



## **Bakalářská práce**

# **Konzumerismus a jeho vliv na morální hodnoty**

*Studijní program:*

B0114A300069 Základy společenských věd se zaměřením na vzdělávání

*Studijní obory:*

Základy společenských věd se zaměřením na vzdělávání

Český jazyk a literatura se zaměřením na vzdělávání

*Autor práce:*

**Adéla Třísková**

*Vedoucí práce:*

Mgr. Michal Trčka, Ph.D.

Katedra filosofie

Liberec 2023



## Zadání bakalářské práce

# Konzumerismus a jeho vliv na morální hodnoty

<i>Jméno a příjmení:</i>	<b>Adéla Třísková</b>
<i>Osobní číslo:</i>	P19000236
<i>Studijní program:</i>	B0114A300069 Základy společenských věd se zaměřením na vzdělávání
<i>Specializace:</i>	Základy společenských věd se zaměřením na vzdělávání Český jazyk a literatura se zaměřením na vzdělávání
<i>Zadávací katedra:</i>	Katedra filosofie
<i>Akademický rok:</i>	2020/2021

### Zásady pro vypracování:

Cílem této práce je poukázat, jaký vliv má konzumerismus na morální hodnoty člověka a společnosti. V první části bude nejprve představena definice konzumní společnosti a její klíčové znaky. Následně budou v této kapitole stručně popsány příčiny jejího vzniku a její vývoj. Ve druhé části se práce zaměří na popis vybraných negativních důsledků nadměrné spotřeby a z perspektivy etiky pak především na jejich hodnotový rozměr. Poslední kapitola bude věnována etické spotřebě. Studentka bude postupovat v souladu s metodickými a organizačními pokyny vedoucího práce a postup bude pravidelně konzultovat.

*Rozsah grafických prací:*

*Rozsah pracovní zprávy:*

*Forma zpracování práce:*

elektronická

*Jazyk práce:*

čeština

### **Seznam odborné literatury:**

ERIKSEN, Thomas Hylland. Odpady. 1. Brno: Doplněk, 2015. ISBN 9788072393251 BRINKMANN, Svend. Umění uměřenosti. 1. Brno: Portál, 2019. ISBN 978-80-262-1492-2 LIPOVETSKY, Gilles. Paradoxní štěstí. 1. 2007. ISBN 978-80-7260-184-4. FROMM, Erich. Mít nebo být?. 1. Naše vojsko, 1992. ISBN 80-206-0181-3. BAUMAN, Zygmunt. Work, consumerism and the new poor. Second edition. Open University Press, 2005. ISBN 033521598X

*Vedoucí práce:*

Mgr. Michal Trčka, Ph.D.

Katedra filosofie

*Datum zadání práce:*

25. dubna 2021

*Předpokládaný termín odevzdání:* 30. června 2022

prof. RNDr. Jan Pícek, CSc.  
děkan

L.S.

doc. PhDr. David Václavík, Ph.D.  
vedoucí katedry

## Prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci jsem vypracovala samostatně jako původní dílo s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím mé bakalářské práce a konzultantem.

Jsem si vědoma toho, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci nezasahuje do mých autorských práv užitím mé bakalářské práce pro vnitřní potřebu Technické univerzity v Liberci.

Užiji-li bakalářskou práci nebo poskytnu-li licenci k jejímu využití, jsem si vědoma povinnosti informovat o této skutečnosti Technickou univerzitu v Liberci; v tomto případě má Technická univerzita v Liberci právo ode mne požadovat úhradu nákladů, které vynaložila na vytvoření díla, až do jejich skutečné výše.

Současně čestně prohlašuji, že text elektronické podoby práce vložený do IS/STAG se shoduje s textem tištěné podoby práce.

Beru na vědomí, že má bakalářská práce bude zveřejněna Technickou univerzitou v Liberci v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů.

Jsem si vědoma následků, které podle zákona o vysokých školách mohou vyplývat z porušení tohoto prohlášení.



## **Poděkování**

Ráda bych vyjádřila svou vděčnost všem, kteří mi pomohli a podporovali mě během mého studia a při vytváření této bakalářské práce.

Děkuji Mgr. Michalu Trčkovi, Ph.D., vedoucímu práce, za jeho cenné rady, odborné vedení a trpělivost v průběhu celé tvorby bakalářské práce.

## **Anotace**

Tato bakalářská práce se zabývá vlivem konzumerismu na morální hodnoty jednotlivce a společnosti. V první části je definována konzumní společnost, jsou představeny její hlavní charakteristiky a analyzovány faktory, které ovlivňují její vznik a vývoj. V následujících kapitolách jsou popsány projevy konzumního způsobu chování.

Druhá část práce se zaměřuje na negativní důsledky nadměrné spotřeby, s důrazem na etický rozměr a jeho vliv na morální hodnoty. V poslední části se práce věnuje konceptu etické spotřeby jako potenciálnímu řešení problémů spojených s konzumerismem.

## **Klíčová slova**

konzumerismus, konzumní společnost, nadspotřeba, konzument, hodnoty, morální hodnoty, etická spotřeba, etický spotřebitel, Fair Trade

## **Annotation**

This bachelor's thesis examines the impact of consumerism on the moral values of individuals and society. In the first part, consumer society is defined, its main characteristics are introduced, and factors influencing its emergence and development are analyzed. Subsequent chapters describe manifestations of consumer behavior.

The second part of the thesis focuses on the negative consequences of excessive consumption, emphasizing the ethical dimension and its influence on moral values. In the final section, the work explores the concept of ethical consumption as a potential solution to issues associated with consumerism.

## **Key words**

consumerism, consumer society, overconsumption, consumer, values, moral values, ethical consumption, ethical consumer, Fair Trade

# Obsah

Úvod.....	5
1. Vymezení pojmů.....	7
2. Historie konzumní společnosti.....	9
2.1 Tři vývojové fáze konzumní společnosti dle G. Lipovetskeho.....	10
2.2 Psychologické aspekty konzumerismu.....	11
2.3 Sociologické aspekty konzumerismu.....	12
3. Konzum versus skutečný život.....	14
3.1 Projevy konzumerismu.....	15
4. Negativní důsledky konzumerismu.....	20
4.1 Dopady konzumní společnosti na Zemi.....	20
4.2 Dopady konzumní společnosti na člověka.....	24
4.3 Závislost na konzumu.....	26
5. Hodnoty.....	28
5.1 Morální hodnoty.....	30
5.2 Hodnoty konzumní společnosti.....	31
5.3 Proměna hodnot konzumní společnosti.....	32
6 Etická spotřeba.....	34
6.1 Fair Trade.....	36
7 Výhody konzumní společnosti.....	38
7.1 Individualizace.....	39
Závěr.....	41
Bibliografie.....	43

# Úvod

V současném světě se konzumerismus stal neoddělitelnou součástí našich každodenních životů, pronikající do všech sfér naší existence. Přestože jsme si vědomi své role jako pasivních konzumentů, často se potýkáme s obtížemi vysvětlit, proč právě konzumace a s ní spojené nakupování se staly nejspokojivější činností v našich životech. Toto paradoxní spojení mezi vědomím o pasivitě a přesto silnou přitažlivostí konzumerismu je důvodem, proč jsem si toto téma vybrala pro svou bakalářskou práci. Konzumerismus, s jeho nekonečným kruhem uspokojování neustálé touhy po materiálních statcích, představuje klíčový prvek současné společnosti. Je fascinující, jak rychle se v posledních desetiletích stal součástí našeho každodenního života, tvořícího neoddělitelnou součást našich identit. Je to více než jen nákupní chování; je to skutečný kulturní fenomén, který formuje naše postoje, hodnoty a výběr životního stylu.

První kapitola této práce přináší pečlivě vymezené klíčové pojmy spojené s konzumerismem. Zastavím se nad tím, co přesně znamená termín "konzumerismus" v různých kontextech a jaké faktory tvoří jeho podstatu. Historie konzumní společnosti, jak ji známe dnes, je dalším klíčovým bodem mého textu. Ukáži, jak se koncept spotřeby vyvinul od svých prapůvodů a jak se proměňoval v průběhu času. Pochopení historie poskytne pohled na to, jak konzumerismus formoval naši současnou realitu.

Dále se bakalářská práce věnuje stinným stránkám nadměrné spotřeby. Je nepopiratelné, že nadměrná touha po materiálních statcích s sebou nese značné riziko. Zamýšlím nad globálními dopady nadměrné spotřeby, od ekologických důsledků až po sociální nerovnosti spojené s touto konzumní kulturou. Cílem je odhalit, jak daleko jsme ochotni zajít ve jménu pohodlí, a jaký to má nepřehlédnutelný dopad na naši planetu a společnost. Nakonec se práce obrací k pojmu "etická spotřeba" a zkoumá jeho filozofické základy. Je etická spotřeba cestou ke smysluplnějšímu a udržitelnějšímu způsobu života, nebo je pouze dalším výrazem konzumerismu?

V současné době, kdy konzumerismus významně ovlivňuje každodenní život a stal se nedílnou součástí naší existence, je nezbytné zkoumat tento fenomén s hlubokým a komplexním pohledem. V závěrečné kapitole této práce se proto zaměřím na stručné představení některých pozitivních aspektů, které konzumerismus může přinést do našeho života. Jedním z významných pozitivních aspektů konzumerismu je jeho schopnost

podporovat hospodářský růst. Tento ekonomický model stimuluje poptávku po různých produktech a službách, což vede k vytváření pracovních míst a podněcuje podnikání. Konzumerismus tak může fungovat jako hnací síla pro rozvoj a prosperitu společnosti, přispívajíc k celkovému ekonomickému růstu. Dalším klíčovým prvkem, který konzumerismus přináší, je inovace. Variabilita a výběr jsou další klíčové benefity spojené s konzumerismem. Tento model poskytuje lidem širokou paletu možností a produktů, což umožňuje individuální výběr podle konkrétních potřeb a preferencí. Zákazníci mají možnost vybírat si z různorodých produktů a služeb, které nejlépe vyhovují jejich individuálním potřebám a vkusu. Celkově lze tedy říci, že konzumerismus, přestože má své kritiky a negativní aspekty, přináší do naší společnosti i několik pozitivních prvků, které mohou přispět k ekonomickému růstu, inovacím a rozmanitosti nabídky na trhu.

## 1. Vymezení pojmů

**Konzumerismus** je termín používaný k popisu společenského jevu, ve kterém je kladen důraz na konzumaci a nadměrnou spotřebu zboží a služeb jako prostředku k dosažení osobního štěstí a spokojenosti. Tento jev spočívá v tom, že jedinci často nakupují a hromadí materiální statky a zážitky, s cílem uspokojit své touhy a přání, často na úkor jiných aspektů života, jako jsou sociální vztahy, zdraví a životní prostředí. Konzumerismus je kritizován za svůj vliv na ekonomiku, kulturu a životní prostředí, a za to, že může vést k nadměrnému plýtvání a nespokojenosti. „*Jinými slovy: nekonzumuji proto, abych žil, ale žiji, abych mohl konzumovat.*“<sup>1</sup> Jan Keller poukazuje na to, že základem pojmu "konzumerismus" je konzum, což zahrnuje primární orientaci na materiální statky, přičemž duchovní hodnoty jsou v tomto procesu často upozaděny. Keller také pozoruje, že současná generace projevuje větší spotřební tendence než generace předchozí a nespokojuje se pouze s lokálními zdroji, ale upřednostňuje globální obchod a přesun materiálního bohatství na globální úrovni. Toto chování ukazuje na rostoucí tendence v konzumerismu, kdy se lidé stále více zaměřují na akvizici materiálního bohatství a konzumaci na globální úrovni.<sup>2</sup> Opakem konzumerismu je tzv. minimalismus. Je to životní styl, kdy se člověk snaží žít s co nejmenším počtem materiálních statků. Minimalistou se stávají lidé, kteří pohrdají výše zmíněnou konzumní společností a snaží se demonstrovat, jak šťastný člověk může být jen s minimem statků.

**Konzument** je jedinec, který provádí konzumaci; tedy užívá různé předměty k uspokojení svých potřeb a tužeb. Konzument také často předměty zničí tedy je spotřebuje, vypotřebuje, nebo vyčerpá. V době existence peněz fungují finance jako prostředek, který umožňuje přeměnit touhy na uspokojení. Být konzumentem často zahrnuje proces přivlastnění si věcí, které byly původně určeny k spotřebě.

