondenti tak dozrávají do fáze, kdy naplňují známou větu, že s méně věcmi lze objevit bohatší svět.

„Přijde mi, že si ty věci, co mám, víc užívám. Snažím se soustředit na to, abych okolo sebe prostě neměla ty věci, ale spíš se soustřeďuju na ty zážitky a nemateriálně. A tím, že se prostě odpoutávám od věcí, ať už je to plastový něco nebo i Zero waste věc, prostě cokoli. Spíš mi to dalo to, že jsem přestala investovat do věcí a investuju do toho, abych něco zažila a byla s přáteli a rodinou, než v nákupáku a honila se za slevama.“ (slečna Dvojková)

„Do budoucna bych chtěla malý baráček s málo věcmi, už jenom proto, že já mám ty svoje věci ráda. Já jsem paradoxně materialista. Já ty věci mám ráda a každý věci dávám svou pozornost.“ (slečna Trojková)

5.7 Sebepoznání a seberozvoj

Se změnou myšlení a snahou mít co nejmenší odpad, jde v ruku v ruce nutná dávka sebepoznání. Jestliže člověk nakupuje podle výše zmíněných pravidel, musí si být více méně jistý tím, co doopravdy chce. Příkladem nám může být oblečení. Respondenti se mi svěřili, že jim trvalo poměrně dlouho, než našli svůj styl a vyhnuli se tak špatnému výběru a nepodléhali dalším módním trendům. Zero waste navíc vyžaduje ve své podstatě rozvoj kreativity, protože v jeho základní myšlence je využívat věci na maximum. Toto využívání věcí do posledního dechu mi pan Pětka vysvětlil následovně: *„Prostě když to nemůžeš využít už v kuchyni, tak to vezmeš a použiješ na stavbě. Já bych řekl, že všechno můžeš používat do úplného maxima, dokud se ti to nerozpadne v rukách nebo to nemusíš mít vůbec a nahradit to něčím, co už máš, prostě se jen zamyslet. Je to jen o tom, jak moc je člověk pohodlný.“*

Zero waste není pouze o nakupování případně nenakupování. Jedná se o rozvíjení znalostí, schopností a dovedností ve všech běžných oblastech života. Ať už třeba zmiňované oblečení a péče o něj: *„Jo a o oblečení jsem se dřív neuměla starat. Teď se snažím to špinavý oblečení hned řešit. Buď ho vyvětrat, nebo třeba oprát jen lokální skvrnku. To pak člověk míň pere a ve výsledku zas ušetří vodu a peníze.“*(paní Jedničková), nebo třeba v oblasti vaření. Někteří z mých respondentů jsou zapojeni do tzv. KPZ⁶ neboli komunitou podporované zemědělství. Toto zemědělství je založeno na smluvním vztahu farmáře, který se zavazuje produkovat, a zákazníků, kteří přislíbili odebírat tzv. Farmářské bedýnky. V závislosti na sezoně a úrodě farmář následně přichystá bedýnky. Zákazník tedy dopředu neví, co v nich bude.

„Je to pro mě pořád výzva. On tam dává hodně mangoldu. Já dřív netušila vůbec co to je. To jsou takový obrovský listy, ono je to jak špenát dejme tomu. Navařím to na styl špenátu a pak kolikrát nevím, co s tím mangoldem, tak musím studovat další a další recepty.“ (paní Jedničková)

⁶ Podrobně je systém Komunitou podporovaného zemědělství vysvětlen zde: <https://kpzinfo.cz/>

V rozhovorech navíc často kladli důraz na neustálé vzdělávání se v ekologické problematice.

„Zero waste člověk nemůže být zabředlej v jednom, musí přijímat informace ze všech stran.“ (slečna Třojková)

Důležitost vzdělávání uváděli především v závislosti na studiích, týkající se nutnosti balení jídla do plastu kvůli délce trvanlivosti. To jim do života opět přináší rozporuplnost a v případě paní Čtyřkové i pocit viny, neboť si uvědomuje sílu nákupních rozhodnutí velké skupiny lidí (na této myšlence je Zero waste založeno), která může mít v tomto případě negativní důsledek.

„Jako kupovat si okurky v zimě, není úplně Zero waste, ale holkám je prostě koupím. A taky to vnímám tak, že nechci kupovat okurku v obalu, protože je to zbytečnej obal. Ale ono se to zas hrozně rychle kazí. Takže teď jsem z toho taková rozpolcená. Ono je řešení nekupovat okurky v zimě. A jako oni to nebalijou kvůli nám zákazníkům a jestli třetinu vyhodí, tak je to dost špatně.“ (paní Čtyřková)

5.8 Důvěra a přátelství

Vybudování si obchodního vztahu, založeném na důvěře, je dalším z klíčových pilířů, který lze v Zero waste životním stylu vysledovat. Hledání a posléze práce na těchto vztazích se v souvislosti Zero waste jako trendu, stává stále obtížnější disciplínou. Na jednu stranu přibylo možností, jak nakoupit bez odpadu, na druhou stranu také přibylo lidí, kteří vidí v Zero waste pouze obchodní příležitost a chtějí se na těchto myšlenkách přiživit. V této souvislosti jsem vysledovala snahu nezůstávat ve vztahu pouze u placení účtenky za bezobalový nákup, ale tendenci poznat prodejce jako osobu, která myšlenkou, kterou prodává, opravdu také žije. Tuto snahu jít pomyslně „za“ jsem vnímala jako další krok na Zero waste cestě, neboť prvotní orientace je pro nově příchozího Zero waste člena už tak dost obtížná.

Můžeme namítnout, že je přeci úžasné, jak se myšlenky Zero waste šíří a s jakou oblibou jsou otevírány nové Zero waste obchody. Ano, to je velké plus, ale Zero waste je mimo jiné také o komunitě a vzájemném podporování v tomto životním stylu.

„Pro mě je bezodpadovost životní cesta, prostě to, že tím žiješ. A když to tak nežiješ, tak mi to přijde jako švindl na zákazníky. A ti majitelé ve Zlíně prostě tím žijí. A oni shání kvalitní, regionální a etický původ. Takže je to pro mě hlavně o důvěře. Já vím, že co si nakoupím ve Zlíně od manželů Poppeových, to je čistý původ.“ (paní Čtyřková)

„Celkově to Zero waste, přijde mi, že je to i hodně o důvěře. Prostě když sleduješ holku na té a té platformě a víš o ní, že hejtuje papírový knížky a prostě, že to není v souladu se Zero waste a teď se najednou dozvíš, že jí vyšla knížka o Zero waste, kterých je najednou prostě mraky. Tak si řekneš, že to jako není úplně v pořádku.“ (slečna Dvojková)

„Když se člověk obklopí tou komunitou a těma obchůdkama, tak tam pak chodí rád. A to je další plus, prodavači ... to nejsou jako prodavači, ale vznikne tam osobní vztah, takže ti doporučí. A kamarád kamarádovi prostě nedoporučí nějakou špatnou věc. Takže záleží hodně i na důvěře.“ (slečna Trojková)

Důvěra a přátelství byla očividná také tehdy, když respondenti hovořili o prodavačích a farmářích, od kterých odebírají zboží. Vždy je znali jménem a užívali velmi často přivlastňovací zájmena.

„Jojo, takhle v létě ještě bereme farmářský bedýnky. To máme zas od farmáře našeho – Adama Možného. On dokonce nabízí, že si k němu člověk může přijít ten svůj nákup odpracovat.“ (paní Jedničková)

Paní Šestková dokonce v rámci propagování Zero waste spolupracuje přímo s farmáři a vysvětluje jim výhody Zero waste fungování. Farmáře dále zve například na swapy, kde mají možnost dát o sobě vědět a navázat tak kontakt s celou komunitou Zero waste lidí.

