

**Česká zemědělská univerzita v Praze**

**Provozně ekonomická fakulta**

**Katedra humanitních věd**



**Bakalářská práce**

**Negativní dopady konzumerismu na udržitelný rozvoj**

**Jiřina Urgošíková**

© 2021 ČZU v Praze



## ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Jiřina Urgošiková

Ekonomika a management  
Provoz a ekonomika

Název práce

**Negativní dopady konzumerismu na udržitelný rozvoj**

Název anglicky

**Negative effects of consumption on sustainable development**

---

### Cíle práce

Cílem práce je přiblížit téma konzumerismu a zjistit povědomí vybraného zkoumaného souboru obyvatel o dané problematice.

### Metodika

V teoretické části byl použit sběr informací z odborných literárních a internetových zdrojů. Vlastní výzkum v praktické části byl proveden dotazníkovým šetřením. Analýzou výsledků tohoto šetření byly potvrzeny či vyvráceny hypotézy stanovené v úvodu praktické části.

## Doporučený rozsah práce

30 – 40 str.

## Klíčová slova

Konzumní společnost, hyperspotřeba, reklama, média, globalizace, životní prostředí, korporátní společnost, ekologie, ekonomika.

---

## Doporučené zdroje informací

GILLES LIPOTEVSKY, Paradoxní štěstí. Prostor v Praze, 2007. ISBN 978-80-7260-184-4

KOHÁK ERAZIM, Zelená svatozář. Sociologické nakladatelství (SLON) v Praze, 2011, ISBN 978-80-85850-86-4

ŠMAJS JOSEF, BINKA BOHUSLAV, ROLNÝ IVO, Etika, ekonomika, příroda. Grada Publishing, a.s. v Praze, 2012. ISBN 978-80-247-4293-9

---

## Předběžný termín obhajoby

2020/21 LS – PEF

## Vedoucí práce

Mgr. Jan Brabec, Ph.D.

## Garantující pracoviště

Katedra humanitních věd

Elektronicky schváleno dne 22. 1. 2021

**prof. PhDr. Michal Lošťák, Ph.D.**

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 2. 2. 2021

**Ing. Martin Pelikán, Ph.D.**

Děkan

V Praze dne 21. 03. 2021

### **Čestné prohlášení:**

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Negativní dopady konzumerismu na udržitelný rozvoj“ jsem vypracovala samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu literatury na konci práce. Jako autorka uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.3.2021

---

Jiřina Urgošíková

**Poděkování:**

Ráda bych touto cestou poděkovala Mgr. Janu Brabcovi, Ph.D. za konzultace a cenné rady, které mi dopomohly k vytvoření bakalářské práce.

## **Negativní dopady konzumerismu na udržitelný rozvoj**

### **Abstrakt**

Tato bakalářská práce se zabývá problematikou negativních dopadů konzumerismu na udržitelný rozvoj a dotazníkovým šetřením. Cílem práce je přiblížit téma konzumerismu a zjistit povědomí vybraného zkoumaného vzorku obyvatel České republiky o dané problematice. V rámci teoretické části je čtenář seznám s problematikou. Praktická část je věnována výsledkům dotazníkového šetření, jejich analýze a vyvrácení či potvrzení stanovených hypotéz.

### **Klíčová slova:**

Konzumerismus, negativní dopady, růst, spotřeba, udržitelný rozvoj

## **Negative effects of consumerism on sustainable development**

### **Abstract:**

This bachelor thesis deals with the issue of negative impacts of consumption on sustainable development and a questionnaire survey. The aim of the thesis is to approach the topic of consumption and to find out the awareness of a selected sample of the population of the Czech Republic about the issue. In the theoretical part, the reader is acquainted with the issue. The practical part is devoted to the results of the questionnaire survey, their analysis and refutation or confirmation of established hypotheses.

### **Keywords:**

Consumerism, negative effects, growth, consumption, sustainable development



## Obsah

1. Úvod:.....	10
2. Cíl práce a metodika:.....	11
3. Charakteristika a vývoj:.....	12
3.1 Vývoj v České republice:.....	16
4. Příčiny konzumerismu:.....	17
4.1 Potřeba (s)potřeby:.....	17
4.2 Hlad vs. chuť:.....	19
4.3 Masová média:.....	21
5. Negativní dopady konzumerismu:.....	24
6. Řešení globálních problémů.....	37
7. Vlastní práce.....	43
8. Výsledky a diskuze:.....	57
9. Závěr:.....	60
10. Bibliografie.....	61

### Seznam obrázků:

Obrázek 1 Makroekonomický koloběh.....	18
----------------------------------------	----

### Seznam tabulek:

Tabulka 1: Věk respondentů.....	43
Tabulka 2: Komu a čím jste v poslední době udělali radost?.....	46
Tabulka 3: Zajímáte se aktivně v jakém stavu je životní prostředí?.....	51
Tabulka 4: Odpovědi ohledně informovanosti respondentů o problematice konzumerismu.....	54
Tabulka 6: Vliv problematiky konzumerismu na ochranu životního prostředí I.....	55
Tabulka 7: Vliv problematiky konzumerismu na ochranu životního prostředí II.....	56

Seznam grafů:

Graf. 1: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů.....	44
Graf. 2: Zaměstnání respondentů .....	45
Graf. 3: Nakupujete rádi? .....	47
Graf. 4: Podle čeho si nejčastěji vybíráte nakupované zboží? .....	47
Graf. 5: Koupili jste si někdy zboží jen proto, že bylo cenově výhodné? (Jinak byste si ho nekoupili.) .....	48
Graf. 6: Dáváte přednost nebalenému zboží?.....	48
Graf. 7: Jak často vyhazujete prošlé nebo zkažené potraviny, které jste si nakoupili a nestihli je spotřebovat? .....	49
Graf. 8: Dáváte přednost značkovému zboží?.....	49
Graf. 9: Nakoupili jste si někdy neplánovaně zboží na základě interaktivní reklamy či jiného inzerátu nějakého velmi výhodného produktu na internetu? (Zobrazené např. na soc. sítích či jiných navštěvovaných stránkách.) .....	50
Graf. 12: Kdo myslíte, že může nejvýrazněji zlepšit zhoršující se stav životního prostředí? .....	51
Graf. 13: Jaký myslíte, že je největší problém spojený s negativním dopadem konzumerismu? ....	52
Graf. 14: Jaký problém z předchozí otázky se nejvíce dotýká přímo Vás? .....	53

## **1. Úvod:**

Současní konzumenti přizpůsobují svůj životní styl nejnovějším trendům. Nakupují nové zboží dříve, než to staré doslouží. Podstatou konzumních společností se stalo zvyšování životní úrovně a růst HDP. Již se nejedná o uspokojení základních existenciálních potřeb, ale o uspokojení uměle vyvolávaných tužeb. Spotřeba se pro mnohé lidi stala téměř fyziologickou nutností. Konzumní společnost si začala libovat v hmotném pohodlí a moderním vybavením domácnosti. Se vznikem reklamy se zrodila každodenní stimulace tužeb prostřednictvím mediální ukázky snu o konzumním štěstí. Tato obrovská výroba, nadspotřeba, plýtvání apod. se však neobejde bez negativních dopadů na celou civilizaci a dokonce i planetu.

## **2. Cíl práce a metodika:**

### 2.1 Cíl práce a metodika:

Cílem práce je přiblížit téma konzumerismu a zjistit povědomí vybraného zkoumaného souboru obyvatel o dané problematice.

### 2.2 Metodika:

V teoretické části byl použit sběr informací z odborných literárních a internetových zdrojů. Vlastní výzkum v praktické části byl proveden dotazníkovým šetřením. Analýzou výsledků tohoto šetření byly potvrzeny či vyvráceny hypotézy stanovené v praktické části.

### 3. Charakteristika a vývoj:

Sociologický slovník pojmů definuje konzumerismus jako: „sklon orientovat se v chování a prožitcích především na ty hodnoty, které jsou spojeny s konzumním způsobem života. Jedním z projevů konzumerismu je i demonstrativní spotřeba, v níž se konzum stává odznakem společenského postavení.“ (Jandourek, 2012 str. 134)

Sojka (2017) uvádí, že Konzumerismus pochází z latinského slova *consumare*, což znamená spotřebovat. Je formulován nadměrnou spotřebou statků a požitků za záměrem zvyšování osobního štěstí jednotlivce. Nadměrné nakupování, tedy hyperspotřeba, pod vlivem marketingu, vede k rostoucímu znečištění životního prostředí a vyčerpání neobnovitelných zdrojů. Plýtvání tvoří nadměrné množství odpadu, který nemizí. Vývoj založený na ekonomickém růstu se negativně a nezvratně podepsal na fungování naší planety. Vznikl tedy globální problém udržitelného rozvoje. Snahou udržitelného rozvoje je tedy odstranit nebo zmírnit tyto negativní dopady.

Podle Hlubinkové a kol. (2008, s. 107) konzumní styl života se začal rozšiřovat ve 20. století v 50. letech v Americe a v 60. letech v Evropě. Socialistické Československo zasáhl určitým způsobem v 70. letech. Ačkoliv, jak uvádí Bataille (1998), sklony k plýtvání jsou k nalezení v určité formě tzv. potlače již dříve.

Lipovetsky (2007, s. 30) rozdělil vznik současné konzumní společnosti do třech vývojových fází. První fázi vymezil na počátek 19. století, jelikož vznikala v souvislosti s rozvojem průmyslové revoluce, kdy se proměnilo zemědělství, výroba, těžba, doprava a další hospodářské sektory, a trvala až do konce druhé světové války.

Jindra (2015, s. 20-25) popisuje změny v důsledku průmyslové revoluce. Došlo k zásadním společenským, kulturním a politickým proměnám. Moderní infrastruktura dopravy a komunikace (železnice, telegraf a telefon) přispěla ke vzniku velkoobchodu a otevřela cestu k masové produkci. Došlo k přechodu od ruční výroby k tovární a strojní velkovýrobě. Vznikly stroje schopné nepřetržité výroby, to přispělo k vzrůstající dělbě práce a specializaci. Významnou roli hrály nové vědecké a technologické objevy.

První fáze, podle Lipovetského (2007, s. 32-36), vedla ke vzniku moderního spotřebitele a masové výroby. Konzumní ekonomika potřebovala nové pojetí obchodu, které bylo spojeno s marketingovým objevem, že vyššího zisku lze dosáhnout prostřednictvím většího objemu prodeje a snížením ceny, proto se výrobky staly masově dostupnými. Čím dál více lidí se dostávalo k výrobkům dlouhodobé spotřeby. Avšak většina společenských vrstev si stále nemohla dovolit moderní zboží. Tudiž především nakupovali lidé z vyšších městských vrstev. Pro ilustraci v roce 1929 ve Spojených státech vlastnilo automobil devatenáct obyvatel ze sta, ve Francii a Velké Británii to byli jen dva. V roce 1932 na deset tisíc obyvatel ve Spojených státech připadá 740 vysavačů, 1 580 žehliček a 180 elektrických sporáků. Ve Francii elektrické spotřebiče zůstávaly dlouho luxusem, ještě v roce 1954 vlastnilo ledničku pouhých 7% domácností (Lipovetsky, 2007, s. 32).