*„Konzum lze chápat jako takovou orientaci na materiální statky, která vytlačuje coby druhořadé hodnoty nemateriální, nepřipouští spokojit se s úrovní spotřeby předchozí generace a neumožňuje krýt potřeby zcela, či alespoň převážně z lokálních zdrojů. Konzumní orientace tedy předpokládá neustálý růst stále odvozenějších potřeb, vede k destrukci spotřebovaných objektů ve stále se zkracujících intervalech a vyžaduje globální transfer věcí určených ke spotřebě, dnes již v měřítku celé planety.“*<sup>3</sup> Jan Keller definuje pojem "konzum" jako zásadní aspekt, který je charakterizován neschopností spokojit se s úrovní spotřeby předchozích generací. Tato definice naznačuje, že současná spotřeba nejen přesahuje úrovně

1 KELLER, Jan. *Abeceda prosperity*. 2. Brno: Doplněk, 2008, s. 25.

2 Tamtéž, s. 27..

minulých generací, ale také stále roste. To odráží myšlenku nadměrné spotřeby, avšak zůstává otázkou, co tuto nadměrnou spotřebu pohání. Odpověď na tuto otázku není jednoduchá, neboť pojem "konzum" zahrnuje pohnutku k nadměrné spotřebě, která přesahuje nejen jednotlivcova vlastní potřeba, ale také potřeby předchozích generací nebo vrstevníků. Tuto pohnutku nelze připisovat pouze psychologii jednotlivce, neboť spotřební chování je silně ovlivněno sociálními faktory, jako je konformita a společenský status. Dále na něm má podíl marketingem, který v dnešní ekonomice a konzumním chování hraje zásadní roli a podporuje nadměrnou spotřebu. Tedy, konzumace je komplexním jevem, který v sobě zahrnuje individuální, sociální a ekonomické faktory, a je výsledkem interakce mezi nimi.

**Pojem nadspotřeba, nadměrná spotřeba nebo hyperkonzumce** se vztahuje k úrovni spotřeby, která přesahuje určitou normu. Tato norma může být definována jako standardní množství statků, které jsou dostatečné k uspokojení potřeb jedince a které by mohl jedinec spotřebovat nebo využít sám. V konzumní společnosti však nabídka produktů a služeb často přesahuje poptávku a díky různým marketingovým strategiím a tlakům je společnost podněcována k nadměrnému konzumování, přičemž množství produktů, které jsou zakoupeny, je nad rámec skutečných potřeb. Nadspotřeba tak označuje množství produktů, které jedinec nakupuje, i když je nepotřebuje, nemůže je efektivně využít a často končí jako odpad.<sup>3</sup>

Konzumerismus popisuje společnost, ve které lidé formulují své životní cíle zčásti skrze získávání ekonomických a hmotných statků, které nutně nepotřebují. Termín "**konzumní společnost**" poprvé vznikl v průběhu dvacátých let minulého století a získal na popularitě během padesátých a šedesátých let téhož století. Tento koncept charakterizuje typ moderní průmyslové společnosti, ve které má spotřeba klíčovou roli při určování sociálních funkcí. Tato společnost produkuje více než je striktně nezbytné pro přežití, a význačně přesahuje hranici základní životní úrovně. Lidé v této společnosti spotřebovávají mnohem více, než je nezbytné.<sup>6</sup>

---

3 KELLER, Jan. *Abeceda prosperity*. 2. Brno: Doplněk, 2008, s. 27.



## 2. Historie konzumní společnosti

Konzumerismus je zřejmě nejvíce výrazným a charakteristickým jevem moderní společnosti, ačkoli některé jeho znaky a prvky byly přítomny i v minulých dobách. Moderní konzumerismus byl do značné míry vybudován v průběhu 20. století a posílen nástupem masové výroby, reklamy, globalizace a změn v ekonomickém systému. Konzumerismus klade důraz na konzumaci, vlastnictví materiálních statků a spotřebního zboží. To má za následek dramatické změny v způsobu života a hodnotových postojích společnosti. Zatímco v minulosti byl důraz kladen spíše na soběstačnost, úsporu a omezení spotřeby, moderní konzumerismus zdůrazňuje nadměrnou konzumaci a hromadění majetku. S rostoucí komercializací, mediálním vlivem a globalizací se konzumerismus stal takřka všudypřítomným a ovlivňuje mnoho aspektů našeho života.

Předchůdcem konzumní společnosti byla **společnost výrobní**. Během průmyslové revoluce v 18. století docházelo k významnému společenskému přesunu. Lidé opouštěli venkovské oblasti a začali migrovat do měst, kde byli zaměstnáváni v rozrůstajících se továrnách a průmyslových provozech. Tato doba znamenala přechod od agrární společnosti k průmyslové společnosti.<sup>4</sup> Většina pracovníků v této éře pracovala v průmyslových odvětvích, vykonávala často monotónní práci a dostávala stálý plat. Tento model zaměstnání byl často vnímán jako jistota na celý život, protože lidé měli v továrnách trvalé místo.<sup>5</sup> Změny pracovních podmínek a platové struktury začaly pozvolna probíhat již v polovině 19. století. Mzdy začaly narůstat, přebytek nad existenčním minimem začínal být značný a hlavně stálý. Toto období přineslo myšlenku, že mzda dělníka by měla být přímo úměrná práci, kterou vytvořil v rámci hodnoty produktu. Pokud by byla mzda nižší, dělník by se stal snadnou kořistí pro konkurenci, která by mu nabídla vyšší plat. Toto přesvědčení přetrvalo i do dnešní doby, kdy ekonomická situace jednotlivců nemusí být vždy ideální, ale stačí, když je snesitelná.<sup>6</sup> Podle Lipovetskeho se základy pro konzumní společnost začaly formovat v okamžiku, kdy první velké státní trhy nahradily lokální trhy díky rozvoji dopravy. Tento vývoj měl dopad na způsob, jakým společnost konzumovala a nakupovala produkty a služby. Konzumní společnost se neomezuje pouze na nakupování a vlastnění materiálního zboží, ale také na vyhledávání a prožívání různých zážitků. Tuto tendenci autor Lipovetsky nazývá konzumentstvím individualistického hedonismu. Podstatou tohoto konceptu je přesun od touhy po uznání, která byla spojena s

4 GALBRAITH, John Kenneth. *Společnost hojnosti*. Praha: Svoboda, 2007, s.45.

5 BAUMAN, Zygmunt. *Work, Consumerism and the New Poor*. 2. Cambridge: Open University Press, 2004, s.20.

6 Tamtéž, s.30.

vlastnictvím věcí, k touze po okamžité rozkoši, která je spojena se spotřebou různých zážitků.<sup>7</sup> V takovéto společnosti působí mnoho subjektů a institucí, které konzumerismu slouží a podporují ho. Můžeme si pod nimi představit např. prodavačky v obchodech, které nabádají zákazníka, aby si zakoupil více než potřebuje, dále potom pracovníky podpory prodeje, kteří vytvářejí nové potřeby a v neposlední řadě také samotné zákazníky, kteří se v důsledku sociálního zabezpečení ocitli na vrcholu Maslowovy pyramidy potřeb a seberealizují se skrze získávání ekonomických statků.

## 2.1 Tři vývojové fáze konzumní společnosti dle G. Lipovetskeho

Gilles Lipovetsky je přesvědčen o tom, že éra konzumní společnosti je už dávno za námi a nyní se nacházíme v „hyperkonzumní“ společnosti, která posléze graduje do „turbokonzumentství.“ Lipovetsky popsal ve své knize „Paradoxní štěstí“ tři vývojové fáze konzumní společnosti.<sup>8</sup>

*„První fáze masové konzumní společnosti začíná někdy po roce 1800 a končí druhou světovou válkou. V tomto období se namísto drobných lokálních trhů ustavují ohromné celostátní trhy, jak jen umožňuje infrastruktura dopravy a komunikace: železnice, telegraf a telefon. Díky relativní pravidelnosti a většímu objemu i rychlosti transportů do továren a do měst umožnila především železniční síť rozkvět velkoobchodu. Současně vznikají stroje schopné nepřetržitého provozu. Zvyšují rychlost i objem toku výrobků a přinášejí nárůst produktivity práce, čímž zahajují cestu k masové produkci.“*<sup>9</sup> V této době rovněž vzkvétá obchodní marketing a reklama, které se stávají nezbytnou součástí tohoto jevu. Obchody jsou navrhovány jako monumentální struktury s luxusní výzdobou a nápadnými osvětlenými vitrínami, a to vše s jediným záměrem okouzlit a upoutat pozornost zákazníka a vyvolat v něm touhu utracet. Vytvářejí se promyšlené marketingové strategie a reklamní kampaně, které mají za cíl nalákat zákazníky. "Shopping" v obchodních domech se stává způsobem trávení volného času a mění se v životní styl střední třídy. Tato počáteční fáze konzumerismu předznamenala vznik samotného konzumerismu, jehož jsme dnes oddanými následovníky.

**Druhá fáze** konzumerismu přichází v padesátých letech minulého století, v mnohém navazuje na předešlé období. Zároveň je dotažena k větší dokonalosti. *„Druhá vývojová fáze se vyznačuje jedinečným hospodářským růstem, kvalitativním zvýšením produktivity práce a*

<sup>7</sup> BAUMAN, Zygmunt. *Work, Consumerism and the New Poor*. 2. Cambridge: Open University Press, 2004, s.20.

<sup>8</sup> Tamtéž, s. 46.

<sup>9</sup> LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: Esej o hyperkonzumní společnosti*. 2. Praha: Prostor, 2007, s.30.

*rozšířením fordovského modelu řízení. Jedná se o společnost hojnosti: kupní síla zaměstnanců narůstá na*

*trojnásobek až čtyřnásobek a sen o konzumním ráji se demokratizuje. Druhá vývojová fáze nám poskytuje čistý vzor společnosti masové spotřeby.*<sup>10</sup>

První vývojová fáze konzumní společnosti začala proces demokratizace nákupu zboží dlouhodobého užitku, ale až druhá fáze tuto demokratizaci dokončila a přinesla (téměř) všem možnost dosáhnout na produkty dlouhodobého užitku, jako jsou automobily, televize a domácí spotřebiče, které se stávají běžnou součástí života. Nákupy těchto dlouhodobě využitelných produktů prudce narůstají a zaplavují společnost ve všech jejích sociálních vrstvách. Tím se rodí nová společnost, kde se kritériem pokroku stává ekonomický růst, zvyšování životní úrovně jednotlivců a výše zmíněné konzumní objekty. V této fázi je ceněno hmotné pohodlí, moderní vybavení domácnosti a v ekonomice a technologii se prosazuje logika kvantity nad kvalitou.

Po druhé fázi nastupuje **třetí, poslední fáze**, ve které se společnost nachází nyní. Toto období nazývá Lipovetsky jako fázi hyperkonzumní. Spotřební zboží se stává závislé na individuálních cílech, potřebách a kritériích spotřebitelů. Symbolem této poslední fáze je tedy individualita. Typickým příkladem je uspořádání a vybavení jednotlivých domácností. Již není prioritou pouze vykazovat vnější známky bohatství a úspěchu. Místo toho se stává hlavním cílem kreativní organizace našich domovů tak, aby byly pro nás příjemné a osobní, aby odrážely naši identitu, hodnoty a priority. Naše domovy jsou nyní naší vizitkou, což znamená, že se snažíme vyjádřit sami sebe věcí, které nakupujeme. Tím se stáváme jedinečnými.

## 2.2 Psychologické aspekty konzumerismu

Thomas Hylland Eriksen upozorňuje na zajímavý aspekt konzumerismu - krátkodobý pocit štěstí, který může člověk pocítit při nákupu nového zboží. Tento pocit ovšem obvykle netrvá dlouho, a aby si člověk ten samý pocit udržel, často pokračuje v nakupování dalších věcí. To vede k cyklu neustálé konzumace a hledání uspokojení skrze nákupy. Tento jev je spojen s pojmem "kupní terapie", kdy lidé nakupují, aby se na chvíli cítili lépe. Eriksonův pohled nám ukazuje, že konzumace nemusí být trvalým zdrojem štěstí a může vyvolat začarovaný kruh nadměrné spotřeby.<sup>11</sup> Je pravda, že v dnešní konzumní společnosti se lidé neomezují pouze na

---

10 LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: Esej o hyperkonzumní společnosti*. 2. Praha: Prostor, 2007, s.37.

11 ERIKSEN, Thomas Hylland. *Syndrom velkého vlka: hledání štěstí ve společnosti nadbytku*. Brno: Doplněk, 2010, s.112.

uspokojení svých základních fyzických potřeb, jako je jídlo a pití. Moderní konzumní svět nabízí obrovskou paletu různých statků a služeb, které umožňují jednotlivcům uspokojovat mnohem širší spektrum potřeb. Tyto potřeby mohou zahrnovat:

- sociální potřeby,
- sebevyjádření a identita,
- zábava a relaxace, • vzdělání a osobní rozvoj,
- zdraví.

### 2.3 Sociologické aspekty konzumerismu

Sociální vliv na chování konzumenta nelze opomenout, je totiž velmi důležitý. Člověk si konzumním chováním vytváří své postavení. Podle Ericha Fromma se lidé v konzumní společnosti zajímají spíše o to, co vlastní, než o to, kým jsou.<sup>12</sup> Pro zdůraznění svého postavení lidé neustále hromadí a kupují nové hmotné statky, snaží se tím dokázat svou prestiž. Bauman a Lipovetsky jsou důležitými mysliteli, kteří zkoumají vztahy mezi konzumerismem, kapitálem a společenským statutem. Jejich pozorování zdůrazňují, jak se konzumerismus stává produktem moderního kapitalistického systému a ovlivňuje nejen vztah jedince k materiálním statkům, ale také jeho vztah k sobě samému a společnosti jako celku. Konzumerismus může ovlivňovat společenský status jedince tím, že vytváří aspirace a touhy spojené s majetkem a materiálním úspěchem. Tím pádem lidé mohou usilovat o věci nejen kvůli jejich vlastnímu potěšení, ale také kvůli společenskému uznání a postavení. Tento vývoj ukazuje, jak konzumerismus může ovlivnit nejen jednotlivce, ale i samotnou strukturu společnosti, což může mít důsledky na sociální nerovnosti a rozvrstvení. Podle Gillese Lipovetského pak produkty samy o sobě jednotlivce nelákají tolik jako „*společenské uznání, status a sociální integrace*“.<sup>13</sup>

Sociální stratifikace a rozdělování společnosti do různých vrstev nejsou jevem, který by vznikl s konzumerismem. Tento proces existoval v různých formách po celou historii. Sociální stratifikace byla spojena s různými faktory, jako jsou majetek, vzdělání, původ a sociální postavení. Konzumerismus však může mít vliv na to, jakým způsobem jsou tyto vrstvy definovány a jak se v rámci nich sociální stratifikace projevuje. Například konzumerismus zvyšuje důležitost majetku a spotřeby jako ukazatele společenského statusu.