„Taky jsme pozvali třeba paní farmářku Valigovou z Cetechovic, která tady prodává mléčné výrobky a je ochotná prodávat bezobalově. Ona tak dřív vůbec nefungovala, ale

byla ochotná to akceptovat a teď jí to i víc vyhovuje, protože nemusí kupovat tolik toho zboží na balení.“

5.9 Sdílení v komunitě

V rámci Zero waste životního stylu je, jak už bylo zmiňováno v souvislosti s důvěrou při nákupu, nepostradatelná komunita lidí, jež pojí stejné přesvědčení. Právě díky tomuto komunitnímu sdílení se Zero waste lidem lépe žije, neboť mají snadnější přístup k informacím a především mají oporu v sobě navzájem.

„Ta komunita dává takovou sílu a člověk se necítí sám. My máme skvělý okolí, který nás v tom podpoří a řeknou jo, super, uděláme to tak.“ (slečna Šestková)

„Já mám to štěstí, že jsem si vybudovala komunitu lidí a my to sdílíme spolu. To se na sebe nabalí. Jak ostatní říkají, jedna kapka v moři, tak ne, já nejsem.“ (paní Čtyřková)

Svou dovedností ať už v šití, pečení, zavařování, vyrábění kosmetiky, atd. se pak snaží přispět do komunity a fungovat v rámci barterového obchodu.

„Teďka se mi líbí pracovat s tou komunitou a barterem, jakože fakt ta směna. Každý něco vyrobí a pak si to vyměníme. A třeba náklady si doplatíme, ale jinak si takhle vyměňujeme čas. ... Prostě mám nějakou dovednost, kterou můžu přispět komunitě zase já.“ (paní Jedničková)

Jak už jsem zmiňovala výše, mimo malé či velké Zero waste komunity lidí potkávajících se osobně, existuje také velká online Zero waste komunita lidí aktivně či pasivně sdílejících jejich Zero waste život. Všichni mí respondenti, jak už ze způsobu výběru vyplývá, jsou členy některé z online ZW komunit. Členy jsou nebo byli i respondenti, již byli osloveni napřímo. Z rozhovorů však vyplynulo, že v online Zero waste komunitě lidí se necítí zcela komfortně a buď již tento prostor opustili, nebo mají v plánu to udělat a zaměřit se na posilování vztahů face to face. V online prostoru jim vadí

především skutečnost, že lidé na sebe útočí a shazují se, místo toho, aby se podporovali a asertivně vysvětlili svůj názor. K otázce online komunity se vyjadřovali takto:

„No když jsem se Zero waste začínala, tak to bylo super na tu prvotní orientaci. No ale pak jak už jsem víc věděla, o co jde a občas si četla diskuze pod příspěvkama, tak to už se mi tam nelíbilo, taková neláska nebo jak to říct a osočování. Přitom, jak se říká, každá snaha se počítá, a není potřeba hned někoho hejtovat. Takže už na té skupině nejsem a jak říkám, víc se snažím budovat si okolo sebe tu komunitu, se kterou se potkávám osobně.“ (paní Jedničková)

„Já úplně nemám ráda ty skupiny na fb. Já jsem ve všech členem, ale strašně nevolám to moralizování. Takový to: „ty nemáš tohle a ty používáš tohle místo tohohle“ to si prostě nemyslím, že by to takhle mělo fungovat.“ (slečna Dvojková)

Z mého sledování online života Zero waste lidí, jsem vypožorovala, že zde vládne velký nesoulad týkající se především dvou témat. Prvním z nich je **veganství/vegetariánství** a druhé **letecká doprava**. Pojídání masa a živočišných produktů z pohledu Zero waste života je dokonce natolik ožehavé téma, že někteří správci facebookových stránek zakázali toto téma vytahovat na povrch pod pohružkou vyloučení ze skupiny. Tomuto tématu vyhrazení speciální prostor jen u některých příspěvků.

5.10 Víra a spiritualita

Pouze jedna z respondentek uvedla, že pochází z velmi konzervativního katolického prostředí a i po založení vlastní rodiny jsou s manželem stále hluboce věřící. Její výpověď má v sobě však velmi zajímavou myšlenku.

„... teď v tom takovém alternativním světě lidí, co na sobě nějak pracují a není jim jedno to životní prostředí nebo výchova dětí, mi kolikrát přijde, že jsme si snad i blíží. Prostě myšlenkama i takovou tou vírou, než třeba s lidma z kostela. Tam mi to kolikrát

přijde zvykový, tradiční a že tam není v tom taková ta podstata, že si za něčím jdou. (paní Jedničková)

Sám papež František ve své encyklice *Laudato si* (2018) věnované životnímu prostředí vyzývá de facto k ekologické konverzi a ekologické spiritualitě. Tudíž by se dalo předpokládat, že věřící lidé budou mít k ekologii vřelý vztah. S výpovědi paní Jedničkové se tato hypotéza příliš neztotožňuje.

„Třeba já jsem teď na farních dožínkách založila i zvlášť koš na plast a vydrželo to asi tak deset minut a pak to zrušili, že je to jako nepraktický. Tak to mě hodně udivilo. Prostě farnost, věřící lidi a je jim to jedno.“ (paní Jedničková)

Na ekologické otázky reagují nejen staletými prověřená náboženství, ale také ty novější, jako je například Neopaganismus. Nikdo, kromě paní Jedničkové, se k žádnému jinému náboženství či náboženskému hnutí nehlásil, avšak určité prvky spirituality v souvislosti s přírodou lze nalézt i u nich. Zajímavé bylo také používání slova hřích v souvislosti s porušováním Zero waste zásad.

„Já to prostě neberu tak, že člověk stojí na vrcholu a pod ním jsou ti jiní tvorové. Já to beru prostě tak, že když se tady mám hezky já, tak chci, aby se tady měli hezky zvířátka úplně všude, ať už lítaj, plavou nebo běhají. Já vlastně lidi ani moc neberu a říkám si, že ti tvorové jsou pro mě důležitější. Jednak tady byli dřív a většinou jsme to my, kdo jim ubližuje a oni jsou v tom nevině. A ta příroda nám dává úplně všechno a bez té planety a toho všeho úžasnýho, co nám dovoluje dělat, bychom tady nikdo nebyli.“ (pan Pětka)

„Příroda je všechno kolem nás. A lidi si neuvědomují, že když si koupí papírovou tašku, tak se kácí pralesy a je dezertifikace, zanikají biologický druhy a člověk si neuvědomuje, že to má takovej dopad. Příroda je dokonalá a my ji musíme chránit.“ (slečna Trojková)

„Já mám ráda přírodu asi i víc než lidi. To se mi tak zdá, že člověk snad do přírody ani nepatří, podle toho jak se chová. Tak my jsme asi nějaký druh, kterej tady snad ani neměl být, když všechno likvidujeme. Jako co my děláme pro tu přírodu pozitivního, jak my ji chráníme, jak my ji pomáháme, nebo jak si ji aspoň vážíme?! To se mi fakt chce brečet u stromů, jak je mi jich líto.“ (Paní Sedmičková)

Tuto lásku k přírodě a ke světu někteří respondenti u sebe reflektovali jako vrozenou jinakost, vyplývající z jejich přirozenosti. Definovali to jako něco, co je zakódováno hluboko v jejich osobnosti. Tuto vrozenou „jinakost“ pojící se na ekologické chování reflektovali následovně.