Koncem 19. století dostaly výrobky jména. Vyráběly a prodávaly se hromadně, v jednotlivém balení a nově pod známou značkou podpořenou reklamou. Poprvé v dějinách reklama dostala samostatný rozpočet. Vznikaly a získávaly si proslulost značky jako Coca-Cola, American Tobacco, Heinz apod. Značka, balení a reklama vedla ke zrodu moderního spotřebitele, konzumenta výrobních značek, kterého především vychovává a svádí právě reklama, neboť zboží začal posuzovat podle jména (Lipovetsky, 2007, s. 34).

Mlejnek (2013) popisuje počátek 20. století, kdy vznikl fordovský model řízení. Henry Ford byl americký podnikatel, zakladatel světoznámé značky automobilů, který jako první vytvořil masovou poptávku a zároveň zjistil, jak ji uspokojit. Pomocí zmechanizovaného postupu založeného na technologii pásové výroby - jednoduchých, stále opakovaných pracovních úkonech, byl schopný produkovat obrovské série cenově dostupných výrobků.

Dle Lipovetského (2007, s. 36-37) kolem roku 1950 nastala druhá radikální fáze vyústující v kulturní zlom, trvající zhruba třicet poválečných let. Charakteristické pro tuto fázi je hospodářský růst, kvalitativní zvýšení produktivity práce a rozšíření fordovského modelu řízení. Obecné rozšíření organizace výroby umožnilo nárůst produktivity práce a mezd, a tudíž i růst kupní síly zaměstnanců. Moderní zboží, tedy automobil, televizi nebo domácí elektrospotřebiče si mohl pořídit téměř každý. Význam spotřeby se zvednul a změnila se její struktura. Produkty dlouhodobé spotřeby nakupovaly všechny společenské

vrstvy. Zrodila se společnost masové spotřeby. Pro představu se ve Francii snížil podíl potravin na nákladech za domácnost ze 49,9% v roce 1950 na 20,5% v roce 1980, zatímco konzumace zboží dlouhodobé spotřeby v letech 1959-1973 každoročně stoupla o 10,3% (Lipovetsky, 2007, s. 37).

Podobné mechanismy racionalizace, jako u fordovského výrobního systému, si osvojila i velkodistribuce, která začala využívat množstevních úspor, vědeckých metod řízení a organizace práce, intenzivní dělby úkolů, zvýšeného objemu prodeje za nízké ceny s nízkou marží a rychlého obratu zboží. Vznikly samoobsluhy, supermarkety a hypermarkety. V roce 1957 vznikl ve Francii první supermarket, ve Spojených státech jich bylo již dvacet tisíc. První hypermarket byl ve Francii otevřen v roce 1963 a v roce 1980 jich bylo provozováno již 426 (Lipovetsky, 2007, s. 38).

Pro Českou republiku byl přelomový rok 1989, jak uvádí Kušková (2009, s. 6) ve svém článku, protože v tom roce proběhla Sametová revoluce a země se ve vývoji spotřeby po čtyřicetiletém komunismu začala rychle měnit, neboť v ekonomicky nefunkčním komunistickém režimu byl nedostatek spotřebního zboží.

V roce 1900 byla Česká republika součástí Rakousko-Uherské monarchie, většina obyvatel žila na venkově a hrubý domácí produkt byl zhruba na úrovni dnešních rozvojových zemí (rovněž i ve většině evropských zemí). V 19. století byla Česká republika nejvyspělejší zemí Rakouska-Uherska a v době před druhou světovou válkou patřila mezi nejvyspělejší země Evropy, tudíž měla velké předpoklady pro ekonomickou vyspělost a tedy i pro vysokou spotřebu (Kušková, 2009, s.8).

Hlavním cílem poválečného komunistického režimu (1948-1989) bylo primárně budování těžkého průmyslu jako základu vojenské síly. Upřednostňovali se objemy sourodých výrobků před rozmanitostí zboží a služeb.

Lipovetsky (2007, s. 39, 41) ve druhé vývojové fázi popisuje systematické zkracování životnosti zboží, které začalo vycházet z módy vlivem rychlé obměny modelů a stylů. Masový marketing z první fáze vystřídal marketingové strategie zaměřující se na věk spotřebitele a společensko-kulturní okolnosti. Společnost si začala libovat v hmotném pohodlí a moderním vybavení domácností. Řídila se spíše logikou kvantity než kvality v oblasti ekonomiky i techniky. Žádala si stále více pohodlí, stále více věcí a stále více zábavy.

Ve Francii v rozmezí let 1952-1972 vzrostly náklady na reklamu na pětinasobek. Nastalo za pomoci reklamy tzv. „vytváření umělých potřeb“, kde působily všudypřítomné svody a stimulace tužeb. Každodennost začala být prosycena představami konzumního štěstí, obrazem luxusních dovolených či snech o exotických plážích, výraznou mladistvou módou apod. Vznikla společnost zaměřena na zlepšování životní úrovně, která začala být terčem velkého množství reklamních výzev. V šedesátých letech v USA čelila průměrná rodina minimálně patnácti set výzvám denně. „Konzumní společnost vytvořila ve velkém chronickou touhu po zboží, vyvolala epidemii nákupního viru a vášně po novotách, prosadila životní styl ukotvený v materialistických hodnotách.“ (Lipovetsky, 2007, s. 41)

Zkrátka druhá fáze je charakterizována touhou po předmětech, hojnosti, nakupováním, plýtváním, sexuální revolucí a zvyšováním potřeb provázené komercializací a všudypřítomnými reklamními svody. Zrodila se každodenní stimulace tužeb prostřednictvím mediální ukázky snu o konzumním štěstí. Reklamní expanze představovala zboží vyvolávající emoce. Dle filozofa se jednalo o fázi, která spojuje fordovský systém se systémem prosazující módu, do kterého se zapojila celá ekonomická soustava. Každý musel začít čelit výzvám, aby si nakoupil vytoužený artikl okamžitě i třeba za využití půjček.

V České republice, podle Kuškovy (2009, s. 12), až po roce 1989 došlo k výrazné proměně spotřeby. Po pádu Komunistů, kdy nebylo dostupné téměř žádné zboží, domácnosti neměly dostatek financí, nastalo období vysoké spotřeby. Český spotřebitel byl velmi snadno manipulovatelný, a tudíž silný vliv měla reklama. Nastala velmi rychlá změna od „komunismu“ ke „konzumismu“.

Třetí fázi Lipovetsky (2007, s. 46-57) stanovil od konce 70. let 20. století. Jedná se o novou historickou etapu, kdy na světlo vycházejí nové tužby a nové postoje spotřebitelů. Zvyklosti a rozlišnost společenských tříd se navzájem mísí a konzumenti jsou nestálí a hůře předvídatelní. Dokážou se lépe rozhodnout mezi nabídkami a preferují kvalitu života a zdraví. Spotřeba se odvíjí od individuálních cílů, zálib a kritérií. Lidé chtějí stále více dosáhnout uspokojení po emocionální stránce, ale již ne z důvodu předvádění se, aby se ukázali před ostatními či dali najevo své společenské postavení, ale spíše z důvodu vazby na momentální přání a ve snaze o předpokládaném potěšení z nového zboží. Od spotřebovávaného zboží dnes více očekávají zajištění větší nezávislosti a mobility,



působivé dojmy a zážitky, kvalitnější život, trvalé mládí a zdraví. Společenské odlišení zůstává i nadále důležité, ale představuje již jen jednu z mnoha možných motivací. Nadspotřeba se zaměřuje na uspokojení vyšších, nahodilých a uměle vytvořených potřeb. Spotřebitelé se často řídí poslední módou, přizpůsobují životní styl nejnovějším trendům. Nakupují nové zboží dříve, než to staré doslouží. Do popředí vstupují individuální cíle, záliby a chování. Individualizace však neznamená izolaci nebo stranění se kolektivu. Spotřebitel i nadále vyhledává společenské akce, slavnostní atmosféru, rozkoš z živých koncertů, diskoték, restaurací a módních lokalit. Nové komunikační prostředky zrychlují kontakt mezi lidmi a umožňují stimulaci vlastního já.

V současném světě „zábavy“ jde o přechod slastí do soukromé oblasti, o individualizaci a komercializaci volného času. Centrum ekonomické aktivity tvoří film, hudba, móda, luxus, turistika apod. Kult značek přispěl k tlaku na individualizační princip, k boření tradic a na hypermoderní nejistotu, kterou vyvolal rozpad rysů kolektivního kulturního základu. Rozpadl se systém, který dříve určoval kolektivní normy a zásady, významové jistoty a způsoby života, které umožňovaly jednoznačně odlišit vkus a nevkus, co je elegantní a co je vulgární, co je šik a co je obyčejné apod. (Lipovetsky, 2007, s. 56). Vznikly neregulované, mnohostranné systémy, místy s nejasnými způsoby třídění, které zůstávají na uvážení jednotlivce.

Hlavním rysem průměrného člověka zahlceného zbožím v prosperujících společnostech se stala, i přes uspokojení z dosaženého materiálního blahobytu, nespokojenost a nevrlost. Zvyšuje se nervozita ke vztahu k práci a vlastní budoucnosti, ztrápenost duše, dopadající úzkosti a další vnitřní útrapy. Vypovídá o tom rostoucí množství lidí s depresemi či úzkostmi a též se zvyšuje konzumace psychotropních léků nebo užívání omamných látek, což se stalo běžným normálem. (Lipovetsky, 2007, s. 220-221)

### **3.1 Vývoj v České republice:**

Dle Kuškové (2009, s. 12, 13), v prvních letech po revoluci, bylo chování spotřebitelů poznamenáno psychologickou nejistotou z možných dopadů transformačních kroků a dělením Československého státu a měny.

V roce 1990 byl značný prudký růst spotřeby domácností, zejména nákupem spotřebního zboží a s tím spojený i pokles úspor. Pomalu se zvyšovala nabídka spotřebního zboží na trhu, ale také rostla nezaměstnanost a mezi občany rostla nejistota. V roce 1991 domácnosti začaly omezovat spotřebu a došlo k růstu úspor. Stejným trendem pokračovali i následující rok, jeden z hlavních důvodů byl nejistota z očekávaného dělení státu a měny. Rokem 1993 však začíná masivní spotřeba zboží dlouhodobého užívání, na kterou měla vliv zvyšující se masová nabídka atraktivního zboží a služeb, růst reálných příjmů, rychlý rozvoj výstavby a prodeje bytů podporovaný nabídkou nových finančních produktů.

V této době se zrychloval růst bohatství českých konzumentů, kteří hromadili moderní zboží, jako jsou elektronické spotřebiče, počítače, automobily a rovněž nakupovali byty. Poměrně nedávno ještě nebylo běžné, aby průměrná domácnost vlastnila počítač nebo mikrovlnou troubu.

Pro ilustraci, Český statistický úřad (2016) uvádí, že v roce 1995 vlastnilo 13 domácností ze sta mikrovlnou troubu, v roce 2005 jich bylo již 38 a v roce 2015 byl nárůst na 86. V roce 1999, podle Českého statistického úřadu (2019), vlastnilo osobní počítač 14 domácností ze sta, v roce 2005 jich bylo 38 a v roce 2018 jich bylo již 78 a podobný podíl domácností má také připojení k internetu (81).

Podle Kuškové (2009, s. 13), růst spotřeby stále trvá. Český zákazník se stále orientuje podle ceny, ale s růstem příjmů se čím dál více zaměřuje na kvalitu výrobků, zdravý životní styl a kvalitu potravin a roste poptávka po novém a dostupném luxusu.

#### **4. Příčiny konzumerismu:**

V následujících kapitolách jsou popsány možné motivy konzumentů k hyperspotřebě, nastíněno fungování ekonomického systému a fungování a manipulace masmédií.