---

12 FROMM, Erich. *Mít, nebo být?* Praha: Portál, 2020, s. 5.

13 LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: Esej o hyperkonzumní společnosti*. 2. Praha: Prostor, 2007, s. 30.

To vede k tomu, že lidé usilují o určité zboží nebo životní styl, aby dosáhli vyššího postavení ve společnosti. Gilles Lipovetsky ve své knize "Říše pomíjivosti," zdůrazňuje pozitivní aspekty módy a individualizace v konzumní společnosti. Lipovetsky tvrdí, že v konzumní společnosti hraje móda klíčovou roli při podpoře individuality. Jednotlivci mají možnost volit a vyjadřovat svou jedinečnost prostřednictvím způsobu, jakým si vybírají oblečení, dekorují své domovy a definují svůj životní styl. Móda umožňuje lidem experimentovat s různými identitami. Podle Lipovetskeho dochází k rozmazání tradičních hranic mezi generacemi a pohlavími v postmoderní společnosti. Jednotlivci mají více svobody při vytváření svých rolí bez ohledu na věk nebo pohlaví. Tvrdí, že spotřeba může mít pozitivní vliv na rozvoj individuality. Kupování a využívání různých věcí umožňuje lidem vytvářet svůj vlastní unikátní životní styl.<sup>14</sup> Celkově zdůrazňuje, že móda a konzumní společnost mohou podporovat individualitu a umožňovat lidem volit svou cestu k seberealizaci. Jeho názory jsou kontroverzní a vytvářejí debatu o vlivu konzumerismu a módy na společnost a jednotlivce.<sup>15</sup> Neustálá výměna starého zboží za nové a střídání názorů jsou známými rysy konzumní společnosti. Tyto rysy souvisejí s rychlým cyklem obměny a růstu konzumního chování.<sup>19</sup>

---

14 LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: Esej o hyperkonzumní společnosti*. 2. Praha: Prostor, 2007, s.14. .

15 Tamtéž, s. 37.



### 3. Konzum versus skutečný život

*„Spotřební horečka coby mrzačení lidskosti: filosofové a sociologové krácející ve stopách marxistické kritiky náboženství opakovaně prohlásili puzení k nákupům za nové opium lidu, jehož úkolem je kompenzovat jednotvárnou nudu segmentované práce, absenci společenské mobility i bídu osamění. „Trpím, tedy nakupuji:“ čím je jedinec izolovanější a frustrovanější, tím častěji hledá útěchu v okamžitém štěstí zboží nabídky. Konzumenství jakožto chabá náhražka pravého života se ujímá moci jen díky schopnosti otupit, obluzovat a ukonejšit zklamané naděje moderního člověka.“<sup>16</sup>* Tento citát velmi přesně vystihuje stěžejní motivaci toho, proč lidé tak moc hromadí své hmotné statky. Je pravda, že nákupy a konzumace mohou v krátkodobém horizontu přinést radost a dočasně odvrátit pocity osamění, deprese a vnitřní prázdnoty. Když si koupíme něco nového, může to vyvolat okamžitý pocit uspokojení, zvýšit naši sebeúctu a přinést nám krátkodobou radost. Tato reakce je způsobena uvolněním hormonů štěstí, jako je například dopamin. Avšak je důležité si uvědomit, že tento pocit radosti z nákupu bývá často krátkodobý a dočasný. Po určité době nově zakoupený předmět ztratí svou přitažlivost a pocit uspokojení opadne. To vede k cyklu neustálého hledání dalších nákupů a konzumace jako způsobu, jak udržet tento pocit štěstí. To má negativní dopady na naše finance i psychické zdraví. Nakupování v dnešním světě je často vnímáno jako jedna z mála jistot v životě, zejména v době rostoucích nejistot a změn. Pro mnoho lidí představuje nakupování nejen způsob uspokojení potřeb, ale také způsob, jak získat kontrolu nad svým životem. Nakupování jim umožňuje mít pocit, že jsou ti, kdo rozhodují (jako zákazníci), co chtějí, a to jim může poskytnout důležitou dávku sebevědomí a štěstí<sup>17</sup> Nicméně, je důležité si uvědomit, že závislost na nakupování může mít špatné následky, zejména pokud vede k finančním potížím, nadměrnému hromadění nepotřebných věcí a ignorování jiných důležitých aspektů života.

**Reklama** hraje klíčovou roli v podpoře konzumní společnosti a často vytváří uzavřený kruh, ve kterém se všechny součásti navzájem ovlivňují a podporují. Lidé, kteří sami žijí v konzumní společnosti, jsou často producenty reklamy, a tím se tento kruh uzavírá. Reklama je vnímána různými způsoby. Někteří ji považují za užitečný nástroj poskytující informace o zboží, zatímco jiní ji vnímají jako prostředek manipulace a podporu zbytečného konzumu. Průzkum společnosti UTB ve Zlíně naznačuje, že většina dotázaných vnímá reklamu jako

---

16 LIPOVETSKY, Gilles. *Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech*. 2. Praha: Prostor, 2010, s. 38.

17 KELLER, Jan. *Abeceda prosperity*. 2. Brno: Doplněk, 2008, s. 27.

nedílnou součástí moderního života.<sup>18</sup> Reklama v konzumní společnosti se vyvíjí a mění se. Původně sloužila převážně k propagaci produktů a služeb výrobců, ale postupem času se její role rozšířila. Nyní ji využívají i ministerstva, nadace a organizace pro různé účely, včetně vzdělávání a osvěty. Reklama se stále více používá k šíření informací o mnohých tématech, včetně zdraví, bezpečnosti, ochrany životního prostředí a vzdělávání veřejnosti. Tato forma reklamy, která je zaměřena na edukaci a osvětu, může sloužit k zlepšení povědomí veřejnosti o důležitých tématech a k podpoře pozitivního chování.

### 3.1 Projevy konzumerismu

Projevy konzumerismu jsou viditelné a vnímatelné jevy nebo chování ve společnosti, které vypovídají o výrazném důrazu na konzumaci, nakupování a hmotné hodnoty. Tyto projevy odrážejí vliv konzumerismu na životní styl, hodnoty a chování lidí v moderní společnosti.

Mezi první a projev konzumního chování patří **plýtvání potravinami**. To lze vnímat jako významný ekologický a ekonomický problém, na němž konzumní způsob života společnosti nese největší zodpovědnost. Plýtvání potravinami začíná již v raných fázích dodavatelského řetězce, daleko před tím, než dorazí do supermarketů. V dokumentárním filmu "Taste the Waste"<sup>19</sup> zemědělec během sklizně brambor vysvětluje, že brambory, které jsou příliš malé nebo příliš velké, se nedostanou na trh, protože spotřebitelé je nechtějí kupovat, a tak jsou zahazovány ještě na poli. Stejný osud potká i všechny brambory, které mají vadu na kráse nebo jsou drobně mechanicky poškozeny. Celkem se tak vyhodí zhruba 40 % sklizených brambor. Rozhodnutí, která zelenina se dostane na trh, přestože nemají nic společného s výživovými kritérii, jsou obvykle založena na estetických a marketingových faktorech, jako je vizuální atraktivita. Toto rozhodování je motivováno snahou přilákat zákazníky a zvýšit prodej. Spotřebitelé často preferují zeleninu, která vypadá svěže a je bez vad a nepravidelností. Když jiní prodejci nabízejí esteticky nepoškozenou zeleninu, může to přimět ostatní prodejce k tomu, aby také preferovali vizuálně atraktivní produkty. Toto rozhodování však vede k výzvám v oblasti udržitelnosti a potravinového plýtvání. Potraviny, které by mohly být výživově hodnotné, ale neprojdou kvůli estetickým důvodům, končí jako odpad. Tato situace je v současném světě, zejména ve vyspělých zemích, zcela běžná a nazývá se "disociace od potravinového procesu" nebo "potravinová iliteracie." Mnoho lidí v urbanizovaných oblastech nemá žádný přímý kontakt s procesem produkce potravin, protože žijí ve městech, kde jsou potraviny k dispozici v obchodech a supermarketech. Potraviny jsou

---

18 *Manažerská etika :inspiratione pro 21. století: Etika podnikání v konzumní společnosti*. Hradec Králové: Wamak, 2007, s.101.

19 *Z popelnice do lednice: Taste The Waste* [online]. In: THURN, Valentin Thurn. 2010 [cit. 2023-10-03]

stále více vnímány jako komodity, které se kupují a prodávají, spíše než jako produkty, které se pěstují nebo chovají. Toto odtržení od potravinového procesu může mít několik důsledků, včetně sníženého povědomí o udržitelnosti, nutriční hodnotě a etických otázkách týkajících se potravin.

Někteří vědci, organizace a vzdělávací programy se snaží zvýšit povědomí o potravinovém procesu a vzdělávat společnost o tom, odkud jejich potraviny pocházejí, jak se pěstují a zpracovávají, a jak to ovlivňuje životní prostředí. Tímto způsobem se snaží podporovat udržitelné a zdravé stravovací návyky a zvýšit transparentnost potravinového systému. Vyhadzování potravin v takovém množství, které představuje stovky miliard eur ročně, je ztrátou zdrojů, energie a práce, které byly vloženy do produkce potravin. To má vážné důsledky pro udržitelnost potravinového systému a globální plýtvání. Navíc když nepoužitelné potraviny končí na skládkách, mohou se rozkládat a produkovat metan, což je silný skleníkový plyn, který přispívá k globálnímu oteplování a ztenčování ozonové vrstvy. Data o vzniku metanu na skládkách ukazují, jak má nezřízený konzum potravin negativní dopady na klima planety. Toto je jedna z mnoha důležitých oblastí, kde je třeba podniknout kroky k redukci plýtvání potravinami a zlepšení udržitelnosti potravinového systému. To může zahrnovat snahy o lepší správu potravinového odpadu, větší důraz na vzdělávání a osvětu o tom, jak minimalizovat plýtvání, a úpravy ve výrobě a distribuci potravin. Větší povědomí o těchto otázkách může pomoci snížit negativní dopady na naši planetu.

Dalším důležitým projevem konzumerismu je **automobilová doprava**, která má značný dopad na životní prostředí. Výroba automobilů je energeticky náročná a zahrnuje použití velkého množství surovin, včetně kovů a plastů. Kvůli konzumerismu a poptávce po nových vozidlech se vyrábí velké množství automobilů, což má vliv na spotřebu energie a surovin.

Vlastnictví osobního automobilu přináší výhody, jako je nezávislost na jízdních řádech a svoboda pohybu.<sup>20</sup> Tato nezávislost na veřejné dopravě může být zejména pro lidi žijící v oblastech s omezeným rozsahem hromadné dopravy nebo v oblastech se špatnou dostupností velkých městských center velmi cenná.

Počátkem padesátých let vstoupil automobil do světa reklamy. **Reklama** z něj udělala symbol blahobytu, bez kterého by život nestál za nic. S postupem času se počet automobilů zvýšil natolik, že již nejde o luxusní věc, která byla dostupná pouze úzké části obyvatelstva, ale stala

---

20 HADAČ, Emil. *Ohrožená příroda biosféra - člověk - technosféra*. Praha: Horizont, 1983, s. 231.



se běžnou součástí většiny domácností. Automobil, dříve symbolizující svobodu, se postupně stal něčím, bez čeho si mnoho lidí těžko dokáže představit svůj život.<sup>21</sup>

Škodlivost automobilové dopravy pro životní prostředí je všeobecně známá věc. Výstavba silnic, dálnic a parkovišť vede k ztrátě půdy a mění krajinu. Přírozené ekosystémy, jako lesy, louky a mokřady, jsou ničeny a nahrazovány betonem a asfaltem. Fragmentace ekosystémů má závažné důsledky na biodiverzitu, protože snižuje počet druhů a omezuje pohyb živočichů mezi různými oblastmi. Jan Keller spatřuje jako jeden z důvodů rozmachu automobilové dopravy konzumní způsob života obecně. Argument, že automobily jsou spojeny s konzumním způsobem života, má několik různých aspektů:

- **Symbol individuality:** automobily mohou být vnímány jako způsob, jak se projevit, odlišit se od ostatních a vyjádřit svou individualitu. Lidé si mohou vybírat různé značky, modely, barvy a úpravy svých vozidel, což jim dává možnost vyjádřit svůj osobní vkus a styl.
- **Neustálý nákup:** někteří lidé se stávají vášnivými sběrateli automobilů a pravidelně nakupují nové a lepší vozy. Tato konzumní tendence může podporovat myšlenku, že máme neustále hledat a dosahovat "lepšího" a "nového" ve svém životě.
- **Závislost na soukromém dopravním prostředku:** automobily umožňují jednotlivcům získat kontrolu nad svým pohybem, což může vést k neomezenému pohodlí a pohybu, ale také k závislosti na osobním vozidle a snaze "dostat ještě lepší auto."