„... no, když to řeknu takhle, tak si myslím, že jsem jako spíš taková náchylná na takový to morální, prostě jak tady zachránit svět.“ (paní Jedničková)

„Ve mně to bylo asi vždycky. Měla jsem vždycky hodně blízko k přírodě. Všichni se hrnuli do města a já ne, já chci žít na vesnici ... prostě ten cit k přírodě.“ (slečna Šestková)

„No, já jsem nějak odjakživa jiná a hlavně už jako malá jsem měla k přírodě blízko.“ (paní Čtyřková)

5.11 Návrat k řemeslu aneb vyrob si sám

Jako charakteristický rys Zero waste lidí se jeví snaha obstarat si věci vlastnoručně. Není se čemu divit, neboť krok vyrob si sám (made) je obsažen i v nákupní hierarchii.

Všichni respondenti se zmiňovali, že doma buď aktivně zavařují, vyrábí kosmetiku a čisticí prostředky, šijí nebo se dokonce snaží o všechny zmiňované činnosti a ještě víc. Jako charakteristický druh vlastnictví se jeví šicí stroj. Čtyři respondentky uvedly, že aktivně šijí. U starších dvou žen mě to nikterak nepřekvapilo, neboť mám od své babičky zakořeněnou představu, že šicí stroj byl součástí výbavy každé správně hospodyňky. U dvou mladších (27 a 20 let) vlastnění šicího stroje lze hodnotit spíše jako raritu, avšak toto tvrzení nemám potvrzeno žádnými daty a vycházím pouze ze své osobní zkušenosti.

Textilní průmysl je jeden z nejproblematičtějších v otázce tvorby odpadu. Proto zamysleme-li se opravdu do detailu, šití běžným způsobem

produkuje s trochou nadsázky zase jen odpad, neboť oblečením jsme zahlcení. Typická je tedy snaha o abcyklaci, neboli přešívání oblečení, které již existuje. Abcyklací starého oblečení se kusu, který neměl již skoro žádnou hodnotu, dává hodnota vyšší a dostává se tak znova do koloběhu bez nutnosti recyklace.

„Já třeba jak šiju ty různý Zero waste věci. Tak manžel mi říká: a nechceš šít tohle a tohle, po tom bys měla poptávku. Ale mně se to prostě s tím Zero waste nepotkává. Prostě já vím, že bych si tím mohla vydělávat, ale mě to netěší, protože bych jakoby zpronevěřila sebe samu. Že bych zradila sama svoje myšlení. Já tohle to šiju, protože to sama používám a jsem s tím spokojená a já si za tím výrobkem stojím a ne, já to šiju, protože je to hezký a módní, ale vyrobila jsem další bordel na planetu. Takže hodně se snažím i abcyklovat, ale je to i dost tenkej led v rámci nějakých předpisů a kontrol. Nebo jako šiju z nových látek, ale to si seženu od jiných švadlen prostřihy nebo nějaký jejich zbytky“ (Paní Čtyřková).

V případě paní Čtyřkové se šití soustřeďuje pouze na opravy oblečení, abcyklaci nebo šití Zero waste pomůcek, které následně prodává (pytlíky na potraviny, dámské vložky, odličovací tamponky...). U paní Jedničkové lze sledovat, že svoji preferenci abcyklace a přešívání starého upozaduje v případech, že šití nového (tedy odpadová činnost) v makroměřítku může mít na tvorbu odpadu velký dopad. Dostává se však, dalo by se říct, do morálního rozporu a dlouhou dobu mi „obhajovala“ své nelehké rozhodnutí. Rozhodla se podpořit projekt týkající se mýtu spojených s kojením a našít pro organizaci kojící trička. Do morálního rozporu se dostala tedy rovnou dvakrát. Poprvé v případě nových látek a po druhé s volbou jednorázových plen pro svou dceru, které z časových důvodů zvolila.

„A teď vlastně to kojení versus umělá výživa, což kojení je určitě ekologičtější a odhalování těch mýtů by ženám mohlo jakoby hodně pomoci, aby nežily ve strachu, aby nekupovaly umělý mlíko a odsávačky, prostě plastový komponenty, ale jsou tam ty jednorázové plínky, který kvůli tomu vybírám, protože nestíhám. A teď jakoby ten dopad, že já umím šít a můžu pomoci takhle tomu projektu, té osvětě, ale já zas v tom mém mikroměřítku slevím ze svých zásad v tomhlestom.“ (Paní Jedničková)

Do středu pozornosti se u Zero waste lidí, kteří neumí, nechtějí nebo nemají dostatek času šít, péct, zkrátka tvořit, dostávají čeští producenti potravin, umělci a návrháři.

5.12 Hledání rovnováhy

Žít život podle Zero waste v dnešním světě není pro mé respondenty jednoduché. Jelikož být na nule s odpadem je navíc v těchto podmínkách nedosažitelný cíl, dostávají nebo dostávali sami sebe pod tlak.

„Můžu být na sebe naštvaná, že jsem neodolala a koupila jsem si něco v obalu, nebo prostě můžu udělat jiný věci správně a tím inspirovat jiný lidi a tím předejdu dalšímu odpadu. Měla jsem tendence, kdy jsem si říkala, že přece tohle nemůžu dělat, protože to není Zero waste. Ale to jsem si říkala, že potom nebudu šťastná. Nemůžu to dělat na úkor toho, protože to bych raději přestala se vším.“ (paní Čtyřková)

Prostě Zero waste musí být i takovej balanc. Ne že budu chodit ve starých ošuntělých hadrách, jen abych si nic novýho nepořídila. Ale když už si něco koupit, tak mít fakt pádněj argument, proč jsem si to koupila. (slečna Trojková)

„my prostě svět nespasíme a prostě musíme to dělat jen v rámci svých možností a nemít prostě moc to očekávání i u ostatních, protože snadno pak vyhoříš.“ (paní Sedmičková)

„Šlo by toho dělat strašně moc, ale už si jako vybírám, do čeho jako jít s vlastní energií a v čem si vypomoct tou komunitou, aby zbyla kapacita na ty děti, obdobíčka vzdoru a podobně. A tak se snažím najít takovou tu rovnováhu, abych nebyla naštvaná, abych to dělala, protože to mám ráda, protože to chci dělat, protože vidím, že to má efekt a vždycky si tu laťku nastavit výš, aby se bylo kam posouvat. Je to těžký a taky je těžký najít, v čem je ten dopad jako největší. Ideálně jak je to pravidlo 20 % mojí nějaký energie a udělá to 80 %.“ (paní Jedničková)

Prostě tak to vnímám já, že není potřeba, aby Zero waste všichni dělali dokonale, ale aby nás bylo co nejvíc. (slečna Dvojková)

Jak zmiňovala slečna Dvojková, hlavní myšlenka Zero waste šířící se online světem je znázorněná následujícími fotografiemi. Tyto fotografie celkově tvoří poselství „*We don't need a handful of people doing Zero waste perfectly. We need millions of people doing it imperfectly*“, které lze přeložit jako: „*Nepotřebujeme hrst lidí praktikujících Zero waste dokonale. Potřebujeme miliony lidí, kteří ho praktikují nedokonale.*“ V těchto dvou větách pravděpodobně lidé hledají útěchu a motivaci pokračovat dál, ačkoliv třeba nedokonale, v životě Zero waste.