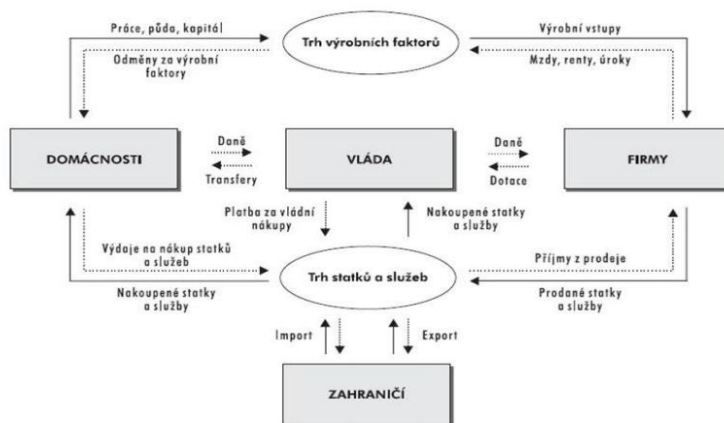
##### **4.1 Potřeba (s)potřeby:**

Dle Švarcové (2015, s. 6-7) k přežití a dalšímu rozvoji lidé potřebovali nalézt systém, který spojí jejich síly a umožní efektivně využít dostupné zdroje. Historicky existovaly různé ekonomické systémy, které se časem vyvíjely a byly nahrazovány modernějšími. Ekonomické systémy odpovídají na otázky: co a kolik se má ve společnosti

vyrábět; jak vyrábět, s jakou technologií a s jakými výrobními faktory; jak se rozdělí to, co bylo vyrobeno. Dnes se v praxi ve většině států hovoří o tzv. smíšeném ekonomickém systému. Jedná se o systém, kde je produkce řízena trhem, tedy nabídkou a poptávkou, ale je regulována a doplňována o zásahy vládou.

Pavelka (2007, s. 9-11) popisuje ekonomický systém, jako systém, v němž se střetávají miliony ekonomických subjektů a probíhají zde miliony transakcí. Souhrnné zachycení ekonomiky je nemožné, pro ilustraci však lze zakreslit zjednodušený model, který znázorňuje obr. č. 1 Makroekonomický oběh.

Obrázek 1 Makroekonomický koloběh



Zdroj: Pavelka, 2007, s. 10

Mezi čtyři základní typy makroekonomických subjektů patří: domácnosti, firmy, vláda a zahraničí. Mezi nimi se uskutečňují reálné toky (toky zboží a služeb, výrobních faktorů) a peněžní toky (toky důchodů a plateb). Na trh výrobních faktorů přicházejí se svou nabídkou práce, půdy a kapitálu domácnosti a firmy zde vytváří poptávku po těchto výrobních faktorech, pronajímají si je a vytváří pomocí nich svou produkci. Domácnosti za to dostávají od firem odměny, tedy důchody (mzdy za výrobní faktor práci, renty za výrobní faktor půdu a úrok za výrobní faktor kapitál). Na trhu statků a služeb firmy nabízejí svou produkci a domácnosti zde tvoří poptávku po vyrobené produkci a nakupují jej za odměny, které obdržely od firem. Subjekt zahraničí vytváří na trhu statků a služeb poptávku ve formě exportu i nabídku ve formě importu. Vláda na trhu statků a služeb vytváří stranu poptávajících.

Zapojit se do ekonomického systému státu přináší obyvatelům výhody, jako jsou vzdělání, ochrana, zdravotní péče, sociální péče apod., jež jsou financovány z příjmů

prostředků, které přerozděluje vláda. Své příjmy vláda získává především z daní od domácností a firem.

Největšími plátcí daní v České republice, dle Aktuálně.cz (2019), jsou korporátní nadnárodní společnosti, pro představu mezi první tři v roce 2018 patřila skupina Škoda, která odvedla 9 073 075 412 Kč, skupina Česká spořitelna s odvodem 3 516 506 930 Kč a skupina ČSOB s odvodem 3 354 239 318 Kč.

Za část příjmů vláda nakoupí statky a služby a zbytek poskytne zpět domácnostem ve formě transferů nebo firmám v podobě dotací. Hlavním cílem firem je maximalizace své tržní hodnoty a tvorba zisku. Proto podniky potřebují zajistit odbyt pro své produkty, tedy snaží se zaujmout převážně pomocí reklamy své potencionální zákazníky a přesvědčit je ke koupi vytvořených produktů, které slibují většinou nějaký užitek či uspokojení: jednodušší život, větší pohodlí či určitou společenskou prestiž apod. Zákazníci mají na výběr z mnoha výrobků pro osobní využití či zjednodušení práce a ušetření času, tím získávají přístup k určitému životnímu komfortu a pohodlí. (Pavelka, 2007)

Podle Rolného a Laciny (2004, s. 16) ekonomika a trhy mají své důležité místo v systému vývoje společnosti, avšak nikdy nedokážou odpovědět na otázky, kde končí uspokojení potřeby a začíná nenasytnost, zda požadavky zákazníků vychází ze základních potřeb či luxusních přání. Též trhy nedokážou určit hranice únosnosti zatížení naší planety, těžby omezených přírodních zdrojů apod.

#### **4.2 Hlad vs. chuť:**

Podle Hlubinkové (2008, s. 107) je touha spotřebovávat dána vývojem společnosti. Současné lidstvo ve vyspělých společnostech je náročnější v uspokojování svých potřeb, tato náročnost se racionálně zvyšuje vývojem a vědeckými poznatky. Již se nejedná o uspokojení základních existenciálních potřeb, ale o uspokojení pocitů, které jsou komerčně představovány jedinci. Spotřeba je pro většinu lidí téměř fyziologickou nutností, která si

vyžaduje spotřebovat či vlastnit určitý předmět. Najít hranici mezi vlastněním, které zahrnuje existenciální a skutečné potřeby, a vlastněním, kam spadají potřeby vyvolané okolím, je obtížné, neboť jde o subjektivní pocity.

Georges Bataille (1998, s. 32) své úvahy o spotřebě, tedy o všeobecné ekonomii<sup>1</sup> započíná u nejspodnějších vývojových složek. Nadspotřeba podle něho tedy vzniká již na úrovni rostlinných a živočišných mikroorganismů. Uvádí zvláštní prvek zemské aktivity (v produkci a užití bohatství), který je výsledkem energie způsobující pohyb. Energie musí být určitým způsobem vždy vyplývána. Člověk se této energie zmocňuje a vynakládá ji za účelem svých zájmů. Energie však nikdy nepředstavuje rovnováhu mezi příjmem a výdajem: „živý organismus v principu získává více energie, než je nutné k udržení života: přebytečná energie (bohatství) může být užita k růstu systému;“. (Bataille, 1998, s. 24) Pokud by přebytek energie nemohl být užit k růstu, je nezbytně nutné, aby byl i bez prospěchu vyplýván, vědomě či nevědomě spotřebován. Ať už se vši slávou či ve formě katastrofy. Filozof Bataille (1998, 33-34) popisuje proces vývoje organismu, ve kterém dochází k vzrůstajícímu tlaku, prvním důsledkem tlaku je samotný růst, který se projevuje rozmnožováním, ale i rozpínáním organismu v prostoru, kde je omezen lokálními mezemi růstu. Nadbytek tedy vzniká ve chvíli, kdy je růst jednotlivce nebo skupiny omezen jiným jednotlivcem nebo skupinou. Při přechodu k celku je omezen vnějšími podmínkami, globální růst je limitován zemským povrchem.

Filozof dále staví do kontrastu běžnou ekonomii, kde je podstatou růstu kumulace kapitálu a případně jeho devalvace, s podstatou tzv. potlače, tedy jakéhosi triumfální plýtvání nakumulovaného bohatství pod sociálním tlakem, a to za účelem zachování stability společenské hierarchie. Dále je také charakterizován, jako soupeření v plýtvání a pompézností daru, jenž má hodnotu pouze ve veřejném předvádění se.

Pan doktor Brabec (2007) ve svém článku uvádí, že tyto prvky konzumního chování, ve smyslu demonstrativní spotřeby (jako způsobu prezentace společenského postavení), je možné najít u časově a kulturně nám vzdálených indiánských kmenů severozápadního pobřeží Severní Ameriky. Závěrem však ve srovnání tehdejšího konzumerismu s dnešním pojetím nachází podstatný rozdíl: „V prvním je spotřeba součástí instinktivního

---

<sup>1</sup> Pod pojem „všeobecná ekonomie“ Bataille zahrnuje pohyb, který je způsoben energií veškerého života na zemi, organismus od flory a fauny až po člověka.

praktického iracionálního „rozumění“ sobě v universu, v druhém případě patrně zaplněním jistého prázdna, které se v našem životě objevilo poté, co jsme se nakonec „osvobodili“ i od práce.“ (Brabec, 2007)

Podle Sedláčka (2017, s. 150), má současná společnost k nasycení potřeb či spokojenosti daleko. A právě nespokojenost je hnacím motorem, jak lidské spotřeby, tak pohonem pokroku, vývoje a ekonomického růstu. Lidé dříve žili v domnění, že uspokojení jejich přání je otázkou nasycení jejich potřeb, ale dnes se ukazuje v naší materiálně bohaté společnosti, že se mýlili. Potřeba tvoří další potřebu. Poptávka (touha, chtíč) roste s každým dalším soustem, pocit štěstí se často schovává spíše v hledání než v nalézání. Zdá se, že člověk není schopen rozlišit svůj vlastní bod blaha, spokojenosti nebo nasycení.

Problémem tedy je otázka, do jaké míry by se lidé měli oddávat takřka vrozené vlastnosti chtít více a odkdy by se měli naučit sami sebe omezovat. Podle ekonomů by člověk neměl chtít vše, co chtít může.

### **4.3 Masová média:**

Masmédia, podle Ftoroka (2012, s. 144) poskytují aktuální zpravodajské, dokumentární, naučné, ale i zábavné informace ze světa a o světě kolem nás. Ovšem mediální zobrazení reality je spíše přefiltrovaným obrazem skutečnosti nebo jednou z možností jejího vysvětlení. Novináři a majitelé médií mají velký vliv na veřejném mínění a politice, jelikož do velké míry ovlivňují to, nad čím veřejnost přemýšlí, a to v důsledku aktivního zavádění témat na stránky novin a časopisů, internetu a na televizní obrazovky. Média v podstatě ukazují i to, co je normální, a co ne.

V moderní společnosti jsou masmédia rozhodujícím komunikačním kanálem. Téměř všichni lidé sledují televizi, čtou noviny nebo časopisy, brouzdají internetem apod., proto mají zásadní vliv na utváření společenského povědomí a mínění.