Tyto aspekty ukazují, že automobily mohou být spojeny s konzumním způsobem života, kde se stávají nejen dopravním prostředkem, ale také prostředkem pro vyjádření identity a dosažení sociálního statusu. Tato konzumní tendence může mít ekologické a sociální důsledky, které je třeba brát v úvahu při hodnocení role automobilů v našem životě.<sup>22</sup>

Třetím zásadním projevem konzumního způsobu života je **turismus**. Ten je charakterizován potřebou lidí neustále se přemísťovat a objevovat nová místa. Tato potřeba je součástí moderního způsobu života, který vychází z touhy po nových zážitcích. Tento konzumní výtěžek moderní společnosti je velkou příčinou znečištění životního prostředí. Cestování téměř vždy zahrnuje použití letadel, automobilů, lodí a dalších dopravních prostředků, které

---

21 KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu*. 3. Praha: EarthSave CZ, 2005, s. 39-40.

22 Tamtéž, s. 39-40.

spotřebovávají fosilní paliva a produkují emise skleníkových plynů, což přispívá ke globálnímu oteplování. Každý den se po celé planetě přemisťují statisíce lidí. V destinacích, které jsou turistickým ruchem vytiženy nejvíce, je generováno mnohonásobně vyšší množství odpadu než tamní systémy dokáží zpracovat. Například v rozvojových zemích není zřízena infrastruktura pro odpadové hospodářství, což vede k problémům se skládkami a znečištěním. Narůst turistického ruchu přináší nejen zvýšené množství odpadu, ale také negativní dopady na citlivé ekosystémy, jako jsou pláže, hory, korálové útesy a další. Nedodržování pravidel ze strany turistů má devastující dopad na okolní prostředí, což se projevuje i poškozením historických památek a kulturních míst. Bezohledné chování způsobuje vážné narušení struktur, například starobylých zdí, soch, mozaik a budov. To platí zejména v případech, kdy jsou historické památky postaveny z křehkých materiálů, které jsou citlivé nejen na erozi, ale také na opotřebení.<sup>22</sup>

Librová ve své knize. „Pestří a zelení: Kapitoly o dobrovolné skromnosti“ rozlišuje **dva druhy turismu**, tvrdý a měkký. **Tvrď turismus** se používá k označení způsobu cestování, který má destruktivní dopady na své cílové destinace a způsobuje ekologické škody. Jeho kořeny lze najít v expanzivním charakteru turistického průmyslu. Jako extrémní příklad tvrdého turismu lze považovat vpády do rozvojových zemí, který byl zprvu považován za přínosný pro ekonomický rozvoj chudých oblastí. Později se však ukázalo, že tato forma turistiky má devastující dopady. Stále více a více se v turisticky vyhledávaných oblastech projevuje ekologický dopad masového turismu, který úzce souvisí s konzumním stylem života. Masový turismus generuje velké množství odpadu různého druhu, včetně plastových lahví, obalů a potravinového odpadu. Tento odpad může zatěžovat místní infrastrukturu a přírodu.<sup>23</sup> V mnoha turistických oblastech je voda omezeným zdrojem, a masový turismus způsobuje vážné problémy spojené s nedostatkem pitné vody. „*Hotelové komplexy čerpají silnými pumpami vodu z velkých hloubek a z rozlehlých prostor. Rolníci nemohou zavlažovat svá pole, na jednoho turistu se však denně počítá s 600 litry vody.*“<sup>29</sup> Turistický ruch dále vede k znečištění vody, vzduchu a půdy kvůli odpadům a emisím. Tyto formy znečištění mohou poškodit místní ekosystémy a ohrozit zdraví lidí. Opakem tvrdého turismu je turismus měkký, „který se vědomě snaží o nový, sociálně a ekologicky zodpovědný přístup k hostitelským oblastem“.<sup>24</sup>

---

22 KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu*. 3. Praha: EarthSave CZ, 2005, s. 39-40.

23 LIBROVÁ, Hana. *Pestří a zelení. Kapitoly o dobrovolné skromnosti*. 3. Brno: Hnutí Duha, 1994, s.64.

24 Tamtéž, s.64.

**Měkký turismus** nabízí alternativní způsoby cestování a poznávání světa. Klade důraz na udržitelnost a respekt k místnímu prostředí a kulturám. Jednou z možností měkkého turismu je **agroturismus**. Agroturisté jsou ubytováni v jednoduchých podmínkách v domech místních obyvatel, a často se aktivně zapojují do zemědělských prací jako dobrovolníci. Tento způsob cestování umožňuje návštěvníkům zapojit se do místního života a poznat zemědělskou činnost dané oblasti.

Druhou možností je **vesnický turismus**. Je podobný agroturismu a často se vyskytuje v rozvojových zemích. Cestovatelé si vybírají vzdálené oblasti a snaží se respektovat místní kulturu a životní styl. Cílem je minimalizovat vliv turismu na místní komunity. I když má měkký turismus mnohem ohleduplnější přístup k místním kulturám, může i tento způsob cestování nést rizika. Masovost měkkého turismu stále způsobuje zátěž pro některé destinace a jejich životní prostředí. Librova uznává měkký turismus za jeho rostoucí důraz na udržitelné cestování a zvýšenou ohleduplnost vůči životnímu prostředí. Nicméně zároveň upozorňuje, že i tento druh turismu, kvůli své rozšířenosti, může představovat značné riziko, které je jen mírně odlišné od tvrdého turismu.<sup>25</sup>

---

25.LIBROVÁ, Hana. *Pestří a zelení. Kapitoly o dobrovolné skromnosti*. 3. Brno: Hnutí Duha, 1994, s.70

## 4. Negativní důsledky konzumerismu

Celkově může konzumerismus přinášet krátkodobé uspokojení, ale za cenu dlouhodobých negativních důsledků pro společnost, životní prostředí a individuální zdraví. Stále rostoucí poptávka po uspokojování potřeb, která je často spojena s nadměrným konzumem, má závažné dopady na životní prostředí a zdroje planety. Tento jev je spojen s vyčerpáváním přírodních zdrojů, narušením ekosystémů, ztrátou biodiverzity, znečišťováním životního prostředí a změnami klimatu. Řešení těchto problémů vyžaduje zvažování a změnu spotřebních vzorců a hodnotových postojů vůči konzumaci.

### 4.1 Dopady konzumní společnosti na Zemi

Vysoká tendence k spotřebě a nadměrný konzumerismus mohou mít značný environmentální a ekologický dopad na naši planetu. Závažným faktem je, že lidská činnost, včetně nadměrného konzumerismu, má destruktivní dopad na biodiverzitu a přírodní prostředí. Kácení pralesů, znečišťování životního prostředí, změny klimatu a jiné faktory přispívají k hromadnému vymírání druhů a ztrátě přírodních ekosystémů.<sup>26</sup>

Historicky byl vztah mezi člověkem a přírodou silně závislý na přežití a harmonii. Příroda lidem poskytovala potravu i přístřeší. Lidé si byli vědomi, že je třeba s ní zacházet opatrně a s úctou. S nárůstem konzumerismu a technologickým pokrokem se však mnohé z toho změnilo. Člověk se od přírody odcizil, přestal na ni být tolik závislý... „*Naše společnost žije na konci přírody. Konec přírody pochopitelně neznámá, že přírodní svět a přírodní procesy přestávají existovat. Jde o to, že v materiálním prostředí, jež nás obklopuje, je jen málo aspektů, které nebyly nějakým způsobem ovlivněny lidským zásahem*“<sup>27</sup>

Přesto, že ke **kácení tropických deštných pralesů** dochází již několik století, ve 20. století nabylo takové intenzity, že pokud bude člověk pokračovat stejným tempem za sto let tu žádný prales nezůstane. Tropické deštné pralesy jsou domovem rozsáhlého množství druhů rostlin a živočichů, které nelze najít nikde jinde na Zemi. Tyto pralesy také hrají důležitou roli při regulaci globálního klimatu a ukládání uhlíku. V důsledku kácení pralesů, spalování a degradace půdy je v těchto oblastech uvolňováno velké množství skleníkových plynů do atmosféry. „*Blahobyť je hnacím prvkem ekonomiky trhu, vystupuje jako základní legitimizační prvek pasivních demokracií a je synonymem konzumního stylu života.*“<sup>28</sup> Sociolog Jan Keller

26 KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu*. 3. Praha: EarthSave CZ, 2005, s. 40.

27 GIDDENS, Anthony. *Unikající svět: Jak globalizace mění náš život*. Praha: SLON, 2000, s.56.

28 KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu*. 3. Praha: EarthSave CZ, 2005, s. 46.

se ve svém díle „Až na dno blahobytu ptá“ zda bude lidstvo vůbec schopné přežít důsledky slibovaného blahobytu. Nenasytná konzumní společnost v době svého největšího rozmachu (v současnosti) čím dál více ničí planetu. Ač kvalita i délka života pro mnoho lidí západního světa narůstá, je to vykoupeno velkými ztrátami, ať se jedná o vymírání celých živočišných druhů, kácení pralesů, vysychání pramenů nebo úbytek ozónové ochranné vrstvy.<sup>29</sup> Jan Keller komentuje současnou situaci následovně: „*Stav světa se zhoršuje působením plodin naší prosperity a situace dosáhla rozměrů, kdy další zplodiny blahobytu již ohrožují prosté přežití.*“<sup>30</sup> Konzumerismus často podporuje masovou výrobu zboží, které má krátkou životnost, a spotřebitelé jsou povzbuzováni k nákupu nových věcí, které nepotřebují. Nadměrné používání plastů a jiných neobnovitelných materiálů dále přispívá k problémům s vyprodukovaným odpadem. Jen za posledních padesát let se množství vyprodukovaného odpadu na jednoho člověka zdvojnásobilo. Nedávný výzkum, který vedl Singh, Laurenti, Sinha, Frostell naznačuje, že současné nakládání s odpadem je neudržitelné, navíc celosvětová produkce a spotřeba postrádá holistický přístup. I přes veškerý pokrok v oblasti zpracování odpadu není dostačující. Hlavním důvodem je především nárůst druhů odpadu. Méně rozvinuté země postrádají dostatečné prostředky, jak účinně odpad likvidovat, ty rozvinuté a země i přes předpoklady k efektivnímu zpracování zase produkují násobně větší objemy.<sup>31</sup>

**Kam s odpadem?** Nadměrná spotřeba a agresivní marketingové strategie mohou vést k produkci nadměrného množství odpadu. Výsledkem pak je, že lidé nakupují více, než skutečně potřebují, a mnoho věcí nakonec končí na skládkách. To má vážné dopady na životní prostředí. Obalové materiály jsou jedním z hlavních faktorů přispívajících k problému nadměrné produkce odpadu. Obaly jsou běžně používány pro ochranu, ale jejich množství má značný dopad na životní prostředí. Mnoho obalů je vyrobeno z plastu, který má vysokou ekologickou stopu.

---

29 Tamtéž, s. 45.

30 Tamtéž, s. 45.

31 Tamtéž, s.8.

Pro snížení odpadu je důležité:

1. Podporovat dlouhodobě trvanlivé výrobky a výrobce, kteří přijímají zodpovědné postupy v oblasti výroby a balení.
2. Učit se nakupovat uvědoměle a zamýšlet se nad tím, zda jsou nové nákupy opravdu nutné.
3. Podporovat udržitelné výrobní a obalové praktiky a stále se vzdělávat o dopadech nadměrné konzumace na životní prostředí.