Obrázek 4: Motivace

Zdroj:Random acts of green, ©2019

5.13 Zero waste jako trend

Obchodní řetězce začínají reagovat na sílící poptávku po nebaleném zboží. Ze Zero waste se pomalu ale jistě stává módní trend. Být Zero waste je in, zní to dobře a na sociálních sítích člověk sklízí obdiv. V rozhovorech jsme často naráželi na rozdíly, které mezi Zero waste lidmi panují a které sami respondenti artikulovali.

„„Ona vyplula ta informace, že plast je špatně, ale člověk už si nenačetl to B. Ale co se nedá zpeněžit, to se hůř šíří, ale jde hlavně o to, vidět tu problematiku komplexně. Hodně lidí to dělá třeba jen proto, že je to novodobý trend a to mě hrozně vytáčí, protože to není upřímný... (slečna Trojková)

„..., ale je to správný trend, lepší, než kdyby to byl opak. Zás se ale ti, co to dělají, protože je to in, se pak snadno nachytají na tu myšlenku Zero waste a koupí nějakou blbost.“ (slečna Šestková)

„Zero waste říká- nekupuj blbosti, nekupuj nic, co opravdu nepotřebuješ. No a ta zjednodušující myšlenka nekupuj si plast, kup si tohle, tohle, tohle...to se šíří dobře, ale to gró už pokulhává.“ (paní Čtyřková)

Na základě mého pozorování online Zero waste života a následně v rozhovoru s mými respondenty, se mi potvrdila domněnka, týkající se otázky stále větší popularity Zero waste. Členy Zero waste komunity jsem roztřídila do třech typů. Tato klasifikace je značně zjednodušující, protože vystihuje pouze hlavní rysy.

- **Radikální Zero waste**

Tito lidé zvládají podle svých slov naplnit pouze jednu zavařovací sklenici odpadu za rok. Mezi tyto radikály můžeme zařadit hlavní představitelku Beu Johnson a případně další blogerky ze zahraničí. S těmito lidmi jsem se v průběhu svého výzkumu osobně nesešla. Rovněž na české internetové scéně jsem nenarazila na nikoho, kdo by toto o sobě tvrdil. Pochybnosti o těchto lidech ve mně vyvolává především fakt, že nikde nedeclarují, jak velký podíl odpadu vytrídí a co přesně pod pojem odpad zahrnují. I mí respondenti tvrdili, že nikoho takového neznají osobně a vynášeli pochybnosti o tom, zda je toto opravdu reálné.

- **Střídmí Zero waste**

Lidé ve střední kategorii se snaží o redukci odpadu co nejvíce, dle svých možností (viz hledání rovnováhy). Tento typ lidí se zajímá o odpady v širších souvislostech, nikoli pouze o odpad, který skončí v odpadkovém koši. Snaží se minimalizovat i neviditelný odpad. Zero waste v jejich podání souvisí s uvědomělou skromností. Snaží se naleznout rozumnou míru spotřeby a můžeme hovořit také o zodpovědnějším konzumerismu, neboť zvažují mimo jiné také etickou stránku výroby.

Jak jsem psala výše, nikomu se doposud nepodařilo stanovit, co je rozumná hranice konzumu. Každý má tak prozatím pouze svoji vnitřní hranici optimální míry. Zvolila jsem slova „rozumná míra spotřeby“, ale jelikož nic jako rozumné či nerozumné exaktně dané není, míním pod tímto termínem spíše hranici, jež je nižší, než na kterou byli tito lidé zvyklí před proměnou životního stylu.

- **Konzumní Zero waste (mainstreamové)**

Do této skupiny lidí spadají ti, jež k myšlenkám Zero waste nahlížíjí pouze z marketingového pohledu. Jejich pochopení Zero waste zůstává na povrchu. Chovají se pořád stejně konzumně, bez celkové změny myšlení a životního stylu. Pouze vyměnili (plastový) produkt za jiný (dřevěný, skleněný, kovový). Jejich chápání odpadové problematiky se pohybuje pouze v rovině plast = zlo.

5.14 Výhody a nevýhody

V otázce výhod a nevýhod mí respondenti nebyli zcela za jedno. Někteří naprosto odmítali, že by Zero waste mohlo mít nějaké nevýhody, ten zbytek se jednoznačně shodl na tom, že nevýhodou je fakt, že člověk musí

pořád plánovat a být připraven ať už na nákupy nebo na situace, které by mu do jeho života mohly přinést nečekaný odpad.

„Má to pro mě asi jen plusy a nevidím v tom negativa. Až na to, že je člověk omezenější v tom, že když něco chce a nemá s sebou ty propriety, tak si to raději rozmyslí, což je vlastně i dobře, protože se člověk stane i minimalistou a uvědomí si, že k tomu životu potřebuje paradoxně mnohem méně věcí, než na kolik byl zvyklý.“ (slečna Trojková)

Toto omezení však nejvíce pociťovali na začátku své Zero waste cesty, kdy neměli ještě dostatečně osvojené návyky. Také se zmiňovali o tom, že ze začátku bylo pro ně Zero waste časově náročné, protože nevěděli, kde a co mají nakoupit, ale pouze do té doby, než si našli svoji síť farmářů a obchodníků. Po delším čase takového života naopak Zero waste hodnotí jako obrovskou časovou úsporu. Čas šetří především díky úbytku věcí, kterým dřív museli věnovat chtě nechtě pozornost.

Odpověď na finanční výhodnosti tohoto životního stylu je nejasná. Podle Bey Johnson se Zero waste životním stylem lidé jednoznačně šetří, avšak ne všichni mí respondenti se na tomto bodu shodují. Podle selského rozumu by potraviny nakoupené bez obalu měly být levnější, neboť producent ušetřil čas, materiál a energii na balení produktu. Také produkty lokálního původu by měly být z této perspektivy levnější, neboť obchodník ušetří na transportu z dalekých krajin. Vezmeme-li však v úvahu, že bezobalové potraviny prodávají ve většině případů maloobchodníci a jedná se o kvalitní produkty často v biokvalitě, cena je zákonitě vyšší než při nakupování ve slevách v supermarketu. Z výpovědí vyplývá, že vyšší cena produktů mé respondenty nabádá k tomu, aby jídlo opravdu spotřebovali, tudíž po této stránce k úspoře nakonec přeci jen dochází. Jídlo je sice dražší, než běžně v supermarketu, avšak peníze ušetří na energiích a věcech, které si nekoupí, protože je nepotřebují nebo si je seženou zdarma či za minimální cenu. Potenciálně by díky zdravější stravě a eliminaci toxických látek v domácnosti mohli ušetřit i za výdaje na případnou léčbu. Každopádně

pravděpodobně nikdo se k Zero waste hnutí nepřidává z EKOnomických důvodů ale především z těch EKOlógických.