Cílem a smyslem mediální manipulace je informovat a ovlivnit jednotlivce, konkrétní cílovou skupinu nebo celou společnost. Často a rádi pracují s vypjatými emocemi, jako jsou například odhodlání, přesvědčení a současně vyvolávají racionální pocity a reakce. Informace z médií může být příjemci poskytnuta mnohdy netransparentními, záludnými způsoby (nepřesná, zavádějící zmínka, nečitelný zdroj apod.). Mediální manipulace je většinou využívána s cílem dosažení společenské kontroly

nejčastěji v politické souvislosti. Manipulace může být definována, jako metoda ovlivňování cílové skupiny, jejímž výsledkem je výrazná změna v názorech a postojích dotyčných této skupiny, aniž by si to sami uvědomovali. Manipulovaný člověk většinou věří tomu, že on sám je původcem určitého jednání, že jeho rozhodnutí je projevem jeho vlastní vůle. Faktem ale je, že se chová podle plánu cizího autora (manipulátora) (Ftorek, 2012 s. 65). Primární cíl médií ovšem není informovat a bavit, ale hlavně vydělávat (s výjimkou veřejnosprávních médií, které jsou financovány z komisionářských poplatků), jedná se o podnikatelskou činnost. Inzerenti zboží hromadné spotřeby nebo vládní organizace využívají masová média, jelikož přitahují velké množství příjemců, kteří jsou potencionálními konzumenty jejich produktů. Proto jsou mediální sdělení proscena placenou reklamou, z které média získávají hlavní zdroj příjmu. Ostatní příjmy, jako je například zisk z prodaných výtisků či předplatného, tvoří jen malou část. (Ftorek, 2012 str. 154)

Ovšem, podle Lipovetského (2007, s. 195-200), to již dnes reklama nemá tak jednoduché, jako dříve ve svých „zlatých“ časech druhé vývojové fáze konzumní společnosti. Hyperkonzument se vyvinul z pasivního a libovolně tvárného jedince do aktivního aktéra, jehož záliby a zájmy, hodnotové žebříčky a dispozice filtrují všechny reklamní sdělení, kterým je vystaven. Vybírá si a věnuje pozornost, jen tomu, co rezonuje s jeho preferencemi. Hyperkonzument je přesycen výrobky a na reklamní atakování je často alergický. Proto se moderní reklama nesnaží oslavovat výrobek, ale přinést obměnu, rozptýlit a získat konzumentovu pozornost za využití různých technik (například odklon od tématu, posměch či provokace).

Podle Ftorka (2012, s. 160-161) pro dosažení ovlivnění mínění je potřeba, aby divák sdělení přijal, s jeho obsahem se identifikoval a následně reagoval podle potřeby a očekávání zadavatele, který informaci vytvořil či zpracoval a zanesl do oběhu. Pro úspěšné převzetí informace respondentem je důležitá kvalita, tedy důvěryhodnost informačního zdroje, dostupnost alternativních informací a charakter samotného prostředí příjmu. „Reklama je nejčastější formou ekonomické či politické propagandy, pobídkou k akci.“ (Ftorek, 2012, s. 178) Její hlavní význam je tedy vyvolat potřebu nebo touhu a následně žádoucí nákup inzerovaného zboží nebo služby. Ftorek (2012, s. 178) dále říká: „Reklama

svým způsobem potvrzuje, že vlastně každé médium je „*prodejcem*“ nějakého konkrétního produktu, ať se jedná o hodnoty, normy nebo pohled na smysl lidské existence.“.

Podle Lipovetského (2007, s. 52) se v marketingu rozvinula myšlenka emocionálního konzumenství, která používá metody umožňující spotřebitelům nashromáždit citové, představitelné a smyslové zážitky. Firemní značky za pomoci marketingu smyslů či zážitků působí na smyslové a citové vnímání spotřebitelů. Využívají k tomu např. retromarketing, který se zaměřuje na tzv. „kulturní kořeny“ či nostalgie nebo cílí na občanskou odpovědnost, ekologii či ochranu zvířat atd. Neustále se snaží vylepšovat vzhled a tvar, chuť a vůni výrobků i obchodních míst.

Ftorek (2012, s. 138) zmiňuje obchodní společnosti, které velmi pečlivě hodnotí způsoby propagace, investice do reklamy, jejich efektivitu a návratnost. Marketing se stále více zaměřuje na propagaci v oblasti PR.<sup>2</sup> Souhrnný publikovaný obraz podniků a jejich produktů na publikum působí důvěryhodněji než klasická reklama, tudíž dosahují účinnějšího ovlivnění mínění a následného konzumního nebo jinak žádoucího chování cílové veřejnosti.

Fungování marketingu v praxi, podle Ftorka (2012, s. 140-141), může vypadat následovně: Marketingové oddělení má za úkol uvést na trh nový výrobek: nealkoholický energetický nápoj pro teenagery pod marketingovým označením FedroJam. Po doporučení marketingu je odsouhlasena celoplošná marketingová kampaň. Zprvu se v tištěných i elektronických médiích, tedy na billboardech, v novinách, časopisech, na internetu, v rozhlase i v televizi, objeví reklamní sdělení a ilustrace o aktivním a bezstarostném životním stylu, jehož znakem je nový, osvěžující a energetický nápoj pro mládež FedroJam. Následně reklamní sdělení doplňují PR aktivity, tedy solidní redakční statě v novinách a časopisech, kde také zazní, že energetické drinky, zejména ty nově uvedené na trh, ráda konzumuje veřejně známá osoba. Energetický nápoj sportovní nebo filmové teenagerovské hvězdě usnadňuje zvládnání náročného dne. Sdělení znásobují fotografie, na nichž teenagerovský vzor konzumuje energetický drink na kuráž z láhve, ideálně FedroJam. Klíčové je také to, aby se o prodeji a zájmu zákazníků o drink lichotivě vyjádřil i obchodník, ve smyslu kvality nápoje a přívětivé ceny. Pokud se o drinku vyjádří i

---

<sup>2</sup> PR (public relations, přeloženo: vztahy s veřejností): zaměřuje se a určuje to, jak firmu, úřad, organizaci či veřejně známou osobu vnímá společnost; podnik se tedy zaměřuje na redakční žurnalistické výstupy. (Ftoorek, 2012, s. 29, 138)



specialista nebo influencer (v jakémkoliv chytře zrealizovaném či honorovaném projevu), například že energetické nápoje velmi posilují náš organismus v zátěžových chvílích, je velká pravděpodobnost, že se nápoj dostane do povědomí a oblíbenosti teenagerů. PR specialista marketingového oddělení odvedl dobrou práci.

Současnost, podle Lipovetského (2007, s. 52-53), zahrnuje nový emocionální vztah mezi konzumentem a pořizovaným zbožím, kde prioritně záleží na zážitku a emocionálním uspokojení. Reklama přešla od sdělení ohledně výrobku k reklamním kampaním, které šíří určitou vizi a zaměřují se na neobvyklost, emocionalitu a symboličnost. Již se neprodává výrobek, ale vize – životní styl spojený s vnímáním dané značky, ve které konzument nachází svou identitu.

Média limituje regulační, legislativní rámec, ve kterém pracují. V České republice je regulačním orgánem Rada pro rozhlasové a televizní vysílání (RRTV). Činnost veřejnosprávních médií stanovuje zákon o České televizi, Českém rozhlasu a ČTK. Soukromí provozovatelé vysílají na základě licence na určitou dobu, kterou získávají od RRTV. Tištěná média vymezuje tiskový zákon.<sup>3</sup> (Ftorek, 2012, s. 157-158)

## **5. Negativní dopady konzumerismu:**

V následující kapitole jsou popsány negativní dopady konzumerismu na civilizaci a životní prostředí.

---

<sup>3</sup> Ilustrativní příklad některých zákonů limitujících média:  
Zákon č. 231/2001 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání a o změně dalších zákonů  
Zákon č. 483/1991 Sb., o České televizi, ve znění pozdějších předpisů  
Zákon č. 127/2005 Sb., o elektronických komunikacích a o změně některých souvisejících předpisů  
Zákon č. 40/1995 Sb., o regulaci reklamy (Ftorek, 2012).

## 5.1 Civilizační dopad:

Podle Doliny a kol. (2009, s. 8) z historického pohledu najíst se dosyta bylo privilegium jen málokoho. Lidstvo čelilo chudobě a s ní spojenými nemocí. V dnešní době vzniká opačný problém – nebezpečí způsobené přejídáním se, sedavým způsobem života, kouřením, nadměrným užíváním alkoholu apod. Během 20. století došlo v průmyslově rozvinutých zemích ke zřetelnému nárůstu chronických onemocnění, zejména srdečně cévních, zhoubných nádorů a cukrovky, dnes označovány pojmem civilizační choroby. Každá historická etapa má své dominantní nemoci, které způsobují určité podmínky dané doby.

Velmi podstatně zdraví ovlivňuje výživa a pohyb. Ovšem v dnešní informačně přesycené době, ne všechny informace, co se o výživě píše a říká, jsou pravdivé. Pokud lidé budou vycházet z nepodložených, chybných rad, jak být zdraví, štíhlí, svěží, krásní či imunní vůči různým nemocem, mohou mnohdy zbytečně vynakládat úsilí, peníze nebo si poškodit zdraví.

### 5.1.1 Obezita

Nadměrný příjem energie, jak uvádí Dolina a kol. (2009, s. 15, 119), je přímým důsledkem nadváhy a obezity, která je významným rizikovým faktorem. Pohyb je pro lidské tělo přirozenou potřebou. Nedostatek pohybu způsobuje, že tělo chátrá. Pravidelná pohybová aktivita je také primárním prostředkem proti stresu. Lidé, kteří žijí sedavým způsobem života, bývají častěji postiženi příznaky deprese, než lidé, kteří mají pravidelný pohyb. Obezita (otylost) patří k nejčastějším civilizačním chorobám na světě, částečně je podmíněna dědičně, do velké míry však závisí na způsobu života, na poměru mezi energetickým příjmem ze stravy a energetickým výdajem prostřednictvím tělesné aktivity. Obezita má závažné zdravotní důsledky, jelikož při ní stoupá riziko řady chorob (vysoký krevní tlak, kardiovaskulární onemocnění, cukrovka, některé zhoubné nádory), snižuje kvalitu života a také zvyšuje mortalitu obězní populace. Tyto faktory posunují obezitu mezi závažné globální zdravotní problémy civilizované společnosti celého světa.

Podle Goldina (2016, s. 237) souvisí nedostatek fyzické aktivity za posledních několik desetiletí s nárůstem urbanizace, mechanizace a motorizace. Zaváděním

technologických inovací zaměřených na snížení fyzické námahy při vykonávání různých úkolů.

### 5.1.2 Cévní choroby

Dolina a kol. (2009, s. 13) uvádí, že nevhodné stravovací návyky (nadmíra nasycených tuků – např. vepřový tuk a máslo, přílišné solení aj.), přejídání se, nedostatek zeleniny a ovoce, nedostatek tělesného pohybu a kuřáctví patří mezi nejzávažnější příčiny srdečně cévních chorob (kardiovaskulárních). U většiny z nich je příčinou ateroskleróza, tedy ukládání cholesterolu a jiných látek na vnitřní stěnu tepen, což způsobuje sníženou průchodnost a pružnost cév, tedy ischemické choroby. Například ischemická choroba srdeční (nedokrvení srdečního svalu), která může vygradovat v infarkt myokardu (srdečního svalu) s fatálními důsledky nebo cerebrovaskulární nemoci (choroby cév zásobujících mozek) způsobující cévní mozkové příhody (mozkové mrtvice) aj. Aterosklerózu a hypertenzi (vysoký krevní tlak) je možné pokládat za důsledek selhávající adaptace člověka na současný životní styl (na způsob výživy, tělesnou nečinnost a kuřáctví). Tyto choroby jsou v rozvojových zemích vzácné. Infarkt myokardu či mozková mrtvice patří mezi nejčastější příčinu smrti kardiovaskulárních onemocnění.

V České republice, podle Českého statistického úřadu (2020), v roce 2019 (podobně jako ve světě) byly právě tyto choroby nejčastější příčinou úmrtí, tj. 38,9 % úmrtí všech mužů a 45,6 % úmrtí všech žen, přičemž polovinu z nich tvořily ischemické choroby srdeční.