Vědecká komunita v novém tisíciletí stále častěji upozorňuje a alarmuje celosvětovou společnost na neudržitelný způsob fungování a přístup k přírodním zdrojům. Vědci upozorňují, že tato neudržitelnost může mít katastrofické důsledky pro Zemi. Tato vědecká varování se týkají různých oblastí, včetně změny klimatu, úbytku biodiverzity, vyčerpání přírodních zdrojů a dalších ekologických problémů. Tato vědecká varování mají za cíl přimět společnost a politické vedení k podniknutí opatření k řešení těchto problémů a k přijetí udržitelnějšího přístupu k přírodě a zdrojům. Jejich snahou je podnítit diskusi a akci na globální úrovni, aby bylo možné zabránit katastrofickým scénářům a zajistit udržitelnější budoucnost pro planetu Zemi. Varování od více než 1 500 odborníků v roce 2017 upozornilo na neudržitelný růst hmotné spotřeby, který je nesouměřitelný s demografickým a geografickým rozložením. Toto varování zdůraznilo, že nekontrolovaná a neklesající hmotná spotřeba má vážné důsledky pro budoucnost lidstva. Jedním z hlavních bodů obav byl populační růst, který znamená, že stále více lidí na planetě vyvíjí tlak na přírodní zdroje a životní prostředí. Tato nerovnováha mezi růstem populace a dostupnými zdroji může mít ničivé dopady na ekosystémy, změnu klimatu a životní podmínky lidí. Vědecká obec tímto varováním apeluje na potřebu změny směru a přijetí opatření, která by zajistila udržitelný způsob života na planetě. To zahrnuje snahu omezit hmotnou spotřebu, snižovat emise skleníkových plynů a podporovat opatření na ochranu přírodního prostředí a biodiverzity. V článku o hrozbě, kterou vědecká obec identifikuje, je zdůrazněn především dramatický pokles biologické rozmanitosti. Tento pokles je důsledkem vysokého konzumu omezených přírodních zdrojů na planetě. Pro obnovení biosféry, která je klíčová pro přežití člověka, jsou potřebné konkrétní kroky:

- omezení populačního růstu,
- přehodnocení ekonomických modelů,
- snížení emisí skleníkových plynů,



- přechod na obnovitelné zdroje energie,
- ochrana životního prostředí,
- obnova ekosystémů,
- omezení znečištění,
- kontrola šíření invazivních druhů.<sup>32</sup>

Podle odborníků jsou tyto kroky nezbytné, aby bylo možné zabránit degradaci životního prostředí a zajistit udržitelný život pro budoucí generace. Je třeba, aby změny v chování a postojích byly prováděny na globální úrovni, aby bylo možné účinně snižovat vliv konzumního chování na naši planetu. Bohužel, na rozdíl od nadějného předpokladu, že by mohlo dojít ke stabilizaci stavu společnosti a jejího chování se děje přesný opak. Tato data ilustrují zhoršení stavu planety v rámci některých environmentálních kritérií od roku 1992. Následující údaje jsou znepokojující:

- Lidská populace na planetě vzrostla o 35%, což zvyšuje tlak na omezené zdroje planety.
- Došlo k významnému úbytku živočichů z řad savců, plazů, obojživelníků, ryb a ptáků, což má vážné důsledky pro ekosystémy.
- Množství čisté pitné vody na hlavu kleslo o 26 procent, což ohrožuje dostupnost základních zdrojů pro lidi.
- Emise uhlíku stále stoupají, což přispívá k globálnímu oteplování a klimatickým změnám.
- Množství "mrtvých zón" v oceánech vzrostlo o 75 procent, což naznačuje problémy se ztrátou mořského života.
- Vykořisťování lesů pokračuje, s odlesňováním přesahujícím 120 miliónů hektarů, což má škodlivý dopad na ekosystémy.

Prozatím tedy lze konstatovat, že konzumní společnost, místo aby následovala pokyny, které by mohly přispět ke zlepšení stavu biosféry na planetě, se chová způsobem, který naopak vede k opačným výsledkům a škodí Zemi.<sup>33</sup>

<sup>32</sup> Civilizace musí zásadně změnit své chování. Ničení planety zesiluje, burcuje vědci. *Novinky.cz* [online]. 2017 [cit. 2023-11-10]

<sup>33</sup> Civilizace musí zásadně změnit své chování. Ničení planety zesiluje, burcuje vědci. *Novinky.cz* [online]. 2017 [cit. 2023-11-10]

## 4.2 Dopady konzumní společnosti na člověka

Konzumerismus je komplexní společenský jev, který může mít významný vliv na jednotlivce a společnost jako celek. Klade důraz na nakupování a vlastnictví věcí jako způsobu k dosažení štěstí a společenského úspěchu. Tato kultura vede k tlaku na jedince, aby neustále nakupoval nové věci a tím sledoval aktuální trendy. Lidé jsou náchylní k akumulaci hmotných statků, protože konzumerismus klade důraz na množství vlastněných věcí jako na způsob vyjádření společenského úspěchu. Neustálý tlak na nakupování a udržování kroku s konzumními trendy může způsobit stres nebo úzkost. Lidé začínají považovat vlastnictví za způsob, jak získat štěstí a uznání od ostatních. Konzumerismus podněcuje lidi k zaměření se na materiální hodnoty a ztrátě kontaktu s duchovními, morálními nebo rodinnými hodnotami. To vše pak silně ovlivňuje jedincovu psychiku a vede k civilizačním chorobám.<sup>34</sup>

**Civilizační choroby** jsou zdravotní problémy, které jsou často spojeny s moderním způsobem života a jsou charakteristické pro rozvinuté společnosti. Tyto choroby jsou často důsledkem kombinace genetických faktorů, životního stylu a životního prostředí. Moderní životní styl charakterizovaný nadměrnou spotřebou, nedostatečným pohybem a vysokým stresem zvyšuje riziko vzniku těchto onemocnění. Mezi příklady civilizačních chorob patří:<sup>35</sup>

- onemocnění srdce a cév,
- obezita,
- diabetes,
- rakovina,
- duševní choroby,
- problémy se spánkem,
- alergie,
- deprese,
- neplodnost.

Zelenka zdůrazňuje, že moderní konzumní společnost má tendenci vytvářet ideální podmínky pro vznik a šíření různých civilizačních chorob. Lidé v rozvinutých společnostech mají

---

34 ERIKSEN, Thomas Hylland. *Syndrom velkého vlka: hledání štěstí ve společnosti nadbytku*. Brno: Doplněk, 2010, s.16.

35 ZELEŇKA, Jaroslav. *Nečekaný lék. 2*. Brno: CPress, 2015, s. 38.



přístup k bohatství a nadbytku, ale také často k takovým životním stylům, které vznik těchto chorob podněcují.<sup>36</sup> **Obezita** je jedním z výrazných zdravotních problémů spojených s nadbytkem, nadspotřebou a konzumerismem v moderní společnosti. Existuje několik zřetelných důvodů, proč konzumní způsob života může přispět k obezitě:<sup>43</sup>

- velký výběr potravin.
- jídla s vysokým obsahem tuku a cukru
- rychlé občerstvení
- sedavý životní styl
- stres
- Reklama a marketing

Moderní konzumní společnost je často spojována s hektickým způsobem života a neustálým spěchem. Konzumerismus podněcuje lidi k neustálé spotřebě a k hromadění materiálního bohatství. Tento tlak na vlastnictví věcí může vést k lhostejnosti vůči jiným hodnotám. Tato lhostejnost a sobectví mohou být důsledkem zaměření na vlastní potřeby a touhy. Hledání pohodlí a komfortu může vést k bezohlednému využívání přírodních zdrojů a k nezodpovědnému chování vůči životnímu prostředí. Moderního člověka v dnešní konzumní společnosti nezajímá, co prožívají ostatní lidé, on má přece svých starostí dost. Ostatní lidé ho zajímají, jen když přijde řeč na porovnávání nahromaděného majetku. Tento přístup se nazývá materialismus a soustředí se na získávání a hromadění hmotných statků jako způsob dosažení štěstí a společenské prestiže.<sup>37</sup> Materialismus může vést k nedostatečnému zájmu o potřeby a pocity ostatních lidí a k lhostejnosti k sociálním otázkám. Lidé, kteří jsou zcela pohrouženi do konzumního způsobu života, se soustředí především na sebe a na svůj osobní prospěch. Je však důležité poznamenat, že tato chování a postoje nejsou univerzální a nelze je generalizovat na všechny lidi v konzumní společnosti. Mnozí lidé nacházejí smysl života mimo hromadění bohatství a dávají přednost vztahům, společenskému sdílení a udržitelnosti. Společenská prestiž a štěstí mohou být pro ně spojeny s jinými hodnotami než s čistě materiálním úspěchem.

---

36 ZELENKA, Jaroslav. *Nečekaný lék*. 2. Brno: CPress, 2015, s. 45.

<sup>43</sup>

37 DYTRT, Zdeněk. *Etika podnikání a veřejné správy*. Praha: VUSTE ENVIN, 1997, s.84.

### 4.3 Závislost na konzumu

Závislost na konzumním stylu života můžeme přirovnat k závislosti na drogách. I když jsou to na první pohled dvě různé věci, v mnohém si jsou velmi podobné. Stejně jako u drogové závislosti, i konzumenti se mohou cítit stále více nuceni k nakupování a konzumaci, aby dosáhli stejného uspokojení. Pokud jsou v těchto činnostech omezeni, mohou se u nich začít projevovat abstinenční příznaky, jako je úzkost, podrážděnost nebo frustrace. Jelikož ale žijeme ve světě, který má neomezené možnosti, je velmi těžké touhy naplnit. Velmi často se totiž stává, že v momentě, kdy se nám téměř podaří jednu touhu uspokojit, naše tělo hned začne toužit po něčem novém. Jako každá závislost, je tedy i tato závislost velmi nebezpečná. Závislý člověk se projevuje potřebou své „dávky“ neustále zvyšovat, chce pořád víc a čím více toho relativně má, tím větší má pocit, že vlastně nic nemá. *„Dokud nebyly vyzkoušeny, zůstávají životní příklady a recepty na život přitažlivými. Sotva který ovšem dostojí tomu, co původně sliboval – v podstatě žádný nedokáže splnit naději, kterou vyvolal. I kdyby se nakonec zjistilo, že některý funguje přesně podle očekávání, uspokojení bude trvat jen chvíli, protože svět konzumentů skýtá další a další, v podstatě neomezené možnosti. Množství lákavých cílů, jež se nabízí, se nikdy nevyčerpá“*<sup>38</sup>. Pro některé lidi může konzumace sloužit jako způsob, jak uniknout z reálného života, kde čelí stresu, problémům a zklamáním. Nákupy a vlastnictví nových věcí mohou poskytovat dočasné uklidnění a pocit bezpečí. V některých případech se nákupy a konzumace staly způsobem, jak trávit volný čas a uspokojovat své potřeby. Lidé mohou nákupy považovat za formu zábavy a odpočinku. *„K závislosti vede narkomana falešný příslib, že může prožít barvitost a bezprostřednost skutečného života, aniž by musel čelit obavám a strastem, které k němu patří. Něco podobného slibuje průmyslová civilizace nám všem: hledání štěstí a pohodlí je podle ní nejvyšším cílem bytí a nejlepší cestou k tomuto cíli je spotřeba nekonečného proudu zářivých nových produktů. Tento třpytivý příslib snadného naplnění působí tak svůdně, že ochotně (ba dokonce s úlevou) zapomínáme, co vlastně cítíme, a přestáváme hledat skutečný smysl a význam svého života“*<sup>39</sup>.

V každé společnosti lze nalézt různou úroveň bohatství a chudoby. Tato rozmanitost je často spojena s ekonomickými faktory a nerovnostmi ve společnosti. Bohatí jednotlivci mají snazší přístup k luxusním výrobkům a službám, což vytváří tlak na ty, kteří se snaží dosáhnout stejného životního stylu, proto se mohou zadlužovat, aby uspokojili své touhy.

---

38 BAUMAN, Zygmunt. *Work, Consumerism and the New Poor*. 2. Cambridge: Open University Press, 2004, s. 20.

39 GORE, Al. *Země na misce vah*. Praha: Argo, 1994, s. 42.

Reklama a marketing hrají v tomto procesu důležitou roli, protože vytvářejí ideál bohatství a úspěchu, kterého se mnoho lidí snaží dosáhnout. To vede k nadměrnému utrácení a zadlužování, což má za následek zvýšený finanční tlak na jednotlivce. Tento tlak velmi často vede k tomu, že si lidé pořídí **spotřebitelský úvěr**, aby své touhy uspokojilo. Postoj k půjčkám a dluhům se v průběhu času změnil. V konzumní společnosti, kde se klade důraz na rychlé uspokojování potřeb jsou půjčky stále běžnější. Půjčky a úvěry umožňují lidem okamžitý přístup k výrobkům a službám, které by si jinak nemohli tak rychle dovolit. To vytváří pokušení k nakupování a spotřebě, která by bez půjček nebyla možná. S narůstajícím důrazem na konzum a zvyšování životní úrovně jsou půjčky vnímány často jako cesta k dosažení lepšího životního stylu. Spotřebitelské úvěry s sebou také samozřejmě přinášejí rizika. Spolu se zvyšováním zadluženosti při vytváření potřeb se stává člověk více závislý na jejím růstu. Může se však stát, že dojde k přerušení růstu zadluženosti, a tím se nutně sníží poptávka po zboží. To může vést k problémům, jako jsou ztráta majetku, insolvence a zhoršení celkového finančního zdraví. Toto riziko je zvláště výrazné v dobách hospodářské krize, kdy mnoho lidí může ztratit zaměstnání nebo příjem, což komplikuje schopnost splácet půjčky. Je důležité, aby lidé byli zodpovědní a rozumní při uzavírání půjček a udržovali si přehled o svých finančních povinnostech. Dobrá finanční gramotnost a schopnost plánovat rozpočet jsou klíčem k tomu, aby se vyhnuli zadlužení a jeho potenciálním negativním důsledkům.