„Když jsou ti ty odpady jedno, tak nemusíš vědomě plánovat, ale taky podstatně víc utrácíš. Takže i když kupuješ dražší věci, který jsou pro tebe přijatelný, tak ty nenakupuješ zbytečně. Já jsem tím ušetřila hrozně moc peněz.“ (paní Čtyřková)

„Jako já hodně často čtu, že to není finančně náročnější. Ale jak se to vezme. Není to finančně náročný, když člověk začne opravdu žít tou skromností a opravdu nad vším přemýšlí.“ (paní Sedmičková)

„Hodně věcí jsem si schopná vyprodukovat u našich na zahrádce nebo vzít od babičky a z toho navařit a z toho Bezobáláče potřebovat už jen takový zásoby základních potravin – luštěnin a tak. Takže už vidím, že je to opravdu finanční úspora a že z toho navařit jde.“ (paní Jedničková)

„Hlavně my nemáme ani to srovnání, protože jsme vlastně začali hned žít takhle, co jsme se nastěhovali do vlastního bydlení. Ono je tam spousta kritérií, co člověk musí zvažovat. Třeba takový splachování, to my na sebe vždycky zařveme, že ať nesplachuje, že jdu taky. Takže člověk šetří třeba i takhle.“

6. Odpovědi na výzkumné otázky

V první otázce jsem si kladla za cíl zjistit, jak si mí respondenti definují Zero waste životní styl, jaké asociace se jim s tímto pojmem pojí a co pro ně ZW znamená. Vnímání tohoto životního stylu je velmi individuální a variabilitu životního stylu ZW dokazují jak nejednotné definice u medailonků respondentů, tak de facto celá analytická část. Ačkoliv Zero waste lidé nežijí podle striktních pravidel, jejich pohled na svět je v mnoha ohledech totožný. Liší se však v míře, do jaké jsou schopní/ochotní vyjít ze své komfortní zóny k naplnění idey Zero waste a strategiích, které k tomu využívají.

Druhá výzkumná otázka pátrala po motivacích, které mé respondenty přivedly na změnu životního stylu a které jsou pro ně hnacím motorem k tomu, aby na této cestě vytrvali. Jako prvotní motivaci respondenti uváděli především strach o budoucnost, dále lásku k přírodě a určité morální nastavení, které jim po uvědomění si současné situace „nedovoluje“ žít jinak. Jako další motivaci lze označit úsporu peněz, kterou však z žádných respondentů neshledával jako primární.

Třetí výzkumná otázka se zabývala konkrétními změnami, které respondenti učinili ve svém životě. Kromě změny ve způsobu nakupování, preferencích vybíraného zboží a navštěvovaných obchodů, zmiňovali také přechod na minimalistickou domácnost či naučení se novým dovednostem.

Poslední otázka pátrala po výhodách a nevýhodách tohoto životního stylu. V odpovědích se objevovaly jak klady, tak zápory, avšak klady téměř v absolutní většině převažovaly. Jako benefit respondenti zmiňovali pocit štěstí, radost z komunitního sdílení, péči o zdraví, sebepoznání a seberozvoj. Jako nevýhodu zmiňovali nutnost být neustále připraven na situace, které by mohly přinést do jejich života nežádoucí odpad. Jako další nevýhodu spatřují

ve „výčitkách svědomí“, když člověk na této cestě klopýtne. Na finanční výhodnosti tohoto životního stylu se mí respondenti neshodli.

7. Limity výzkumu

Mou autostylizaci a snahu o ztotožnění se s obecně sdílenými hodnotami Zero waste, které se k takto prováděným rozhovorům váží, nemohu vyloučit. Do určité míry však výpovědi mých respondentů byly verifikovány přímým pozorováním ve dvou domácnostech. Konkrétně jsem navštívila domácnost paní Jedničkové a paní Čtyřkové. Obě domácnosti byly minimalisticky laděny ať už co se týče množství nábytku, dětských hraček či oblečení. Viděla jsem třídící systém na odpadky, kterým se nepodařilo vyhnout, vermikompostery, způsob ukládání potravin, po domácku vyráběnou drogerii atd. Ti, se kterými jsem se potkala v kavárně a neměla možnost nahlédnout do jejich domácnosti, potvrzovali výpověď svým vzhledem. Měla jsem možnost potkat dvě kategorie lidí, kteří nad svým oblečením uvažovali v duchu Zero waste, ale přesto zcela odlišně. Na svém oblečení mi prezentovali svůj postoj. Část mých respondentů vypadala na první pohled „alternativně“. Na oblečení bylo vidět, že je staršího data ale zachovalé, čehož si mí respondenti vysoce cenili. Tuto kategorii lidí nejlépe vystihuje vyjádření pana Pětky: *„... prostě slow fashion. Ze sekáče, od dědy, no prostě já rád říkám, že nosím oblečení, ve kterým někdo možná umřel. Prostě mně se líbí ten příběh toho, že už to někdo nosil a já tomu dám šanci žít dál, prožít se mnou zas nějaký dobrodružství pro ty šaty a prostě dokud se nerozpadnou, tak budou mít někoho, kdo je bude nosit, bude je mít rád, budou ho hrát. A to mě na tom baví. Já prostě vůbec neřeším, jaká je to značka nebo tak. Spíš mi udělá radost, když je to někde z toho sekáče a vypadá to fakt hezky a je to třeba od nějaké firmy, která už dávno nevyrábí, nejlíp česká. Že prostě tomu dáš další příběh. To mě na tom motivuje.“*

Druhou kategorii vystihuje vyjádření slečny Trojkové: *„to, že žiju podle Zero waste neznamená, že musím chodit v ošuntělém oblečení. Já si zakládám na tom, že vypadám v oblečení fakt dobře a přitom je to oblečení, který jsem buď podědila třeba*

po švagrové, nebo pořídila na swapu nebo v sekáči a případně ho nějak upravila. Prostě člověk musí mít cit a umět to kombinovat.“

Na příkladu odívání jde krásně vidět, jak různě mohou být Zero waste myšlenky naplňovány. Navíc mi bylo dovoleno pořídít fotografie domácností a ti respondenti, u nichž jsem doma nebyla, tak s velkým nadšením přislíbili, že mi vyfotí věci, o kterých hovořili. Fotografie jsou k nahlédnutí v závěru diplomové práce.

8. Diskuze

Když jsem pročetla komentáře u příspěvků na Zero waste stránkách, vkradla se mi na mysl otázka, jestli se opravdu chtějí tito lidé chovat co nejšetrněji k přírodě, nebo jim jde jen o omezení viditelného odpadu. Redukovat odpad je dozajista bohulibý záměr, vůči kterému by námitky vznášel málokdo. Ačkoliv to na první pohled nevypadá, mezi redukcí viditelného odpadu a tím nejlepším pro přírodu nemusí být vždy rovnítko. Změny přinášejí důsledky, mnohdy i ty nezamýšlené, které se projeví v překvapivé podobě třeba až za delší čas. Se Zero waste, jak už jsem psala výše, přišla jako nezamýšlený důsledek averze vůči plastru. V diskuzi se ale mnohdy nerozlišuje mezi jednorázovým plasem a plastem, který může být ku prospěchu mnoho let. Další problém shledávám v tom, že se neuvažuje nad celým výrobním cyklem, kdy ve výsledku může být paradoxně ekologičtější variantou igelitová taška několikrát použitá než ta papírová s nápisem „šetřím životní prostředí“, která se protrhla cestou domů. Environmentálním dopadem jednotlivých výrobků, technologií a služeb se již několik let zabývá Vladimír Kočí (2009), jehož závěry jsou v některých případech více než překvapivé a selskému rozumu odporující.

Nerada bych křivdila Zero waste lídrům, kteří jsou v tomto případě blogerky / blogeři, a správci facebookových nebo instagramových účtů, proto musím zmínit, že se vědecký pohled snaží vnést mezi laiky a nabízejí odborné práce k prostudování. Otázkou však zůstává, nakolik jsou tyto informace atraktivní, když se pod nimi neskrývá možnost vyfotit se s novým produktem, který by světu ukázal, jak moc Zero waste člověk „je“.

Ze Zero waste se stal módní trend, což je na jednu stranu dobře, protože se ekologickými otázkami začalo zabývat víc lidí. Pak je tu ale problém, že ne všichni jsou natolik zběhlí v environmentálních otázkách, aby si zasadili informace o znečištění planety do širších souvislostí. Trend tak

nejen přináší mezi lidi diskuzi o ekologii, ale zároveň poptávku po NOVÉM specifickém zboží, což je paradoxně to, proti čemu Zero waste ve své čisté podobě bojuje.