### 5.1.3 Zhoubné nádory:

Další nejzávažnější civilizační chorobou moderní doby, podle Doliny a kol. (2009, s. 13, 15), jsou zhoubné nádory, kterých je kolem 40 druhů. Mají různé příčiny a různé rizikové faktory, proto jednotlivé druhy nádorů je třeba považovat za samostatné nemoci. Většině těchto chorob je možné předcházet. Výskyt závisí na životních podmínkách (dokládají to epidemiologické studie o migrantech) a preventivních opatření. Např. rakovina plic je z 80-90% zaviněna kouřením, snížit výskyt rakoviny kůže může ochrana před nadměrným slunečním zářením, správně volenou stravou lze snížit výskyt nádorů

trávicího ústrojí či chráněným pohlavním stykem a potlačením promiskuity se snižuje riziko nádoru děložního hrdla atd. (Dolina, 2009 str. 15)

Český statistický úřad (2020) uvádí, že v České republice v roce 2019 byly zhoubné novotvary druhou nejčastější příčinou smrti, tj. 27,8 % všech zemřelých mužů a 23,5 % všech zemřelých žen.

#### 5.1.4 Cukrovka 2. typu

Cukrovka 2. typu (diabetes mellitus 2. typu), jak píše Dolina a kol. (2009, s. 16), je další chorobou, jejíž výskyt narůstá ve vyspělých zemích a rovněž se velmi vzácně vyskytuje v primitivních společnostech. Jedná se o onemocnění, při kterém lidské tělo neumí správně hospodařit s glukózou. Cukrovka je charakterizována nedostatkem nebo sníženou účinností inzulínu v krvi, v jehož důsledku nepřechází glukóza do buněk, ale hromadí se v krvi a vzniká tzv. hyperglykémie (Dolina, 2009, s. 105).

V České republice, dle Českého statistického úřadu (2020), v roce 2019 endokrinní onemocnění zaujímali čtvrtou příčku nejčastějších příčin všech úmrtí, které byly zhruba z 80 % reprezentovány onemocněním diabetes mellitus. (ČSÚ, 2020)

Dolina a kol. (2009, s. 105) zmínili, že mezi příčiny dramatického vzestupu výskytu cukrovky 2. typu patří vlivy prostředí (věk, změna stravovacích návyků, velký příjem tuků, malá fyzická aktivita, obezita a moderní styl života), přísnější definice a přesnější diagnostika. Diabetes způsobuje problémy cévních komplikací, které mají sociální a ekonomický dopad a vedou ke zkrácení života diabetiků. Výskyt diabetu celosvětově prudce narůstá i přes nesmírný pokrok technologií, zvětšenou intenzitou v diagnostice a léčbě cukrovky. Je ironií, že společnost s vysoce rozvinutou vědou, technologií průmyslu a medicínou vytvořila perfektní prostředí pro rozmáhání se diabetu. „Zdá se, že se příroda jen nerada smíruje s tím, že člověk může žít v pokročilé civilizaci se všemi technickými vymoženostmi, bez trvalé fyzické námahy, stále a dobře sytý, aniž by musel za radost z dobrého jídla a pohodlí platit. A pak mohou tělesné trampoty a utrpení zkazit veškerou radost z civilizačních výhod.“ (Dolina, 2009, s. 104)

### 5.1.5 Další narůstající problémy

K novodobým hromadným nemocem dále patří také osteoporóza (řidnutí kostí), alergie (průduškové astma, senná rýma, kožní ekzémy, vyrážky aj.), toxikomanie (užívání psychoaktivních látek), poruchy plodnosti nebo úrazovost, která je dalším civilizačním problémem. Závislost na alkoholu či jiných látkách nebo hazardních hrách, která nezpůsobuje škodu pouze závislým lidem, ale dotýká se celých rodin nebo pracovních týmů. Problémům se závislostí však lze účinně předcházet a je možné je léčit. (Dolina a kol., 2009, s. 16)

### 5.1.6 Stres:

Dalším civilizační problém, který Dolina a kol. (2009, s. 67, 254) uvádí, je dlouhodobé prožívání stresu s pocity nepohody. Přibývá počet lidí, kteří se obtížně adaptují na zvyšující se nároky moderní doby. Zvláštní kategorií vytváří pracovní stres. Existují potvrzené souvislosti mezi stresy vyplývající z pracovního procesu a zvýšeným výskytem nemocí, psychického i somatického charakteru, například bolesti zad či jiné psychosociální problémy. Mnoho lidí kvůli pocitu studu z navštívení psychologa či psychiatra neřeší primární příčinu, protože jsou přesvědčeny, že prožívat napětí, dělat si starosti a necítit se dobře ukazuje, že jsou slabí, přecitlivělí či duševně méněcenní. Proto většinou řeší až sekundární somatické projevy, jako jsou bolesti hlavy, nespavost, bolesti žaludku apod. Neřešit příčinu však může vést k rezignaci na všechny své cíle a způsobit depresi.

Han (2016, s. 7-17) charakterizuje společnosti 21. století výkonem. Obyvatelé společnosti jsou subjekty výkonosti. Lidé, kteří jsou podnikateli sebe samých. V dnešní společnosti se zvyšuje četnost nervových onemocnění, jako jsou deprese, porucha pozornosti s hyperaktivitou (ADHD), hraniční porucha osobnosti (BPD) nebo syndrom vyhoření, podle Hana jsou vyvolány přemírou pozitivivity. Neurologické patologie nevznikají proto, že jedinci čelí překážkám, zákazům nebo omezujícím příkazům, ale protože žijí ve společnosti, která je učí, že člověk náleží pouze sobě, měl by se sám utvářet a seberealizovat. Zmizely příznačné hranice, které striktně rozlišovaly mezi vnitřkem a vnějškem, mezi vlastním a cizím, mezi přítelem a nepřítelem. V dnešní transparentní, zasít'ované, globalizované době, založené na procesu směny a výměny, neomezeném sdílení a neustálé informační přesycenosti, veškerá jinakost pomalu vymizela. Lidé se

paradoxně dostávají do patologických stavů, jejichž příčinou je, jak Han nazývá, teror positivity. Násilí positivity je vyvolané nadprodukcí, nadměrnou výkoností nebo přemírou komunikace. Společnost, která se soustředí na výkon, produkuje depresivní jedince a zkrachovance. Jinými slovy tlak na výkon a na seberealizaci vede pozdně moderního člověka k vyčerpání, depresi či k dalším neurologickým poruchám.

„Je to předně únava z přemíry činnosti i z přemíry možností. Povzdech depresivního jedince, že nic není možné, je možný jen ve společnosti, která věří, že nic není nemožné.“ (Han, 2016, s. 18) Lidé nejsou podrobena žádné vnější nadvládě. Člověk je podřízen pouze sám sobě, což paradoxně nevede ke svobodě, ale spíše ke splnutí svobody a nátlaku. Zaměření se na práci a výkon, s podporou neurostimulantů, vede k sebevykořisťování, které je doprovázené klamavým pocitem svobody. Psychická onemocnění ve společnosti jsou projevem této paradoxní svobody (Han, 2016, s. 43).

#### 5.1.7 Dopady chemizace životního prostředí

Mezi základní podmínky života, dle Doliny a kol. (2009, s. 41), patří neustálé přijímání chemických látek z prostředí a jejich využívání pro potřeby organismu. Člověk se během vývoje poměrně dobře adaptoval na látky, které se v přírodě přirozeně vyskytují. V posledních stoletích se však zvyšuje množství cizorodých látek v prostředí, které jsou uměle vytvořeny, příroda je nezná a lidský organismus na ně není připraven. Chemizace životního prostředí je pokládána za závažný zdravotnický problém dnešního světa. Mezi cizorodé látky patří jednak výrobky a jejich komponenty, jednak meziprodukty chemické výroby a také chemické odpady. Cizorodých látek se odhaduje na půl milionu, stačí si jen uvědomit, kolik syntetických chemikálií je v každé domácnosti (čisticí prostředky, lepidla, dezinfekční prostředky, léky, syntetické látky v potravinách a nápojích, nábytkové materiály, textilie, tapety, koberce atd.). „Podle Evropské environmentální agentury může být na evropském trhu až 100 000 látek, z nichž většina je vyráběna, používána a uvolňována do prostředí, aniž bychom znali jejich účinky na lidské zdraví nebo životní prostředí.“ (Dolina, 2009, s. 41)

Lidský organismus má ochranné prostředky jen proti některým chemickým látkám, v řadě případů si s nimi neporadí. Mnoho cizorodých látek se ve stopovém množství neúmyslně dostává i do potravin (hnojiva, pesticidy, léky a růstové stimulatory podávané zvířatům apod.). Pak jsou tu chemické příměsi, které se do potravin přidávají záměrně jako

například barviva, aromáty, konzervační prostředky aj. Vše podléhá přísným předpisům zdravotní a státní správy, která provádí mnoha opatření mající obyvatelstvo v tomto směru chránit. Existuje však opodstatněná obava, že minimální množství takových látek, kterým je člověk celoživotně vystaven, může mít na jeho zdraví nenápadné, plíživě se rozvíjející nepříznivé účinky a podílet se na vzniku některých hromadných civilizačních chorob.

Mnoho škodlivých látek se nachází v ovzduší (vnějším i vnitřním) a jsou vdechovány do lidského organismu. Jedná se například o prach (částice v pevném složení v ovzduší) či dráždivé plyny. Mezi další toxické látky nacházející se v životním prostředí patří těžké kovy či organické látky. Škodlivé látky v ovzduší mohou být toxické, vyvolávat bujení vaziva v plicích, infekční či radioaktivní. Mezi dráždivé plyny zejména v městském prostředí patří například oxid uhličitý, dusičitý nebo oxid siřičitý. Tyto plyny produkují průmyslová topeniště, místní vytápění domů a automobilová doprava. Při vyšší koncentraci dráždí dýchací ústrojí a při dlouhodobém vlivu způsobují nemocnost dýchacích cest.

Další rizikovou skupinou v životním prostředí jsou těžké kovy. Do lidského organismu se dostávají potravou nebo vdechováním. Například znečištění olovem (Pb) nastalo hlavně při spotřebě výfukových plynů při používání benzínu s alkylolovem. Dnes se používá bezolovnatý benzin, takže riziko významně klesá. Na znečišťování životního prostředí Pb se podílejí i průmyslové a technologické procesy, zpracovávající olovo. Pb se šíří prostřednictvím vzduchu a mj. kontaminuje okolí závodů a frekventovaných silnic. V lidském těle se olovo z 90% ukládá v kostech a zbytek zůstává v měkkých tkáních a v krvi. Pb může přispívat k hromadnému výskytu chronických onemocnění, především je však prokázána souvislost mezi zvýšeným obsahem Pb v těle a psychickými funkcemi u dětí (zhoršená schopnost učení a změny v chování a v sociálních vztazích, mj. hyperaktivita a agresivita). Jestliže těhotná žena dostává vyšší dávky Pb prostřednictvím potravy nebo vody, může nastat postižení tělesného a duševního vývoje plodu. Dalšími kovy jsou například rtuť nebo kadmium (Cd), které je přímo v půdě, vegetaci i v potravinách. Do životního prostředí se dostává v důsledku dolování i metalurgie kadmia a také zinku. Dalším zdrojem je chemický průmysl, zpracovávání kovových odpadů, pokovování a výroba fosfátových hnojiv. Vysoké dávky Cd u zvířat v pokusech vyvolávají zhoubné bujení, poruchy imunity a poškození ledvin. U člověka má Cd určitý vztah k rakovině prostaty, výsledky studií však nejsou jednoznačné.