Od samých počátků konzumerismu byly zaznamenávány **krádeže a jiné trestné činnosti** spojené s touhou po konzumních předmětech. Když se konzumerismus stával dominantním vlivem v moderní společnosti, stala se touha po drahých a atraktivních produktech silnější. To vedlo některé jedince k nelegálním aktivitám, jako jsou krádeže, podvody a další trestné činnosti, které jim umožnily získat předměty, které si jinak nemohli dovolit. Konzumerismus také vytváří tlak na lidi, aby si udržovali určitý životní standard, což může vést k finančním potížím a nezákonným aktivitám. Takové problémy jsou často zaznamenávány v urbanizovaných a konzumních oblastech, kde je vidět velký rozdíl mezi bohatými a chudými.

S příchodem 20. století nabývají tyto krádeže, v některých případech, podoby až patologického nutkání. Začíná se objevovat kleptomanie. Kleptomanie je porucha chování, která může být motivována touhou po věcech, které by jedinec mohl jinak zakoupit legálně. Kleptomanie je složitým psychologickým jevem a nespočívá v tom, že by lidé chtěli jen "něco ukrást." Může být spojena s různými faktory, včetně emocionálních problémů, stresu, touhy po vlastnictví atraktivního zboží a touhy po okamžitém uspokojení.

## 5. Hodnoty

**Pojem "hodnota"** je velmi obecný a může být obtížné jej definovat jednoznačně, protože má odlišné významy v různých kontextech. V psychologii se "hodnota" obvykle chápe jako subjektivní preference nebo přesvědčení jedince o tom, co je pro něho důležité, cenné a duchovně nebo emocionálně významné. Hodnoty mohou ovlivňovat rozhodování a jednání člověka a mohou sloužit jako základ pro jeho osobní a životní priority. V etice se pojem "hodnota" používá k označení toho, co je považováno za morálně správné nebo eticky cenné. Hodnoty mohou být základními principy, které nás vedou k rozhodnutí a jednání v souladu s našimi etickými přesvědčeními. Etické hodnoty mohou zahrnovat například spravedlnost, dobročinnost, důvěryhodnost, loajalitu, a mnohé další. V obou kontextech je důležité brát v úvahu, že hodnoty jsou subjektivní a individuální, a liší se mezi jednotlivými lidmi. To, co je pro jednoho člověka hodnotou, nemusí být hodnotou pro druhého. Hodnoty hrají klíčovou roli v tom, jak jedinec vnímá, reaguje na svět a jak formuje své morální rozhodnutí. Hodnota představuje to nejvyšší, nejžádanější a nejcennější, co jedinec považuje za důležité a smysluplné v životě. Skutky a rozhodnutí člověka nejsou pouhým plněním biologických potřeb a základních záměrů, ale také realizací těchto vyšších cílů a hodnot. Hodnoty jedince mají zásadní vliv na jeho jednání a rozhodování, a mohou také stanovovat všeobecné povinnosti a zásady, které nás vedou k etickému chování. Důležité je i Sokratovské pojetí, které zdůrazňuje, že hodnoty zahrnují sebepoznání a zdokonalení vlastní osobnosti. Pro mnoho lidí jsou hodnoty spojeny s jejich vnitřním smyslem, jejich úsilím o růst a rozvoj jako lidské bytosti. Tím, že se zaměřují na tyto hodnoty, mohou se stát lepšími lidmi a dosáhnout většího osobního naplnění. Celkově lze říci, že hodnoty hrají klíčovou roli v životě jednotlivců a mají vliv na jejich jednání, rozhodování a směřování. Jsou to základní principy, které formují naši osobnost.<sup>40</sup>

**Proces vzniku hodnot** je spjatý s velkým množstvím vlivů, které ho ovlivňují. Porozumění těmto vlivům je klíčové pro lepší pochopení hodnot samotných a toho, jak formují naše myšlenky, jednání a rozhodování. Hodnoty se vytvářejí a mění v průběhu celého lidského života. Tento proces utváření a změny hodnot je ovlivněn různými faktory a prostředím, ve kterém jedinec vyrůstá a žije. Morální hodnoty a hodnotový systém obecně jsou často formovány v mládí a následně se mohou vyvíjet a přizpůsobovat pod vlivem různých životních zkušeností. V raném dětství se hodnoty často osvojují od rodičů a rodinného

---

40 PRŮCHA, Jan, Jiří MAREŠ a Eliška WALTEROVÁ. *Pedagogický slovník*. 4. Praha: Portál, 2003, s.74.

prostředí. Rodiče hrají klíčovou roli při předávání morálních hodnot a etických principů. Během školní docházky mohou učitelé také hrát významnou úlohu v utváření hodnot dětí, a to prostřednictvím vzdělávání a diskuzí o etických otázkách. Kamarádi a vrstevníci také mají významný vliv na formování hodnot, zejména v adolescenci. Mladí lidé často hledají identitu a snaží se začlenit do určité sociální skupiny, což může ovlivňovat jejich hodnotové přesvědčení. To může být spojeno s tím, jaké hodnoty jsou v dané skupině respektovány a očekávány.<sup>41</sup> Hodnoty mohou být také ovlivněny kulturním a náboženským prostředím, sociálními a politickými událostmi a změnami v životním stylu jedince. Je důležité si být vědom těchto vlivů a průběžně reflektovat své hodnoty a hodnotový systém, abychom byli schopni se přizpůsobit změnám a rozvoji v průběhu života.

Hodnoty neexistují izolovaně, ale jsou vzájemně propojené a uspořádané v rámci **hodnotového systému**. Tyto vzájemné vztahy jsou důležité, protože ovlivňují rozhodování, preference a chování jednotlivce. Utváření hodnotového systému je dlouhodobý proces a mnoho vnějších i vnitřních faktorů na něj má vliv. Tento proces začíná již v raném dětství a pokračuje během celého života jedince. Zde je několik klíčových faktorů, které ovlivňují tvorbu hodnotového systému:

- rodinné zázemí,
- materiální podmínky,
- školní prostředí,
- vrstevníci a přátelé,
- média,
- společnost,
- dědičnost a vrozené predispozice,
- věk.

Celkově lze říci, že tvorba hodnotového systému je složitým procesem, který je ovlivněn kombinací vnějších a vnitřních faktorů. Jedinec může vykazovat jedinečný hodnotový systém, který se vyvíjí na základě jeho osobních zkušeností, interakcí s okolím a reflexí.<sup>49</sup>

---

41 KUČEROVÁ, Stanislava. *Výchova k hodnotám. Kam se poděly hodnoty?. Pedagogická orientace*, 2005, **2005**(3), s. 8. <sup>49</sup> VÁGNEROVÁ, Marie. *Psychologie osobnosti*. Praha: Karolinum, 2010.

## 5.1 Morální hodnoty

Podle Vacka otázky dobra a zla přitahují společnost již od pradávna, a proto byl teoretický základ pro jejich zkoumání vytvořen ve filozofii, která dala vzniknout dalšímu oboru, což je etika. Etika je vědní obor, který se zabývá zkoumáním a analýzou morálky a morálních otázek. Morálka je systém hodnot, norem a pravidel, které určují, co je považováno za správné a nesprávné v určité společnosti nebo kultuře. Morálka hraje klíčovou roli v tom, jak jedinci a skupiny jednají, rozhodují se a vnímají svět kolem sebe. Základy morálky jsou často zasazeny již v dětství. Děti se od svých rodičů, rodiny a školy učí morálním normám a hodnotám. Postupně se seznamují s tím, co je považováno za správné nebo nesprávné chování ve svém sociálním prostředí. Etika se snaží analyzovat a porozumět různým aspektům morálky, včetně toho, jak se morálka vyvíjí u jednotlivců i v různých kulturách.<sup>42</sup> Etici zkoumají etické teorie a principy, které stojí za morálním rozhodováním, a snaží se nabídnout rámec pro diskusi o etických otázkách. Rozvoj morálky a etického směřování může být ovlivněn mnoha faktory, včetně kultury, náboženství, výchovy, vzdělání a osobních zkušeností. Etika nám umožňuje zkoumat a hodnotit různé morální systémy a principy, a tím přispět k lepšímu porozumění etickým dilematům a rozhodnutím ve společnosti. Abychom mohli určit, co je správné a co je nesprávné, musíme být obeznámeni s pravidly, normami a morálními hodnotami ve společnosti, ve které žijeme. Tyto hodnoty nám slouží jako směrnice, které nám pomáhají posuzovat a hodnotit různé morální situace.<sup>43</sup> Důležitým aspektem je také schopnost aplikovat obecné morální hodnoty na konkrétní situace. To zahrnuje schopnost rozpoznat, kdy a jak tyto hodnoty uplatnit v praxi. Například, znalost hodnoty respektu nám umožňuje určit, kdy je třeba respektovat názory a pocity druhých lidí. Morální hodnoty mohou také sloužit jako motivace pro prosociální chování, což zahrnuje jednání, které přispívá k dobru druhých. Hodnoty, jako je soucit, spravedlnost a respekt, mohou působit jako vnitřní motivace pro jednání, které přispívá k upevnování vztahů a vlastností jedince. Morální hodnoty se formují a vyvíjejí během života jedince pod vlivem interakcí s rodinou, vrstevníky, školou a dalšími sociálními faktory. Prosociální chování, které je spojeno s těmito hodnotami, je známkou správně orientovaného morálního rozvoje.

---

42 KUČEROVÁ, Stanislava. *Výchova k hodnotám. Kam se poděly hodnoty?*. *Pedagogická orientace*, 2005, 2005(3), s. 2-4.

43 PRŮCHA, Jan, Jiří MAREŠ a Eliška WALTEROVÁ. *Pedagogický slovník*. 4. Praha: Portál, 2003, s. 74.



## 5.2 Hodnoty konzumní společnosti

Každá společnost prochází historickým vývojem, který ovlivňuje její jednotlivé členy a je zřejmé, že konzumně orientovaný člověk postmoderní doby bude pravděpodobně vyznávat jiné hodnoty než člověk před sto padesáti lety. V extrémním případě bychom mohli charakterizovat dnešní společnost jako "postmorální," kde etika či morální hodnoty jsou mnohdy vnímány s nedostatečnou důležitostí nebo jsou dokonce považovány za zastaralé či nadbytečné. Někteří jedinci mohou vnímat etiku jako individuální luxus, což znamená, že upřednostňují jiné, praktičtější nebo osobní zájmy před etickými zásadami. Kučerová tvrdí, že nelze jednoznačně spojovat ztrátu hodnot dnešní společnosti s událostmi posledních dvou století, jako jsou války, převraty a revoluce. Krvavé konflikty byly součástí lidské historie odnepaměti, a přesto samotné hodnoty nebyly vždy ztraceny nebo zpochybněny. Ve zlých dobách selhávají spíše lidé, kteří se vzdávají hodnot a přestávají je vyznávat, než samotné hodnoty. Tímto pohledem se zdůrazňuje, že hodnoty mohou zůstat konstantní a platné, i když si společnost prochází obtížnými obdobími. To, zda jedinec nebo společnost dodržuje a ctí tyto hodnoty, závisí na volbách a rozhodnutích lidí. Hodnoty samy o sobě nezmizí, ale mohou být oslabeny nebo zanedbány, když lidé přestanou na jejich ctění klást důraz.<sup>44</sup>

Erich Fromm zastává názor, že existují dva základní protipóly, které charakterizují způsob života jedince: způsob života založený na "bytí" a způsob života založený na "vlastnění." Tyto dva protipóly ovlivňují hodnoty, které jedinec vyznává, a formují jeho pohled na svět. Jedinci, kteří upřednostňují **způsob života založený na bytí**, klade důraz na osobní rozvoj, vztahy a spokojenost s tím, kým jsou. Tito jedinci se snaží žít v souladu s vlastními hodnotami a hledají hlubší smysl v životě. Jejich hodnoty se mohou zaměřovat na harmonii, lásku, seberealizaci a společenství. *„Bytí vyžaduje vzdát se vlastní egocentričnosti a sobectví, ... stát se „prázdným“ a „chudým“. Ale většina lidí shledává fakt vzdát se vlastnické orientace příliš složitým; každý takový pokus v nich vyvolává silnou úzkost a pocity ztráty veškerého bezpečí“*

<sup>45</sup> Naopak, jedinci, kteří upřednostňují **způsob života založený na vlastnění**, mohou klást důraz na akvizici materiálního bohatství, majetku a konzumaci. Je pro ně důležité mít a vlastnit více věcí. Jejich hodnoty se mohou zaměřovat na úspěch, bohatství, prestiž a konkurenci. Tím, že se jedinec soustředí na majetek a prospěch, roste v něm potřeba po moci.

---

44 KUČEROVÁ, Stanislava. Výchova k hodnotám. Kam se poděly hodnoty?. *Pedagogická orientace*, 2005, 2005(3), s. 2-4.

45 FROMM, Erich. *Mít, nebo být?* Praha: Portál, 2020, s.101.

Takový jedinec pak hledá své štěstí v nadřazenosti nad ostatními, v jeho moci a schopnosti dobývat. Fromm tvrdí, že:

*„vlastnická orientace je charakteristická pro západní společnost, ve které se chtivost po penězích, slávě a po moci stala dominantním tématem života. ... Nejde o to, že západní člověk není schopen plně pochopit východní systémy, jako je zenový buddhismus (jak se domníval Jung), ale o tom, že moderní člověk nedokáže pochopit ducha společnosti, která se nezaměřuje na majetek a chtivost“*<sup>46</sup> Fromm tvrdí, že tyto dva protipóly mohou ovlivňovat, jak jedinec vnímá svět a jaké hodnoty považuje za nejdůležitější. V dnešní společnosti může být tento koncept relevantní, protože lidé se mohou nacházet na různých místech na tomto kontinuu a jejich hodnoty mohou být ovlivněny tím, který způsob života převažuje v jejich osobním životě.