Navíc jak bylo již zmíněno, boj proti konzumu přináší další konzum, což je další ambivalentní rys Zero waste životního stylu. A tak paradoxně k rozšíření Zero waste myšlenek se zdá být nepřítel-konzum nepostradatelným pomocníkem. Mohlo by se zdát, že propagátoři zcela nesebekriticky tvoří další konzum, což by dozajista stálo za bližší prozkoumání. Bea Johnson si však své konzumní tvorby vědomá je a nabádá nikoli ke koupi, ale k vypůjčení. Díky této výzvě jsem se k myšlence Zero waste dostala i já. Jedna z Beyných fanynek a má známá nabídla svou knihu k zapůjčení prostřednictvím statusu na Facebooku. U jiných propagátorů nemám informace, jak s touto skutečností operují.

Je to ambivalentní. Na jedné straně skutečnost, že ani šíření Zero waste myšlenek se neobejde bez odpadu a vypotřebování zdrojů a na druhé straně možný užitek, který v makro měřítku toto „plýtvání“ může mít. A tak když se Zero waste knihy posílají poštou zabalené v plastové folii, bublinkové folii a v krabici přelepené klasickou lepicí páskou a samozřejmě i s letákem na další zajímavé knihy, Zero waste člověk si nad touto skutečností pravděpodobně jen povzdechne a mávne rukou.

Budeme-li nahlížet na Zero waste jako na projekt, který má bojovat proti konzumu, tak v této souvislosti musím být spíše kritická, neboť z ekonomického hlediska tato snaha nemá pravděpodobně žádný dopad. Pokud bychom spotřebu opravdu chtěli omezit, jediný způsob je omezit svůj příspěvek k výrobě - tedy pracovat méně a mít méně peněz. Pokud totiž něco nekoupíme a ušetřené peníze uložíme do banky, banka peníze půjčí někomu jinému, kdo je opět utratí (Healt a Potter, 2012, s. 117).

Jako další bod, který stojí k zamyšlení je skutečnost, že v jádru Zero waste myšlenek je de facto sebedestruktivní potenciál. Vezmeme-li v úvahu,

že pokud by se to, co Zero waste lídři hlásají, o čem píší knihy, pořádají zpoplatněné přednášky a v případě Bey Johnson si ze Zero waste udělali slušné živobytí, přeměnilo ve skutečnost, ztratili by živnou půdu pod nohama a neměli by proti čemu bojovat. Malé bezobalové obchody, které si momentálně pracně shání klientelu, by ztratily konkurenční výhodu, kdyby bezodpadovou myšlenku převzaly velké řetězce, které zboží mohou nabídnout za nižší ceny, než jsou ty maloobchodní. Otázkou je, zda si propagátoři jsou vědomi toho, že cíl, který si sami stanovili, zbrojí proti nim samotným.

Z pozorování facebookových i instagramových účtů, z rozhovorů a de facto i ze samotných definice Zero waste vyplývá, že v životě Zero waste lidí jde především o neustálý proces zdokonalování se a přetváření osobních návyků s cílem co nejméně vytvářet odpad. Změna životního stylu ze dne na den je neudržitelná a tohoto faktu jsou si vědomi i samotní propagátoři, kteří nabádají k postupným změnám. Jedná se tedy o dlouhodobý, dalo by se říci, celoživotní proces. V závislosti na těchto skutečnostech by bylo podle mého názoru velmi zajímavé navštívit respondenty opět za delší časový úsek, porovnat jejich výpovědi a podívat se, kam se na své Zero waste cestě posunuli. Jako další směr, kterým by se tento výzkum mohl dále ubírat, je otázka ekologie v souvislosti s vírou, jež byla „nakousnuta“ v kapitole výše, dále vědecké srovnání ekonomické výhodnosti, potažmo nevýhodnosti tohoto životního stylu.

Závěr

Tématem magisterské diplomové práce byl fenomén Zero waste, neboli životní styl založený na produkování minimálního množství odpadu.

Práce je rozdělena na část teoretickou a část empirickou. V teoretické části jsem se zabývala historií samotného pojmu Zero waste a pravidly nebo lépe řečeno doporučeními, jak na život bez odpadu. Dále jsem svou pozornost zaměřila na téma konzumu a odpadovou problematiku, aby bylo jasné, z čeho hnutí Zero waste vzniklo a proti čemu se vymezuje. V teoretické části jsem se zabývala také tématem green washingu, který s problematikou Zero waste úzce souvisí především nyní, když se ze Zero waste stal novodobý trend.

V empirické části jsem se zaměřila na osoby, jež Zero waste životem aktivně žijí. Zajímaly mě konkrétní příběhy lidí, jejich interpretace fenoménu ZW a motivace, jež je k této změně přivedly. Dále pak možné benefity či nevýhody, pojící se k tomuto životnímu stylu. Výzkum jsem uskutečnila pomocí polostrukturovaných rozhovorů se sedmi respondenty, zúčastněného pozorování na workshopech a událostech týkajících se tématu a návštěvy domácností několika respondentů.

Dobrovolná změna životního stylu mých respondentů reflektuje jejich nespokojenost se současným stavem životního prostředí a způsobem, jak je s věcmi, potravinami a výsledně s odpadem zacházeno. Zero waste je pro ně de facto „cesta“ ze života masivně produkujícího odpad k životu založeném na uvědomělé skromnosti, jež je dle jejich výpovědí činní šťastnějšími. Zero waste je tak pro ně určitou alternativou, jak bojovat alespoň částečně s ekologickými problémy na úrovni jednotlivců. Ve výpovědích respondentů byla patrná celková změna myšlení, hodnot a priorit, k níž došlo právě díky Zero waste. Tito lidé tak společnosti ukazují, že i uprostřed ekologické krize

lze žít jinak - důstojně, zodpovědně a svým životem vytvářet pomyslné světlo v ekologické beznaději.

Pro mě je klíčovým sdělením Zero waste myšlenka, že změna leží v rukou každého z nás a cesta nevede srze násilí a zákazy, ale skrze osvětu a uvědomění, což je mi jako studentce andragogiky velmi sympatické a blízké.

Pravděpodobně nejtěžším úkolem v celém průběhu psaní diplomové práce pro mne bylo číst díla třeba i více jak dvacet let stará, ve kterých vědci konstatovali, že je za 5 minut 12 na to, aby se udála nějaká změna, která by zabránila nenávratnému zničení životního prostředí. Díla, ve kterých popisují vidinu budoucnosti, kdyby se nic nezměnilo a uvědomovat si, že pro nás je ta tehdy třeba utopistická představa realitou, že čas je neúprosný a nezastavil se na tom metaforickém čase za pět minut dvanáct. Teprve teď chápu slova jednoho z mých učitelů, který nás v prvním ročníku varoval, že sociologické vědění není pro slabé povahy.

Fotodokumentace

Obrázek 5: Plastic Attack

Zdroj: vlastní



Fotografie jsem pořídila na akci zvané Plastic attack pořádané spolkem Udržitelný Palacký.

Cílem této akce bylo názorně poukázat na množství odpadu, který se při klasickém nákupu vyprodukuje. V supermarketu jsme nejprve nakoupili tradičním způsobem a po zaplacení jsme přesypali zboží do vlastních pytlíků a nádobek. Odpad byl následně ponechán v obchodě s transparentem upozorňujícím na plastovou problematiku.