Není pravděpodobné, že by tyto škodlivé látky měly zjevné akutní následky, jelikož dávky, které člověk dostává, jsou nízké. Otázkou však zůstává, jaký vliv má dlouhodobý

souběžný přívod mnoha druhů takových škodlivin v různých kombinacích. Je možné, že jejich účinky se vzájemně zeslabují nebo zesilují, proto je třeba tyto látky nadále pozorovat, zkoumat a usilovat o snížení jejich koncentrací v životním prostředí. (Dolina a kol., 2009, s. 41-47)

## **5.2 Environmentální dopad:**

### **5.2.1 Antropocén:**

Podle Foruze a Moldana (2015, s. 179) je antropocén pojem, který se používá pro období posledních přibližně dvě stě let, kdy nastaly zásadní změny a procesy z environmentálního hlediska na planetě Zemi, které na rozdíl od minulosti jsou do značné míry ovlivněny lidmi.

Ekonomický růst podpořený růstem populace jsou hlavními hnacími silami změn, jejichž společný efekt je vyšší než kdyby působily samostatně. Od počátku antropocénu prudce vzrostl hospodářský výkon. Nejradikálnější změnu ve vztahu lidí a přírody přineslo využití energie uhlí, ropy a zemního plynu, protože znásobilo možnosti společnosti měnit přírodní prostředí. Téměř stejně velkou změnu evidovalo i využívání ostatních surovin, zejména průmyslových a stavebních. Člověk je bezpodmínečně závislý na ekosystémech planety Země a na službách, které člověku poskytují (potrava, čistá voda, regulace chorob, regulace klimatu, duchovní naplnění apod.). Změny ekosystémů ovlivňují veškeré komponenty lidského blahobytu, základní hmotné potřeby pro dobrý život, zdraví, dobré mezilidské vztahy, bezpečnost, svobodu apod. Proto je zásadní správné a podrobné porozumění fungování přírodních služeb, jejich stavu a vývojové tendenci. Současný stav a očekávaný vývoj kvality životního prostředí není z hlediska uspokojování potřeb lidí (současných i budoucích generací) příznivý. Výzkumem v oblasti udržitelného rozvoje se zabývá řada zavedených i nově vzniklých oborů (environmentální ekonomie, environmentální vědy, sociální ekologie, věda o udržitelném rozvoji apod.). Požadavek a trend těchto oborů klade důraz na propojení environmentálních témat s aspekty ekonomickými a sociálními a na zkoumání interakcí mezi nimi. Cílem výzkumu je poskytnout relevantní informace pro decizní sféru: „...jak dlouhodobě udržet, eventuálně zvýšit lidský blahobyt (human well-being) s využitím přírodních zdrojů, ekosystémových



služeb a při současném respektování limitů zohledňujících hlediska dlouhodobosti, rovného přístupu, nosné kapacity atd.“ (Frouz, Moldan, 2015, s. 183)

### 5.2.2 Globální změny:

Frouz a Moldan (2015, s. 13-15) popisují globální změny, které s různou rychlostí a různou intenzitou probíhaly po celou historii existence planety Země. Jedná se o přírodní změny fyzikálních a chemických parametrů v jednotlivých součástech Země. Přírodní faktory působily na společenské a ekonomické vývojové procesy lidské civilizace. V současnosti lidská společnost dosáhla takové úrovně, kdy sama může přírodní změny působit. S prudkým rozvojem civilizace v posledních dvou století se v původních přirozených změnách začaly uplatňovat umělé faktory vyvolané v důsledku lidské činnosti. Právě tato část zahrnující změny životního prostředí způsobené lidskou činností, je často označována pojmem globální změna.

Svůj podíl, podle Fouze a Moldana (2015), na globální změně má nejen spalování fosilních paliv (antropogenní nárůst  $\text{CO}_2$  – oxidu uhličitého), ale také vypalování lesních porostů při extenzifikaci<sup>4</sup> zemědělských aktivit, hlavně při získávání nové půdy, jejím obdělávání nebo přípravě pastvin, čímž se mění parametry pokrytí povrchu Země. Zemědělská produkce je také součástí nárůstu koncentrací skleníkových plynů např. metanu ( $\text{CH}_4$ ) či oxidu dusného ( $\text{N}_2\text{O}$ ), s řadou dalších plynných příměsí průmyslových aktivit (oxidy dusíku, freony či další těkavé organické látky apod.), spalovacích a technologických procesů, se podílí na skleníkovém efektu. Vedle toho jsou emise nejrůznějších aerosolů (z leteckého provozu, saze, prach, sulfáty apod.) s možností různého působení. Ve znalostech působení aerosolů je zatím velká nejistota. Velmi podstatnou, ne-li nejdůležitější součástí globální změny je globální klimatická změna, reagující na příčiny zmíněné výše, zejména pak na zvýšený skleníkový efekt v důsledku nárůstu množství skleníkových plynů. Tato globální změna může mít dopad na další vývoj socioekonomických podmínek vývoje existence lidské společnosti. Skleníkový jev je přirozený, na Zemi působí již dlouho dobu a zajišťuje rozložení teplot přijatelných pro život. Nejdůležitějším skleníkovým plynem v atmosféře je vodní pára ( $\text{H}_2\text{O}$ ), její množství je víceméně neměnné.  $\text{CO}_2$  je nejdůležitější plyn z hlediska zvýšení skleníkového efektu, tedy zvýšené atmosférické absorpce dlouhovlnného tepelného vyzařování Země a jeho

---

<sup>4</sup> Extenzifikace = maximální produkce s nízkými vstupy - rozšiřování půdního fondu.

zpětného vyzařování směrem k zemskému povrchu s následkem zvýšení teploty povrchu. Změny v klimatickém systému jsou zkoumány a je kladen i důraz na jejich důsledky v rozličných oblastech (například zemědělství, vodní hospodářství, lidské zdraví, lesnictví, přirozené ekosystémy, turistika a další). Z hlediska zhodnocení různých vlivů je důležitá znalost možných rizik klimatické změny, které z větší části souvisí s výskytem extrémních jevů počasí. Studování neurčitosti výskytu těchto extrémních jevů v průběhu klimatického vývoje v reálných datech a modelových výstupech je základem pro posouzení schopnosti modelů vypovídat o těchto jevech v dlouhodobých prognózách (Frouz a Moldan, 2015, s. 20). Velké dopady mohou být na charakter naší přírody. Krajina, jak je známá dnes, může působením klimatické změny nenávratně zmizet. Z historie je zřejmé, že období změny klimatu provázela zvýšená intenzita vymírání druhů. Naproti tomu, dnešní organismy dokázaly zareagovat na podobné historické změny oteplení klimatu i jinak než vymřením. Výsledky studií poskytují velké množství dokladů o různorodých odpovědích jednotlivých druhů organismů, které se přizpůsobily životu v jiných klimatických podmínkách. Avšak mechanismům působení klimatických změn ještě stále dobře nerozumíme a v době, kdy všechny biotypy nevídaným způsobem přetváří lidská činnost, tato schopnost, která se v minulosti osvědčila, nemusí pro další přežití stačit. Dopady současných klimatických změn na biodiverzitu je nutné brát vážně, vzhledem ke globálním příčinám. Možnosti, jak jim čelit, jsou dosti omezené, avšak existují. Zůstává tedy na lidstvu, zda je dokáže realizovat. Velkou část naší krajiny tvoří zemědělské a lesní plochy sloužící k produkci potravin a dalších surovin, nezanedbatelná část je též ovlivněna těžbou nerostů nebo využita ke stavbě sídel a komunikací. Jen menšina krajiny podléhá čistě přírodním procesům. Ochrana biodiverzity znamená zachování, co nejvíce původních druhů rostlin a živočichů na jejich přirozeném území (Frouz a Moldan, 2015, 49). Přírodní krajina v minulosti nebyla statická, ale čelila celé řadě větším či menším dočasným změnám obvyklých podmínek způsobující podstatnou změnu v ekosystému (disturbance), jako byly povodně, větrné smrště či gradace hmyzích škůdců. Určité výskyty disturbancí jsou pro fungování biodiverzity nezbytné a fungování ekosystémů jako celku bylo na výskyt těchto disturbancí dobře adaptováno. Člověk však výrazně potlačil přirozený výskyt disturbancí a zavedl disturbance nové, což má značné následky pro biodiverzitu, chod ekosystémů a jimi poskytované ekosystémové služby (Frouz a Moldan, 2015, 61). Paradoxně, ekosystémové služby a statky (primární produkce, zdroje vody, regulace klimatu atd.), jejichž hodnota mnohonásobně převyšuje produkci všech světových ekonomik, není jednoduché ochránit, i

přes jejich velký ekonomický význam. Problémem je, že tyto přírodní zdroje patří všem lidem a za jejich využívání se nikomu nemusí platit. Poškození těchto zdrojů se začne zpravidla řešit až ve chvíli, kdy začne narušovat veškeré ekonomické zájmy, a to už může být pozdě (Frouz a Moldan, 2015, s. 51).

Eea.europa.eu (2014) uvádí, že ke změně klimatu, znečištění ovzduší a k ovlivnění mnoho ekosystémů také přispívá hromadění a nesprávné nakládání s odpady. S růstem výroby a spotřeby roste i produkce odpadu. K ekologickému zneškodnění odpadu je třeba zapojení všech producentů odpadu, tedy jak průmyslové výrobce, tak i širokou veřejnost. Problém omezení vzniku odpadu a jeho způsobů bezpečného, ekologicky a ekonomického zneškodnění se řadí k dalším globálním hospodářským i politickým otázkám.

### 5.2.3 Příčiny a dopady antropogenní disturbance

Antropogenní disturbance jsou, podle autorů Foruze a Moldana (2016 s. 54-87), zapříčiněny např. zemědělstvím při aplikaci průmyslových hnojiv (vstup dusíku do ekosystému) či orbou, čímž je ovlivňován látkový metabolismus planety, který má řadu důsledků. Těžbou nerostů, která je provázena negativními důsledky pro přírodu, životní prostředí a způsobuje značné poškození ekosystémů (naproti tomu přináší materiálové a energetické zdroje, které jsou základem materiálního blahobytu moderní společnosti). Způsobená acidifikace emisí síry a dusíku ( $\text{SO}_2$  a  $\text{NO}_x$ ) spalováním fosilních paliv v 80. letech a emisí amoniaku ( $\text{NH}_3$ ), na které se nejvíce podílí zemědělství chovem skotu a používáním hnojiv, byly příčinou velkoplošného odumírání lesů (na území bývalého Československa se projevilo zejména v oblasti Krušných a Jizerských hor). Vliv acidifikace na povrchové vody se projevil v rozsáhlejší území v důsledku dálkového transportu emisí a jejich transformace v atmosféře do podoby kyselé atmosférické depozice, která je významnou příčinou acidifikace půd a povrchových vod. Acidifikace vyvolala změny chemismu vody, což indukovalo procesy, které ovlivnily produktivitu jezer, způsobily toxicitu vody a gradovaly v hluboké změny struktury společenstev vodních ekosystémů (Frouz a Moldan, 2015, s. 77). Dalším příkladem jsou endokrinní disruptory (ED) v životním prostředí. Jedná se o biologicky aktivní látky, jako jsou syntetické nebo přírodní hormony, některé mikrobiální toxiny, farmaka, antimikrobiální sloučeniny, chlorované pesticidy apod. Výskyt těchto látek v životním prostředí

představuje hrozbu, jak pro citlivé vodní organismy, tak i pro volně žijící zvěř, člověka i celý ekosystém. Čistírny odpadních vod nejsou schopné tyto látky degradovat a mnohdy při procesu čištění pouze dochází k přesunu na jinou environmentální matici. Vliv ED na organismy se projevuje například maskulinizací či feminizací genitálií, výskytem hermafroditismu, porušením vývoje varlat a vajíček, předčasným či zpožděným vyspíváním jedinců, zaostalostí, neplodností atd.