### **5.3 Proměna hodnot konzumní společnosti**

Každá společnost má nějaké absolutní hodnoty, které hrají klíčovou roli v tom, jak jedinci a společenské celky jednají a rozhodují. Pořád tu v moderní konzumní době nějaké jsou, ale nejsou stejné jako ty z minulosti. Sviták ve své knize „Konzumní existence“ popisuje jak se hodnoty v průběhu let proměňují. Změny v hodnotovém systému společnosti jsou složitým a mnohostranným procesem. Některé tradiční hodnoty a mravy, jako moudrost, spravedlnost, odvaha, umírněnost, víra, naděje a láska, mohou v některých společnostech a kulturách ztratit na významu, zatímco jiné hodnoty, jako pravda, krása, moc a bohatství, mohou získávat na důležitosti. Důvody pro tyto změny jsou různé a zahrnují sociální, kulturní, ekonomické a historické faktory. V moderní konzumní společnosti existuje tendence k důrazu na materiální hodnoty, jako je bohatství a moc. To může být důsledkem globalizace, kapitalismu a změn v sociálním prostředí, které klade velký důraz na úspěch, vlastnictví a konzumaci. V takových společnostech jsou materiální potřeby a uspokojování prioritou. Je však důležité zdůraznit, že hodnotový systém je subjektivní a může se lišit mezi jednotlivými jedinci a skupinami. To, co je považováno za důležité a cenné, závisí na individuálních přesvědčeních, kulturním pozadí a osobních zkušenostech. Některé hodnoty mohou být tradiční a stále platné pro některé lidi, zatímco jiní mohou upřednostňovat moderní hodnoty. Hodnoty jsou dynamické, vyvíjí se a mění se v průběhu času. Změny v hodnotovém systému jsou reakcí na nové výzvy a změny v okolním prostředí. Společnost se pokouší vyrovnat s novými sociálními, ekonomickými a technologickými realitami tím, že mění svůj hodnotový systém Sviták používá metaforu, kde svět přirovnává k *"globálnímu supermarketu,"* ve kterém si každý jedinec naplňuje svůj košík

---

46 FROMM, Erich. *Mít, nebo být?* Praha: Portál, 2020, s.108.



spotřebním zbožím. Poukazuje tak na tendenci moderní společnosti k materiálnímu a konzumnímu způsobu života. Tato metafora zdůrazňuje, že v dnešní době je často více kladen důraz na hromadění a konzumaci hmotných statků než na abstraktní hodnoty. Individua v této metafoře usilují o naplnění svých košíků zbožím, což jsou materiální hodnoty, které lze vidět, cítit a ochutnat. Tento pohled zdůrazňuje, že v moderní společnosti mohou materiální hodnoty, jako jsou bohatství, majetek a konzumace, hrát dominantní roli v životě jednotlivců. Tímto způsobem se společnost může stát závislou na hmotných statcích a konzumaci, což může mít důsledky pro etické a morální hodnoty. Ve snaze naplnit své košíky materiálním zbožím mohou být abstraktní hodnoty a morální zásady někdy opomíjeny nebo zatlačeny stranou.

*„Morálně důležité postoje se osvojují v průběhu života, do značné míry již v dětství a mládí, interakcí jedince se společenským prostředím, především nejbližším. Vznik těchto postojů se vysvětluje napodobováním, identifikací a dalšími formami sociálního učení, ale také vyrovnáváním se s životními událostmi a zvládáním zátěže. Na morálně důležité postoje působí větší počet osob a jiných podmínek, přitom však u různých dětí a mladistvých jsou v popředí jiné z nich, a ty se dále v průběhu ontogeneze mohou měnit, takže dosavadní výzkumné výsledky neposkytují s obecnou platností údaje o rozhodujícím vlivu některé osoby či podmínky.“<sup>47</sup>* Zpravidla se rozlišují dvě hlavní stadia ve vývoji morálních a příbuzných postojů. První etapa, během této fáze si děti nevědomky osvojují základní názory a hodnocení týkající se různých způsobů chování a jednání jednotlivců, skupin a ideologií v rámci svého běžného života. Toto osvojování probíhá "latentně" a je ovlivněno prostředím, ve kterém se nacházejí, včetně rodiny, školy, vrstevníků, nejbližšího okolí a kulturních vlivů, jako jsou pohádky, příběhy a role modely prezentované v médiích. V této etapě vznikají základní a provizorní formy morálních a souvisejících postojů. Během druhé etapy se vývoj morálních postojů prohlubuje, především v adolescenci. V tomto období začíná širší společenské prostředí, včetně institucí a organizací, hrát významnější roli ve formování morálních postojů. Adolescence přináší nové výzvy a příležitosti, které mohou ovlivnit další vývoj jedincových postojů a hodnot.<sup>48</sup>

---

47 ČÁP, Jan a Jiří MAREŠ. *Psychologie pro učitele*. 2. Praha: Portál, 2001, s. 22.

48 Tamtéž, s. 22.

## 6 Etická spotřeba

Etická spotřeba odkazuje na nákupní iniciativu, která je motivována různými etickými volbami. Tato forma spotřeby zahrnuje rozhodnutí jednotlivců o tom, co nakoupit a od kterých výrobců, na základě etických ohledů a hodnot. Etická spotřeba zahrnuje produkty, které jsou vyrobeny s ohledem na udržitelnost, etické zacházení se zaměstnanci, respekt k životnímu prostředí, nebo podporu sociálních a lidských práv. Je to způsob, jakým spotřebitelé mohou uplatňovat své morální a etické principy ve svých nákupních rozhodnutích a podporovat výrobce, kteří sdílí jejich hodnoty. Etická spotřeba zahrnuje volbu produktů a služeb, které respektují a podporují různé sociální a ekologické zájmy. To může zahrnovat nákup Fair Trade zboží, což je zboží, které zaručuje spravedlivé mzdy a podmínky pro pracovníky, nebo zboží šetrné k životnímu prostředí, které minimalizuje negativní dopady na planetu. Etická spotřeba se také zabývá řadou dalších otázek, jako jsou lidská práva, ochrana životního prostředí, zachování biodiverzity, podpora místních komunit, sociální spravedlnost a mnoho dalších. Jednotlivci, kteří praktikují etickou spotřebu, se snaží zohledňovat tyto různé aspekty při svých nákupních rozhodnutích a vybírat produkty a služby, které jsou v souladu s jejich etickými hodnotami a principy. Tímto způsobem mohou spotřebitelé aktivně přispět k podpoře udržitelnějšího a etičtějšího způsobu života a podnikání, a to tím, že preferují a podporují firmy a výrobky, které sdílí tyto hodnoty. Etická spotřeba tak může hrát důležitou roli v prosazování pozitivních změn v konzumní společnosti

**Etický spotřebitel** je jedinec, jehož rozhodnutí o tom, co bude spotřebovávat, je ovlivněno subjektivním posouzením morálního kontextu spotřeby. Tento proces etického nakupování můžeme vidět jako bod, ve kterém se komerční sektor produkce a sektor domácností protínají, protože etický spotřebitel se snaží svou spotřebou ovlivnit rámec společenských hodnot, které chce svojí spotřební činností zlepšit.<sup>49</sup> uvádí, že etický spotřebitel bere v úvahu mnoho různých atributů při svém rozhodování o nákupu. Tito spotřebitelé se nesoustředí pouze na cenu a kvalitu zboží, jak by to mohl dělat tradiční ekonomický přístup, ale do svého rozhodovacího procesu zahrnují i další aspekty. Mohou se řídit různými motivy, včetně politických, environmentálních, sociálních, duchovních a náboženských, a tyto motivy mohou mít různý význam a vzájemně se ovlivňovat. Společným jmenovatelem etických spotřebitelů je jejich znepokojení nad negativními dopady své spotřeby, a to nejen na vlastní život, ale i na okolní svět. Takový etický spotřebitel může projevovat obavy ohledně výrobků, které jsou vyráběny s porušováním lidských práv, využívají vykořisťující pracovní podmínky, poškozují

---

49 HARRISON, Rob, Terry NEWHOLM a Deirdre SHAW. *The Ethical Consumer*. London: Sage, 2005, s.111.

životní prostředí nebo ohrožují pohodu a práva zvířat. Tito spotřebitelé mají tendenci hledat alternativní produkty, které respektují jejich etická a morální hlediska.<sup>50</sup>

Pod pojem etického nakupování můžeme zahrnout i **ekologické spotřebitele**, který klade důraz na ekologické ohledy ve svých nákupních rozhodnutích. Tito spotřebitelé preferují produkty a služby, které mají prokazatelně nižší negativní dopad na životní prostředí ve srovnání s jinými alternativami. Jejich cílem je minimalizovat ekologické škody způsobené spotřebou a podpořit udržitelnější způsoby výroby a obchodování. Ekologičtí spotřebitelé mohou preferovat výrobky, které jsou vyrobeny s ohledem na snížení emisí skleníkových plynů, šetrně k vodním zdrojům, bez použití škodlivých chemikálií, nebo které jsou baleny v recyklovatelném materiálu. Dále mohou upřednostňovat výrobky a služby, které podporují obnovitelnou energii a snižují odpad. Tímto způsobem ekologičtí spotřebitelé aktivně přispívají k ochraně životního prostředí a udržitelnosti. Jejich rozhodnutí o nákupu mohou mít vliv na to, jakými způsoby podniky vyrábějí své produkty a nakládají s přírodními zdroji, což může přispět ke snižování negativního dopadu na planetu.

**První zaznamenané snahy** o etickém chování ve spotřebě jsou spojeny s bojkoty. Jednou z nejstarších událostí, která měla etický rozměr, byl bojkot cukru pocházejícího z plantáže, která využívala práci otroků. Tento bojkot probíhal v 19. století. Dalším příkladem je bojkot proti imperialismu v Číně, který se uskutečnil v roce 1905. Tyto historické příklady ukazují, že etické záležitosti a snahy o etickou spotřebu existovaly již dlouho před tím, než se etické spotřebitelství stalo široce diskutovaným konceptem. Samotný termín "etická spotřeba" se začal objevovat v akademických textech a literatuře ve 20. století. Termín "etická spotřeba" se objevil v magazínu *Ethical Consumer* v roce 1989. Téhož roku byla vydána také kniha "Green Consumer Guide" od autorů Elkingtona a Hailes, která se stala celosvětovým bestsellerem a byla významným faktorem v rostoucím povědomí o environmentálních otázkách.<sup>59</sup>

---

50 HARRISON, Rob, Terry NEWHOLM a Deirdre SHAW. *The Ethical Consumer*. London: Sage, 2005, s.113.

## 6.1 Fair Trade

Spravedlivý obchod, neboli Fair Trade, je termín, se kterým se již mnozí setkali a mají alespoň základní představu o jeho významu. „*Fair Trade je příležitost. Příležitost pro konkrétní lidi z rozvojových zemí vymanit se z chudoby a závislosti na obchodních prostřednicích. Příležitost pro spotřebitele vyjádřit globální solidaritu a odpovědnost. Příležitost znovu navázat ztracené spojení mezi těmi, kdo výrobky vyrábí, a těmi, kdo je spotřebovávají. Příležitost učinit z obchodu nástroj rozvojové spolupráce. Příležitost dozvědět se více o vzdálených zemích a kulturách.*“<sup>51</sup>. Tento pojem v češtině znamená férový nebo spravedlivý obchod. Reprezentuje metodu obchodování, která je zaměřena na podporu drobných výrobců a farmářů v zemích třetího světa, zejména v Asii, Africe a Latinské Americe. V rámci spravedlivého obchodu je kladen důraz na to, aby jedinec, prodávající své zboží, obdržel adekvátní finanční kompenzaci, která mu umožňuje žít se výdělků z jeho práce. Je důležité, aby způsob, jakým si vydělává na živobytí, byl ekologicky přijatelný a sociálně citlivý.<sup>51</sup> Při nákupu a vývozu se dbá na to, aby výrobce, vývozce a konečný prodejce byli v rovném postavení a spravedlivě se dělili o zisk. Fair Trade hnutí je reprezentováno **6 základními principy**:

- spravedlivá cena,
- rozvoj komunit,
- dlouhodobé obchodní vztahy,
- ochrana přírody,
- důstojné pracovní podmínky,
- rovnoprávnost,
- zákaz dětské práce,
- demokracie<sup>61</sup>.

Fair Trade je známý a široce používaný koncept, který se uplatňuje nejvíce u produktů čokolády, kávy, banánů, bavlny, květin, ovoce, zlata, medu, oříšků, olejů, rýže, cukru, čaje, textilu a mnoha dalších. Tyto produkty jsou často spojovány s nespravedlivými obchodními praktikami, a Fair Trade iniciativy se snaží napravit tyto nespravedlnosti tím, že poskytují

---

<sup>51</sup> ŠPAČKOVÁ, Šárka. CHMELAŘ, Pavel. Informační materiál o Fair Trade [online]. c2006, [citované 18.5.2009]. Dostupné z: < <http://www.fairtrade-asociace.cz/download/manual.pdf>, s.10.

spravedlivější podmínky pro výrobce v rozvojových zemích a zajišťují, že dostanou férovou odměnu za svou práci. Tímto způsobem se Fair Trade snaží podpořit udržitelný a etický obchod.