Obrázek 6: Potravinová spíž pani Čtyřkové

Zdroj: Vlastní



„Když jedu do bezobaláče, tak si sebou беру svoje sklenice, je to sice těžký a mám z toho ruce vytahány, ale prostě mně to tak vyhovuje a je to super třeba i proti molům.“

paní Čtyřková

Obrázek 7: Obývací pokoj sloužící jako místo na hraní

Zdroj: Vlastní



„Tak jsem prodala knihovnu i knížky. Tady máme veřejný místečka, kde se dávají knížky, tak tam jsem je taky dost dávala. Tím pádem máme míň nábytku a holky (dcery) mají víc prostoru na hraní. A to je vlastně i otázka do budoucna, za jak velký bydlení jsme ochotní platit, když těch věcí máme teď o hodně míň.“

paní Jedničková

Obrázek 8: Třídící systém a Vermikomposter

Zdroj: Vlastní



„...pak dáš půlku shnilé hlávky žížalám, který to zpracovávají tři měsíce a máš z toho muchy v obou místnostech na stropě (smích). Je to dost těžký vychytat, ale jde to.“

paní Jedničková

Obrázek 9: Vánoční stromek

Zdroj: Vlastní



„Máme třeba květináčovej stromek na Vánoce a letos nám i vydržel od minulýho roku. Rok před tím jsme ho měli uvnitř moc dlouho a pak nám uschl v létě. Takže letos jsme ho nazdobili venku a potom jsme ho za dva dny uklidili zase na balkon.“

paní Jedničková

Obrázek 10: Symbol Zero waste

Zdroj: Vlastní



„Tohle je pro mě takovej symbol Zero waste. Na Vánoce jsem se zapojovala do jedné dobročinné akce, kdy jsme sháněli dárky pro seniory, kteří tráví Vánoce v léčebně dlouhodobě nemocných a tyhle koberečky tam tkají babičky ze zbytků látek, který jim vozí nějaká firma, co vyrábí šály. Tak jsem byla nakonec taky obdarovaná.“

Slečna Trojková

Obrázek 11: Kytara

Zdroj: Vlastní



„Ta kytarka je naše jediná hrací hračka. To jsme zjistili u kamarádky, že to malou jako fakt strašně baví. Tehdy jsme si ji půjčili a doma pořád jela a malá u něčeho fakt jako vydržela. Tak se nám podařilo na bazaru najít stejnou a kamarádce jsme vrátili tu její.“

Paní Jedničková

Obrázek 12: Využívání materiálu na maximum

Zdroj: Vlastní



„Moje babička je prostě nejvíc Zero waste člověk, kterýho znám a nepotřebuje k tomu žádnou vychytávku. A to je prostě to, kam bych se chtěla jednou dostat. Ona jako vůbec neví, že se to jmenuje Zero waste, protože nežije tady těma lifestylovýma kravinama. Prostě nekupuje věci, který nepotřebuje.“

Slečna Dvojková

Obrázek 13: Balení dárků

Zdroj: Vlastní



„Minulý rok jsem dárky dávala do plátěných pytlíčků a chtěla jsem je rodině zabalit znova do těch stejných, ale nevěděli, kde je mají. Když se ten plátěný pytlík použije jen jednou, tak je to ještě horší, než kdybych to zabalila do papíru, protože ta ekologická stopa je větší. Takže jsme letos dárky nebalili. Pak jsem ale šla do obýváku a tam byly ty nerozbalené tuby balícího papíru, které stejně koupili. Takže to úplně pomínul ten Zero waste efekt. Ale je to krok.“

Slečna Trojková

Obrázek 14: My little pony

Zdroj: Vlastní



*„Malá chtěla moc poníka „my little pony“.
...Tak jsem se s ní domluvila, že až potkáme
bazarovýho, můžeme ho koupit. No a trvalo to
asi dva měsíce a my šli do toho dobročinnýho
obchůdku a ti koníci tam byli. ...Vnímám jako
velkej rozdíl, když použijeme vyrobenou věc,
která už jednou svůj život měla a my jí tak dáme
život znovu. Pro nás je nová, ale není nová tím
způsobem, že se musí znovu vyrobit.“*

Paní Čtyřková

Seznam použitých zdrojů

- American Psychological Association (2010). In Psychology & Global Climate Change Addressing a Multifaceted Phenomenon and Set of Challenges: A Report of the American Psychological Association. Dostupné z: <https://www.apa.org/science/about/publications/climate-change>
- BAUMAN, Zigmunt. Globalizace, Mladá fronta, 1999. ISBN 80-204-0817-7
- BAUMAN, Zygmunt. *Tekuté časy: život ve věku nejistoty*. Praha: Academia, 2008. XXI. století. ISBN 978-80-200-1656-0.
- BBC. *Who is Greta Thunberg, the #FridaysForFuture activist?* [online]. 2020 [cit. 2020-1-3]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/world-europe-49918719>
- BELL, Michael. *An Invitation to Environmental Sociology*, 2012. ISBN 978-1-4129-9053-0.
- Czech Zero waste. *Týden bez odpadu 2017* [online]. 2017 [cit. 2019-9-8]. Dostupné z: <https://www.czechzerowaste.cz/tydenbezodpadu2017>
- Čeština 2.0. *Gretenismus* [online]. 2019 [cit. 2019-09-25]. Dostupné z: <https://cestina20.cz/slovník/gretenismus/>
- EKO-KOM. *Přehled dosahovaných výsledků* [online]. 2018 [cit. 2019-09-29]. Dostupné z: <https://www.ekokom.cz/cz/ostatni/o-spolecnosti/system-eko-kom/vysledky-systemu/vyrocní-shrnutí>
- Eurostat: *Statistika odpadů*: [online]. 2017 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Waste_statistics/cs
- ERIKSEN, Thomas Hylland. *Odpady: odpad ve světě nechtěných vedlejších účinků*. Přeložil Daniela SOBKOVÁ ZOUNKOVÁ. Brno: Doplněk, 2015. Společensko-ekologická edice. ISBN 978-80-7239-325-1.
- FROMM, Erich. *Mít, nebo být?*. Vyd. tohoto překladu 2. Přeložil Jan LUSK. Praha: Aurora, 2014. ISBN 978-80-7299-106-8.
- GAJDOŠOVÁ, KARASOVÁ, ŠKRDLÍKOVÁ. *Život skoro bez odpadu* Brno, 2019. ISBN 978-80-264-2799-5.
- *Greenwashing* [online]. 2019 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: https://www.go-green.ae/greenstory_view.php?storyid=1202