#### 5.2.4 Přelidnění planety a udržitelný rozvoj:

Dalším globálním tématem je přelidnění planety a s tím spojený problém zajištění výživy rostoucího počtu obyvatel. Podle Goldina (2016, s. 18) už v průběhu celé historie se vzdělanci zabývali otázkou, zda je planeta Země plná. Již ve druhém století našeho letopočtu myslitel Tertullianus, obyvatel Kartága, se zabýval problémem počtu obyvatel a otázkou, zda je planeta schopna obyvatelé uživit. Tehdy tvořilo populaci odhadem 190 miliónů lidí na celé planetě.

Po celá staletí se velikost populace pomalu, ale vytrvale zvyšovala, další myslitelé opakovali Tertullianovy názory a pokračovali v debatě na toto téma. Na konci 18. století reverend Thomas Malthus (Anglický ekonom a anglikánský pastor) vydal Esej o principu populace a myšlenka, že nadměrný růst populace vede k chudobě a zpomalení pokroku, se dostala do popředí s velkým dosahem a pronikla do téměř každého oboru. K podobným závěrům docházeli i jiní myslitelé v různých částech světa a přicházeli s podobným varováním.

Autoři Rolný a kol. (2004, s. 17) a Goldin (2016, s. 22) uvádí, že začátkem 90. let 20. století se otázce přelidnění začali věnovat globální aktéři. Světová komise pro životní prostředí a rozvoj (WCED<sup>5</sup>) vydala zprávu „Naše společná budoucnost“ (Our Common Future, 1984), která byla v roce 1987 schválena 42. zasedáním Valného shromáždění OSN a v níž se poprvé objevil pojem trvale udržitelný rozvoj, který zajistí uspokojení všech stávajících potřeb světové populace, aniž se naruší schopnost uspokojit potřeby budoucích generací.

Goldin (2016, s. 22) popisuje první konferenci OSN o životním prostředí, která se konala v Riu de Janeiru v roce 1992, a které se zúčastnili zástupci 172 vlád a přijali

---

<sup>5</sup> WCED = World Commission on Environment and Development.

rámcovou úmluvu „Deklaraci OSN o životním prostředí a rozvoji“ definující 27 zásad pro dosažení celosvětového trvale udržitelného rozvoje. Konference změnila názory aktérů globální správy, kteří přijali myšlenku, že populační růst představuje zátěž pro životní prostředí i pro možnost dalšího rozvoje. (OSN, 1991)

Po dvaceti letech v roce 2012 se konala další konference RIO+20, která stvrdila závěry z první konference a vydala aktualizovaný nezávazný dokument „Budoucnost jakou chceme“ (The Future We Want), kterým apelovala na členské státy, aby z udržitelného rozvoje udělali svou prioritu. Rovněž zdůraznila, že pro jeho dosažení jsou nutné změny ve způsobu, jakým společnosti konzumují a vyrábějí. Taktéž zdůraznila potřebu řídit se vědeckými analýzami při přípravě politiky řídicí populaci, růst, ekologii a životní prostředí. (OSN, 2012)

Podle Rockström a kol. (2009) byl vymezen rámec pro analýzu planetárních mezí, z něhož vyplývá, že již byly překročeny tři body zlomu (změna klimatu, rychlost ztráty biodiverzity a zásah do koloběhu fosforu a dusíku).

Světová populace se za posledních 40 let zdvojnásobila a v současnosti dosahuje kolem 7 miliard lidí. Nicméně tempo jejího růstu se zpomaluje a odhaduje se, že populace poroste až na maximum v rozmezí 9 až 10 miliard v roce 2050, než se začne pomalu snižovat. (Goldin, 2016 str. 13)

Podle Goldina (2016, s. 15) počet obyvatel Evropy již dosáhl svého maxima. Také v mnoha rozvinutých i rozvojových zemích (včetně Číny, Jižní Koreje a Tchaj-wanu) je míra plodnosti pod hranicí generační obnovy. Avšak další prudký růst obyvatelstva se očekává v zemích subsaharské Afriky, v částech Indie a jižní Asie. Autor klade důraz spíše na míru spotřeby než počet obyvatel planety. Uvádí, že počet obyvatel není tou jedinou, ani dokonce rozhodující proměnou. Není důležité, kolik lidí žije na planetě, ale jaký má individuální spotřeba a výroba dopad na Zemi. „Planeta by mohla být přeplněná, kdyby ji obývalo pět miliard osob s neudržitelně vysokou mírou spotřeby, a zároveň více než deset miliard chudých osob s nízkou mírou spotřeby by nemuselo nosnou kapacitu naší planety vyčerpat.“ (Goldin, 2016, s. 15)

### 5.2.5 Bezpečnost a globální změny:

Kromě ekologických systémů globální změny ovlivňují také lidské systémy, tedy sociálně-ekologické, které zahrnují nejen změnu klimatu, ale rovněž změny využití území, změny demografické, změny využití zdrojů, změny ve spotřebních vzorcích, změnu biodiverzity a změny ekonomických systémů (Frouz a Moldan, 2015, s.197). Mnoho vědeckých teorií předpokládá, že globální změny ohrožují různé aspekty lidského blahobytu, jako jsou ekonomická prosperita nebo lidská bezpečnost. Změna klimatu, nedostatek zdrojů, degradace důležitých ekosystémových služeb, přelidnění může vést ke krizím a konfliktům, které mohou vygradovat až po rozvoj mezistátních ozbrojených konfliktů. Environmentální bezpečnost je stejně důležitým tématem současnosti, jako globální změna. Jak již bylo zmíněno výše, v průběhu moderní éry kvalita života společnosti prudce vzrostla. Globalizace komunikace, dopravy, využívání energie a rovněž zlepšení materiálního zajištění a zdraví populace umožnilo růst blahobytu, který byl však zároveň doprovázen narušením složením atmosféry, degradací ekosystémů včetně oceánů a obecně stále větším zasahováním lidské činnosti do planetárních cyklů. (Frouz a Moldan, 2015, s. 197-198)

## 6. Řešení globálních problémů

### 6.1 Věda a výzkum

Od dob průmyslové revoluce je nárůst spotřeby a těžby fosilních paliv způsoben poptávkou po velkém množství energetických vstupů potřebných pro přeměnu nerostů v materiály (měď, železo, olovo aj.) používající se pro výstavbu moderní infrastruktury a systémů. Životní styl obyvatel v rozvinuté ekonomice stojí na využívání fosilních paliv, což vede k vypouštění velkého množství oxidu uhličitého a dalších emisí skleníkových plynů do atmosféry. (Goldin, 2016, s. 272) Environmentální bezpečnost spojuje monitoring a výzkum udržitelného rozvoje a lidskou bezpečnost vůči změnám životního prostředí. (Frouz, 2015, s. 211)

Podíly sektorů na emisi skleníkových plynů v Evropské unii (EU), dostupné z [eea.europa.eu](http://eea.europa.eu) (2014), jsou následující: „Evropský systém pro obchodování s emisními

povolenkami (elektrárny, továrny) tvoří zhruba 40 % všech emisí skleníkových plynů v Evropské Unii (EU). Doprava, zemědělství, stavebnictví a nakládání s odpadem tvoří zhruba 60 % celkových emisí CO<sub>2</sub> v EU.“

Rockström a kol. (2009), jak již bylo popsáno výše, uvedli sedm bezpečných planetárních mezí, jejichž přesažení může negativně ovlivnit lidskou společnost. Jedná se o změnu klimatu (koncentrace CO<sub>2</sub> v atmosféře), okyselování oceánů, stratosférický ozon, biogeochemický cyklus dusíku a cyklus fosforu, globální užití sladké vody, změna využití půdy a rychlost ztráty biologické rozmanitosti. Podle vývoje a odhadů, jak již bylo zmíněno, byly překročeny tři meze: změna klimatu, uvolňování reaktivního dusíku a fosforu, rychlost ztráty biodiverzity. Cílem je zůstat v bezpečných mezích.

Autoři, Goldin (2016), Frouz a Moldan (2015), Rolný a Lacina (2004), společně vidí řešení hrozících globálních socio-ekonomicko-ekologických systémových kolapsů, především v urgentní globální kooperaci vlád, které za účelem obnovy či záchrany vytvoří vhodné ekonomické nástroje a politické zázemí, investice do vědy, výzkumu a vývoje nových technologií (v oblasti pro zachycování a skladování oxidu uhličitého z průmyslových procesů, při výstavbě či modernizaci zařízení), optimalizaci výrobních systémů a postupů, přechod na nízkouhlíkové energetické technologie (vybudováním nové energetické infrastruktury). Přehodnotí způsob, jakým zacházet s primárními zdroji a materiály na konci životnosti ap.

## **6.2 Vlášda a zákony**

Rolný a Lacina (2004, s. 19) viní z velké části problému politiky, kteří nemají patřičně odpovědné vize a vědomě nechávají dopady za stávající životní styl na budoucí generaci. Uctívání růstu spotřeby a HDP přirovnávají k drogové závislosti. Růst za každou cenu a zvyšování životní úrovně je však v rozporu s lidskými zájmy, kvalitu života spíše snižuje a více rozkrývá roztržku mezi člověkem a přírodou.

Zpravodajství Evropského parlamentu, dostupné z [eea.europa.eu](http://eea.europa.eu) (2014), uvádí cíl dosáhnout klimatické neutrality do roku 2050. Podle Mezivládního panelu pro změny klimatu (IPCC) k udržení globálního oteplování pod kontrolou, je třeba udržet oteplování

na maximum 1,5 °C. Cesta ke splnění cíle, který také stanovila „Pařížská dohoda o klimatu“ podepsaná 195 zeměmi světa včetně EU, je uhlíková neutralita do roku 2050.