## 7 Výhody konzumní společnosti

I když je tato práce zaměřena na negativní dopady konzumerismu, je nezbytné si uvědomit, že konzumerismus nese mnoho výhod, které jsou pro moderního člověka významné a důležité. Jednou z těchto výhod je jeho pozitivní vliv na hospodářský růst. Konzumerismus efektivně podněcuje ekonomický růst a vytváření pracovních příležitostí tím, že aktivuje poptávku po různých produktech a službách. Tato poptávka pak stimuluje podnikání, což může mít pozitivní dopad na celkovou ekonomiku a poskytuje lidem možnosti získání zaměstnání. Konzumerismus se tak stává hnací silou pro rozvoj a prosperitu společnosti. Dynamika rostoucí poptávky v důsledku konzumerismu často působí jako podnět pro firemní inovace a výzkum nových produktů. Tento proces může napomoci technologickému pokroku, který zvyšuje kvalitu života. Firmy jsou motivovány hledat nové a efektivnější způsoby výroby a poskytování služeb, aby uspokojily rostoucí očekávání zákazníků. Inovace, které vycházejí z konzumerismu, tak mohou přinést pozitivní změny ve společnosti.

Konzumerismus otevírá dveře širokému spektru možností a nabízí lidem bohatý **výběr v oblasti produktů a služeb**. Tato pestrost umožňuje jednotlivcům pečlivě vybírat ty, které nejlépe vyhovují jejich specifickým potřebám, vkusu a preferencím. Konzumerismus tedy podporuje individualitu a umožňuje každému utvářet svůj vlastní jedinečný životní styl.<sup>52</sup>

Díky masové výrobě a ekonomii rozsahu jsou některé produkty **dostupné za nižší ceny**. Tato dostupnost znamená, že širší vrstvy populace mají možnost přistupovat k těmto produktům a těšit se z výhod moderních technologií a komodit. Levnější ceny jsou často výsledkem efektivnější výroby a distribuce, které konzumerismus podporuje.

Konzumerismus může hrát klíčovou roli při **zvyšování životní úrovně**, umožňujíc lidem vylepšit své bydlení, získat moderní technologie a celkově zlepšit svou pohodu. Tento trend nejenže poskytuje možnost využívat kvalitních produktů a služeb, ale také stimuluje inovace a soutěž na trhu, což může vést k vývoji nových a efektivnějších technologií.

V konzumní společnosti se projevuje **větší rozmanitost na trhu práce**. S rostoucí poptávkou po různých produktech a službách existuje potřeba různorodých profesí a dovedností. Tím vzniká prostor pro různé profesní dráhy a pracovní příležitosti. Lidem se naskýtá možnost vybírat si zaměstnání.

---

52 BAUMAN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta, 2005, s.105.



## 7.1 Individualizace

V knize "Individualizovaná společnost" je pojednáváno o fenoménu individualizace, který představuje osvobození jednotlivce od předem určeného sociálního postavení. Jedinci již nejsou vázáni tradičními předpisy, dědičnými rolemi nebo vrozeným určením. Tento koncept je vystižen slovy: „*Idea individualizace znamená osvobození jedince od předepsaného, zděděného a vrozeného určení, jaké sociální postavení tomu kterému člověku náleží*“<sup>53</sup> Jinými slovy, lidská identita již není automatickou součástí existence, ale stává se úkolem, který má jedinec plnit, přičemž nese odpovědnost za důsledky svých rozhodnutí. Tato individualizace probíhá nezávisle, avšak není izolovaným jevem. Bauman naznačuje, že probíhající individualizace jednotlivce má dopad na celou společnost. V kontextu médií, materiálních věcí a sexuality se jednotlivci snaží nalézt své místo ve společnosti. V této době se obrací do sebe, hledají svou identitu a prožívají své estetické, fyzické a emocionální životy. Začlenění do společnosti probíhá prostřednictvím přesvědčování, které zdůrazňuje, že jedinec jedná pro svůj vlastní prospěch, zdraví, bezpečnost a osobní růst. Pozornost zaměřená na individuum hraje klíčovou roli v procesu individualizace, který je částečně důsledkem množství možností výběru a jejich realizace. Proces výběru ovlivňuje osobnost prostřednictvím svádění, které využívá vlastní zájmy a svobodu jednotlivce. Například cestovní kanceláře nabízejí zájezdy, kde si může každý individuálně upravit návrh trasy. Banky zase poskytují různé produkty, z nichž některé jsou výhodné pro podnikatele a jiné pro běžné občany. Konzumní společnost se tedy v tomto smyslu jeví jako otevřená, neboť umožňuje svobodu výběru. Jednotlivci mají možnost vybírat si produkty a služby v souladu se svými vlastními preferencemi, potřebami a životním stylem. Tato otevřenost výběru zvyšuje důraz na individualitu a umožňuje lidem utvářet své vlastní jedinečné životní cesty.<sup>64</sup>

Konzumní postoj, a individuální konzumní aktivita jsou klíčové faktory, které přispívají k vnímání života jako individuální záležitosti. Často se zdá, že naše identita je utvářena věcmi, které kupujeme a vlastníme. Jak nám připomíná Bauman „*Řekni mi, co kupuješ a kde to kupuješ, a já ti řeknu, kdo jsi.*“<sup>54</sup> V tomto kontextu se naše jedinečnost často vyjadřuje skrze konzumní chování. Naše schopnost řešit osobní problémy, vytvářet si vlastní identitu a formovat se do konkrétního jedince se promítá v našem konzumním chování. To, jak nakupujeme a jakým způsobem utrácíme naše prostředky, vypovídá o našich hodnotách, preferencích a životním stylu. Konzumní společnost nám poskytuje vzory a možnosti, které

---

53 BAUMAN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta, 2005, s 171.

54 Tamtéž, s. 102.

můžeme absorbovat a integrovat do vlastního života. V procesu konzumace nejde pouze o získání materiálních statků; spíše jde o vyjádření naší identity prostřednictvím výběru a kombinace produktů a služeb na trhu. Tímto způsobem konzumní postoj a aktivity odrážejí naši schopnost definovat sebe sama vytvářet si vlastní příběh a prezentovat světu jedinečnost naší osobnosti.



## Závěr

Konzumerismus a jeho složité větve, které pronikají do našich životů, nám otevírají okno do hlubokých otázek týkajících se naší identity a společnosti jako celku. Tato práce si kladla za cíl proniknout pod povrch konzumního fenoménu a podrobit ho kritickému pohledu, abychom lépe porozuměli jeho vlivu na naše morální hodnoty a rozhodování. Analýza základních pojmů spojených s konzumerismem nám pomohla rozpoznat, že konzumace není pouze činem nákupu, ale stává se skutečným rysem našeho životního stylu. Nadspotřeba, konzum a konzumní společnost formují naše každodenní rozhodování a vytvářejí komplexní síť vzájemných vztahů mezi individuálním štěstím a kolektivním materiálním blahem.

Přehled historického vývoje konzumní společnosti ukazuje, že cesta k současnému stavu konzumerismu nebyla náhodná. Transformace naší společnosti vede k otázce, jakým způsobem tato evoluce ovlivnila naše hodnoty a postoj k hmotnému bohatství. Při pohledu do minulosti zjišťujeme, že naše současné chování a preference jsou pevně zakořeněny v historických změnách.

Projevy konzumerismu ve společnosti nás nutí zkoumat, jak se tyto vzorce chování odrážejí v našich morálních hodnotách. Dochází k posunu ve vnímání etických imperativů, ať už ve smyslu udržitelnosti nebo spravedlnosti, ve světle hledání osobního blahobytu. Otázka, zda jsme ochotni udělat kompromisy v oblasti etiky ve jménu svého individuálního štěstí, zůstává jedním z klíčových témat této bakalářské práce. Kapitola, která se věnuje otázce, jak daleko jsme ochotni zajít ve jménu svého štěstí, osvětluje komplexitu lidské podstaty. Konzumerismus nám může nabídnout různé formy uspokojení, avšak v kontextu hledání smyslu života se objevuje otázka, zda skutečně nacházíme trvalou spokojenost ve slepém sledování hmotného blahobytu.

Dále se zamýšlíme nad pojmem "etická spotřeba" jako možnou alternativou k nekritickému konzumu. Jeho filozofické základy mě přivádějí k otázce, zda může být konzum spojen s etikou a udržitelností, nebo jestli je to pouze další fáze vývoje konzumního paradigmatu. Celkově lze konstatovat, že tato bakalářská práce představuje komplexní pohled na konzumerismus, který nejen ovlivňuje naše ekonomické rozhodnutí, ale hlavně formuje naše hodnoty a morální postavení ve společnosti. Doufám, že text poskytne čtenářům podněty k

hlubší reflexi nad vlastními postoji v konzumním světě a přispěje k širší diskusi o možných cestách ke smysluplnějšímu a etičtějšímu životu v éře neustálé konzumace.

## Bibliografie

- BAUMAN, Zygmunt. Individualizovaná společnost. Praha: Mladá fronta, 2005. ISBN 80-2041195-X
- BAUMAN, Zygmunt. Work, Consumerism and the New Poor. 2. Cambridge: Open University Press, 2004. ISBN 9780335215980
- CARRIER, James a Peter . LUETCHFORD. Ethical Consumption: Social Value and Economic Practice. New York: Berghahn Books, 2012. ISBN 978-0-85745-343-3
- Civilizace musí zásadně změnit své chování. Ničení planety zesiluje, burcuje vědci. Novinky.cz [online]. 2017 [cit. 2023-11-10]
- ČÁP, Jan a Jiří MAREŠ. Psychologie pro učitele. 2. Praha: Portál, 2001. ISBN 80-7178-463-X
- DYTRT, Zdeněk. Etika podnikání a veřejné správy. Praha: VUSTE ENVIN, 1997. ISBN 80902356-0-3
- DYTRT, Zdeněk. Manažerská etika IV. díl ...inspirace pro 21. století. Hradec Králové: Wamak, 2007. ISBN 80-86771-23-7
- ERIKSEN, Thomas Hylland. Syndrom velkého vlka: hledání štěstí ve společnosti nadbytku. Brno: Doplněk, 2010. ISBN 978-80-7239-244-5
- FROMM, Erich. Mít, nebo být? Praha: Portál, 2020. ISBN 978-80-262-1646-9
- GALBRAITH, John Kenneth. Společnost hojnosti. Praha: Svoboda, 2007. ISBN 000016654
- GIDDENS, Anthony. Unikající svět: Jak globalizace mění náš život. Praha: SLON, 2000. ISBN 80-85850-91-5
- GORE, Al. Země na misce vah. Praha: Argo, 1994. ISBN 80-85794-21-7
- HADAČ, Emil. Krajina a lidé. Praha: Academia, 1982. ISBN 21-009-82
- HADAČ, Emil. Ohrožená příroda biosféra - člověk - technosféra. Praha: Horizont, 1983. ISBN 40-025-83

HARRISON, Rob, Terry NEWHOLM a Deirdre SHAW. The Ethical Consumer. London: Sage,

2005. ISBN 1-4129-0352-1

KELLER, Jan. Abeceda prosperity. 2. Brno: Doplněk, 2008. ISBN 978-80-7239-227-8

KELLER, Jan. Až na dno blahobytu. 3. Praha: EarthSave CZ, 2005. ISBN 80-903085-7

KUČEROVÁ Stanislava. Výchova k hodnotám. Kam se poděly hodnoty?. Pedagogická orientace, 2005, 2005(3),ISSN 1211-4669

LIBROVÁ, Hana. Pestří a zelení. Kapitoly o dobrovolné skromnosti. 3. Brno: Hnutí Duha, 1994. ISBN 80-85368-18-8.

LIPOVETSKY, Gilles. Paradoxní štěstí: Esej o hyperkonzumní společnosti. 2. Praha: Prostor, 2007. ISBN 978-80-7260-184-4

LIPOVETSKY, Gilles. Říše pomíjivosti: móda a její úděl v moderních společnostech. 2. Praha: Prostor, 2010. ISBN 978-80-7260-229-2

PRŮCHA, Jan, Jiří MAREŠ a Eliška WALTEROVÁ. Pedagogický slovník. 4. Praha: Portál, 2003. ISBN 80-7178-772-8.

ŠPAČKOVÁ, Šárka. CHMELAŘ, Pavel. Informační materiál o Fair Trade [online]. c2006, [citované 18.5.2009]. Dostupné z: < <http://www.fairtrade-asociace.cz/download/manual.pdf>

VÁGNEROVÁ, Marie. Psychologie osobnosti. Praha: Karolinum, 2010, ISBN 80-7178-308-0

ZELENKA, Jaroslav. Nečekaný lék. 2. Brno: CPress, 2015. ISBN 978-80-264-0813-0

Z popelnice do lednice: Taste The Waste [online]. In: THURN, Valentin Thurn. 2010 [cit. 2023-10-03]