- HALADA, Jan, ed. *Marketingová komunikace a public relations: výklad pojmů a teorie oboru*. Praha: Univerzita Karlova v Praze, nakladatelství Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-3075-5.
- HANZLOVÁ, Radka. *Česká veřejnost o stávkách za klima – říjen 2019*: tisková zpráva. CVVM, Centrum pro výzkum veřejného mínění Sociologický ústav AV ČR, 2019. Dostupné z: https://cvvm.soc.cas.cz/media/com_form2content/documents/c2/a5047/f9/oe191119.pdf
- HEATH, Joseph a Andrew POTTER. *Kup si svou revoltu!*. V Praze: Rybka, 2012. ISBN 978-80-87067-12-3.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: Základní teorie, metody a aplikace*. Praha: Portál, 2016. 4. vydání. ISBN 978-80-262-0982-9.
- JONAS, Hans. *Princip odpovědnosti: pokus o etiku pro technologickou civilizaci*. Praha: Oikoymenh, 1997. Oikúmené. ISBN 80-86005-06-2.
- KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu: [ke společenským kořenům ekologické krize]*. 2. vyd. Brno: Hnutí Duha, 1995. Poslední generace. ISBN 80-902056-0-7.
- KELLER, Jan. *Abeceda prosperity*. Brno: Doplněk, 1997. Sociálně-ekologická edice. ISBN 80-85765-98-5.
- KELLER, Jan. *Konzumní společnost* [online]. 2017 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Spole%4%8Dnost_konzumn%C3%AD
- KOČÍ, Vladimír. *Posuzování životního cyklu: Life Cycle Assessment - LCA*. Chrudim: Vodní zdroje Ekomonitor, 2009. ISBN 978-80-86832-42-5.
- KRAJHANZL, Jan. *Dobře utajené emoce a problémy životního prostředí*. Brno: Lipka - školské zařízení pro environmentální vzdělávání, 2012. Metodický materiál pro učitele. ISBN 978-80-87604-17-5.
- KRAJHANZL, Jan. *Psychologie vztahu k přírodě a životnímu prostředí: pět charakteristik, ve kterých se lidé liší*. Brno: Lipka - školské zařízení pro environmentální vzdělávání ve spolupráci s Masarykovou univerzitou, 2014. ISBN 978-80-87604-67-0.
- *Laudato si' papeže Františka: encyklika: o péči o společný domov*. Druhé, jazykově a odborně revidované vydání. Přeložil Milan GLASER. Praha: Paulínky, 2018. ISBN 978-80-7450-280-4.
- LIBROVÁ, Hana. *Pestří a zelení: kapitoly o dobrovolné skromnosti*. Brno: Veronica, 1994. ISBN 80-238-4210-2.

- LIBROVÁ, Hana. *Vlažní a váhaví: (kapitoly o ekologickém luxusu)*. Brno: Doplněk, 2003. Společensko-ekologická edice. ISBN 80-7239-149-6.
- LIESSMANN, Konrad Paul. *Universum věcí: k estetice každodennosti*. Praha: Academia, 2012. XXI. století. ISBN 978-80-200-2060-4.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor, 2007. Střed (Prostor). ISBN 978-80-7260-184-4.
- MARCUSE, Herbert. *Jednorozměrný člověk: studie o ideologii rozvinuté industriální společnosti*. Praha: Naše vojsko, 1991.
- MAUSS, Marcel. *Esej o daru, podobě a důvodech směny v archaických společnostech*. Praha: Sociologické nakladatelství, 1999. Klas (Sociologické nakladatelství). ISBN 80-85850-77-X.
- Ministerstvo životního prostředí. *Kampaň MŽP #dostbyloplastu: Nenahrazujte, předcházejte!* [online]. 2019 [cit. 2019-9-9]. Dostupné z: https://www.mzp.cz/cz/news_190515-kampan-mzp-dostbyloplastu-nenahrazujte-predchazejte
- Ministerstvo životního prostředí. *Mýty vs.fakta* [online]. 2019[cit. 2019-09-15]. Dostupné z: [https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/news_160505_zakon_odpady/\\$FILE/Myty_vs_fakta_fin.pdf](https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/news_160505_zakon_odpady/$FILE/Myty_vs_fakta_fin.pdf)
- Ministerstvo životního prostředí. *Nová odpadová legislativa zavádí evropské cíle recyklace komunálních odpadů a motivuje obce i občany k třídění* [online]. 2019[cit. 2019-09-15]. Dostupné z: https://www.mzp.cz/cz/news_09042019-nova-odpadova-legislativa-recyklace-komunalnich-odpadu-trideni
- Ministerstvo životního prostředí: *Zákon o odpadech a o změně některých dalších zákonů*: [online]. 2001 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: https://www.mzp.cz/www/platnalegislativa.nsf/8FC3E5C15334AB9DC125727B00339581/%24file/Z%20185_2001.pdf
- Ministerstvo životního prostředí. *Produkce a nakládání s odpady v roce 2018* [online]. 2018 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: [https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/odpady_podrubrika/\\$FILE/OODP-Produkce_a_nakladani_2018-20191025.pdf](https://www.mzp.cz/C1257458002F0DC7/cz/odpady_podrubrika/$FILE/OODP-Produkce_a_nakladani_2018-20191025.pdf)
- Organizace pro výživu a zemědělství. *Plytvání potravinami*[online]. 2019[cit. 2019-09-15]. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/potravinovy/aktualni-temata/plytvani-potravinami-1/>

- PETRUSEK, Miloslav. *Společnosti pozdní doby*. Vydání první. Praha: Sociologické Nakladatelství Slon, 2006. ISBN 80-86429-63-6.
- PETRUSEK, Miloslav, Hana MAŘÍKOVÁ a Alena VODÁKOVÁ. *Velký sociologický slovník*. Praha: Karolinum, 1996. ISBN 80-7184-311-3.
- *Produkce, využití a odstranění odpadů v roce 2018: Generation, recovery and disposal of wastes in 2018*. Praha: Český statistický úřad, 2019 [online]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/91605329/28002019.pdf/9ee05f2d-39d8-4215-b4ee-849b7761433f?version=1.2>
- Reduca. *Bezodpadová mapa* [online]. 2019 [cit. 2019-09-20]. Dostupné z: <https://mapa.reduca.cz/@9,49.4199,16.6663,1>
- Science and Technology Options Assessment. *Možnosti snížení plýtvání potravinami* [online]. 2013 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/513515/IPOL-JOIN_ET\(2013\)513515\(SUM01\)_CS.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2013/513515/IPOL-JOIN_ET(2013)513515(SUM01)_CS.pdf)
- SIMON, Bryant. *Not going to Starbucks: Boycotts and the out-scouring of politics in the branded world*. 2011. *Journal of Consumer Culture*, 11(2), 145–167.
- Special eurobarometer. *Attitudes of European Citizen towards the environment* [online]. 2014 [cit. 2020-1-3]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/archives/ebs/ebs_416_en.pdf
- TÓTH, Rastislav. *Politologický slovník*. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0807-5.
- Veinbender, K. *Zero waste: budoucnost či utopie?* [online]. 2016 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: <http://www.tretiruka.cz/news/Zero-waste-budoucnost-ciutopie/>
- Zachraň jídlo. *Kolik se plýtvá* [online]. 2019 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: <https://zachranjidlo.cz/kolik-se-plytva/>
- Zero waste home. *What's in our 2014 jar of annual waste?* [online]. 2014 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: <https://Zerowastehome.com/>
- Zero Waste International Alliance: ZW Definition [online]. 2018 [cit. 2019-09-15]. Dostupné z: <http://zwia.org/standards/zwdefinition/>

Seznam obrázků

Obrázek 1: Bezodpadová pyramida	15
Obrázek 2: Sklenice odpadu Bey Johnson za rok 2014	20
Obrázek 3: Spotřebitelská pyramida	21
Obrázek 5: Motivace	69
Obrázek 6: Plastic Attack	83
Obrázek 7: Potravinová spíž paní Čtyřkové	83
Obrázek 8: Obývací pokoj sloužící jako místo na hraní	84
Obrázek 9: Třídící systém a Vermikomposter	84
Obrázek 10: Vánoční stromek	85
Obrázek 11: Symbol Zero waste	85
Obrázek 12: Kytara	85
Obrázek 13: Využívání materiálu na maximum	86
Obrázek 14: Balení dárků	86
Obrázek 15: My little pony	87

Seznam Grafů

graf 1: Vývoj produkce komunálního odpadu	39
graf 2: Nakládání s komunálními odpady v roce 2018.	40