V posledních asi čtyřiceti letech, podle Frouze a Moldana (2015, s. 253), se vyvíjelo „Právo životního prostředí“ jako relativně samostatný obor. A to na všech úrovních – mezinárodního práva, unijního i vnitrostátního práva. Vnitrostátní právo (v našem případě české) je podřízeno unijnímu a mezinárodnímu právu. Toto právo v poslední době trpí nefunkčností způsobenou rychlostí změn, překombinováním nástrojů a přístupů. Účinnost práva se podle autorů v praxi zkoumá jen málo, navrhované změny jsou spíše intuitivní a hůře vynutitelné. Naopak změny, které jsou z pohledu ochrany životního prostředí vnímány negativně, jsou ze strany ekonomické sféry zpravidla teoreticky i prakticky velmi dobře spočítány dopředu. Příkladem uvádí výstižně pojmenovanou právní legislativu: „Opatření pro posílení konkurenceschopnosti a rozvoje podnikání v České republice eliminací nadbytečných požadavků environmentální legislativy“ (Frouz a Moldan, s. 253)

Z pohledu Goldina (2016, s. 285) stávající politika nepřinese dostatečně rychle potřebné změny, abychom snížili riziko klimatického chaosu. Rostoucí počet hrozeb (terorismus, konflikty, změna klimatu, pandemie, kybernetické útoky nebo finanční krize) si vyžadují posílení správy na globální i národní úrovni. Lze očekávat, že tyto hrozby se stanou hybnou silou změny. Goldin také popisuje zvýšená systémová rizika plynoucí ze zvýšené hustoty obyvatelstva a fyzické i virtuální propojenosti. Autor dále ukazuje častý negativní pohled na podniky působících v energeticky náročných, průmyslových odvětvích (produkce kovu či výroba elektřiny), který jsou zobrazovány v negativním světle, ale přitom jen reagují na poptávku na trhu a společenské požadavky. „Podmínky, za jakých tyto podniky získávají povolení k provozu, by měly být zaměřeny na trvale udržitelný rozvoj a měly by mít celosvětovou působnost, protože dopady jejich činností jsou globální.“ (Goldin, 2016, s. 285)

### **6.3 Lidská individuální zodpovědnost**

Podle Lipovetského (2007, s. 368) konzumní společnost funguje ve jménu štěstí: výroby zboží, dodávky služeb, médií, zábavných aktivit apod. Paradoxně se stále více vyrábí a konzumuje, ale štěstí to lidem nepřináší. Ačkoli je na trhu stále více



komunikačních prostředků a možností zábavy, lidé jsou osamělý, úzkostní a ztrácí sebevědomí. Zároveň vznikají obavy o ekologický stav Země, vznikají nová náboženská a duchovní hnutí. Hyperkonzument chce všechny výhody moderního světa a ještě navíc vnitřní klid, jeho touhy ovládá představa celkového pohodlí, hmotného i citového, konzumního i psychického (Lipovetsky, 2007, s. 385).

Podle Sedláčka (2017, s. 151-152) to, co spotřebitelé chtějí, se nikdy nebude rovnat s tím, co mají, poptávka je vždy o kus dál. Sedláček nachází dva možné postoje, jak minimalizovat rozdíl mezi tím, co člověk má, a tím, co chce mít. První pohled, jenž si většina společnosti zvolila, je hédonistický<sup>6</sup> styl života. Jde tedy o způsob života, kde hlavní motivací jednání je slast z navyšování stavu statků, dokud konzument nemá vše, co chce. Jelikož se nikdy nespokojí s tím co má, jde svým způsobem o nikdy nekončící příběh. Nicméně je to také důvod, proč roste blahobyt a HDP<sup>7</sup>. Druhý postoj je přesný opak, který se opírá o učení stoiků<sup>8</sup>. Řešením rozdílu mezi tím, co člověk má a tím, co chce, je snížení poptávky. V tomto pojetí lze říci, že je tedy skutečně bohatý ten člověk, který nechce nic víc, zatímco chudý je takový člověk, který má mnoho potřeb. Dnes lidé věří, že čím více toho budou mít, tím budou šťastnější a svobodnější. Mnozí stoikové to však chápali opačně. Například Diogenes<sup>9</sup> ze Sinopé věřil, že čím méně toho má, tím může být šťastnější a svobodnější.

Sedláček (2017, s. 127-129) ukazuje dva způsoby, jak být konzumně šťastný. Buď spotřebu neustále eskalovat, nebo si uvědomit dostatek. Dnes se nedostatek musí uměle vytvářet, protože v běžném konzumním životě nedostatek chybí. Tvrdí, že lidé mohou ovlivnit to, v čem se stanou nedostatečnými a zde by měli dávat pozor, co si vyberou. Cituje Aristotela, že jedna vášně, vytlačuje druhou (Sedláček, 2017, s. 129).

Rolný a Lacina (2004, s. 17) si rovněž myslí, že nejen politici jsou odpovědní za stávající stav životního prostředí, ale zároveň apelují na změny v hodnotových orientacích

---

<sup>6</sup> Hédonismus (z řec. hédoné, potěšení, slast) – původně filozofické učení, podle kterého je znakem štěstí a podstatou lidské snahy dosahování slasti, spojené s vyhýbáním se nepříjemnému (Sojka, 2017).

<sup>7</sup> HDP (hrubý domácí produkt) – ukazatel ekonomické výkonnosti v tržním vyjádření, zahrnuje veškeré finální statky a služby vyprodukované v dané ekonomice za dané časové období (Pavelka, 2007).

<sup>8</sup> Stoicismus - filosofický směr, založený oficiálně Zénonem z Kitia počátkem 3. st. př. n. l. Stoikové se zabývali aktivním vztahem mezi kosmickým determinismem (každá událost je důsledkem předchozích) a lidskou svobodou, za cestu ke svobodě považovali život v souladu s přírodou (Olšovský, 2011).

<sup>9</sup> Diogene ze Sinopé – byl starořecký filozof, radikální zastánce kynismu (přivrženci opovrhovali vymoženostmi civilizace, upřednostňovali skromnost a jednoduchost, snažili se vystačit si s minimem věcí).

a celkovou změnu životního stylu lidí pro nastolení trvale udržitelného rozvoje. Dle jejich názoru, je třeba: „...postupné vytěsnění kultu spotřeby, omezení kvantitativního růstu materiálních požadavků ve jménu posílení kvalitativních stránek lidského života.“

(Rolný, 2004, s. 17)

Rolný a Lacina (2004, s. 18) zmiňují názor, že vzorce lidského chování se mohou měnit velmi rychle. Ovšem za podmínky, že jim nový životní styl nebude vnucován proti jejich vůli, ale budou jej chtít sami, když si uvědomí jeho výhody.

I Goldin (2016, s. 319) považuje za velmi důležitou úlohu zodpovědnost obyvatelstva, neboť mu přičítá spoluvinu na selhání globální úrovně v řízení zdrojů a správy využívání statků, které je odrazem neschopnosti občanů, alespoň v demokratických zemích, zajistit, aby se volení politici těmito důležitými otázkami důsledně zabývali.

Lipovetsky (2007, s. 376) si myslí, že konzumerismus se neprojevuje jen nadměrnou spotřebou zboží a komerčně dostupných služeb, ale proniká do stále nových životních sfér. Komerce bude pohlceno téměř vše: péče o zdraví, sport, zábava, hra, doprava, kultura, komunikace, informovanost, ochrana přírody apod.

Dokonce lidé, kteří mění své chování a preferují výrobky dodržující etická pravidla, odmítají značky, nakupují biopotraviny a žádají si informace k ekologickému vlivu produktu, snaží se omezit spotřebu energie na minimum, Lipovetsky nazývá tzv. alterkonzumenty. Jedná se o spotřebitelé, kteří nepodporují nákupní šílenství, jsou angažovaní a zodpovědní a nákup je pro ně spojen s etickým a občanským tázáním, což svědčí o snaze být zodpovědným činitelem, a nikoli pasivní obětí trhu. Tato spotřebitelská menšina chce spotřebovat jinak, odmítá nákupem hromadit odpadky, kritizují přemíru obalů, dbají na dlouhodobě udržitelný rozvoj, zahrnují neustálou lačnost po změnách a místo velkých značek se přiklání k levnějším výrobkům. Přesto je Lipovetsky nepovažuje za dekonzumenty<sup>10</sup>. Protože nechtějí opustit konzumentskou oblast, jak dokazuje údaj, že za řadu zboží utrácejí více než průměrný spotřebitel. Alterkonzument tedy jen ilustruje současný trend hyperindividualismu, jenž je definován snahou promyslet své individuální chování a vyhledáváním kvality oproti konzumní lačnosti podle hesla: „stále víc a novější“ (Lipovetsky, 2007, s. 377) Alterkonzumenti chtějí uniknout reklamnímu „brainwashingu“, řídit vlastní každodenní život a vymanit se z masové konformity, čímž se nestaví proti

---

<sup>10</sup> Odpůrci konzumentství jako takového.

konzumní společnosti, naopak představují příkladný vzor, který se pravděpodobně bude šířit dál. „...důrazem na individualizaci výdajů, diverzifikací a fragmentací spotřeby a nátlakem na výrobce, aby ještě dále rozčlenili metodiku členění trhu, alterkonzumentství pouze završuje samu podstatu hyperkonzumní společnosti.“ (Lipovetsky, 2007, s. 378)

I přesto, že konzumerismus proměnil vztah lidí k sobě samému, k druhému nebo ke kultuře, nezměnil však lidskou podstatu: odhodlání učit se, porozumět, rozvíjet se a překonávat sám sebe. Spokojené blaho nepředstavuje jediný cíl a jedinou cestu k seberealizaci. Individualistická doba je utvářena i jinými hodnotami než ideálem blahobytu. Pro řadu lidí je podnikavost, riziko, objevování, vynalézavost a kreativita nenahraditelný prostředek, jak se realizovat, získat si sebeúctu a respekt druhých. (Lipovetsky, 2007, s. 399-400) Podle filozofa si hyperkonzumní společnost žádá rozpory, překážky a hranice. Kdyby ztratila kritického ducha, etické požadavky, tvůrčí touhu a snahu o sebepřekonávání, přestala by sama fungovat. Překážky, hranice a opozice vůči konzumentství tvoří podmínku jejího rozvíjení. Jako obranu proti konzumní společnosti vidí ve vztyčení zcela odlišných zájmů a citů. Kritika by se tedy neměla zaměřovat na růst komerčně určených potřeb, kulturnější média s menším diktátem sledovanosti, nýbrž na instituce, které člověka vychovávají, dávají mu vzdělání a nástroje nezbytné k tomu, aby mohl uvažovat, konat a sebezdokonalovat se. (Lipovetsky, 2007, s. 401)

Lipovetsky vidí východisko v zavedení stavu, který lidem umožní rozvinout i jiné než konzumentské záliby a vášně. Je třeba hledat prostředky, které by obyvatelstvo přiměli jít za rozmanitějším spektrem cílů. Aby lidé nehledali štěstí výhradně ve zboží a komerci, je třeba najít jiné tužby a jiná centra zájmů. Budoucnost si žádá nové vzdělávací metody a práce, které umožní lidem nalézt vlastní identitu a vnitřní naplnění i jinde než v konzumentských rájích. (Lipovetsky, 2007, s. 402)

## 7. Vlastní práce

Následující kapitoly jsou věnovány výsledkům dotazníkového šetření, jejich analýze, sestavení a potvrzení či vyvrácení stanovených dvou hypotéz. Snahou této části bakalářské práce bude zjistit povědomí či postoj zkoumaného vzorku obyvatel České republiky o problematice konzumerismu a jeho negativních dopadech.

### 7.1 Dotazníkové šetření

Data pro tuto část bakalářské práce byla sbírána pomocí empirické metody, konkrétněji dotazníkovým šetřením. Zkoumaný vzorek obyvatel byl vybrán na základě náhodného výběru a dotazování probíhalo online formou přístupnou přes Google Forms. Respondenti byli osloveni přes sociální média a následný výzkum byl zpracován a analyzován prostřednictvím programu Microsoft Excel .

Dotazník<sup>11</sup> byl sestaven z 27 otázek (8 otevřených a 19 uzavřených). Otázky 1 až 5 měly za úkol blíže specifikovat respondenta. Následující otázky, tj. 6 až 13, zkoumaly informovanost respondentů o problematice konzumerismu a vztahu ke spotřebě. Další otázky, tj. 14 až 18, se soustředily na individuální prožívání dotazovaných při volbě zboží, zda se cítí být ovlivněny reklamou či marketingem. Navazující otázky 19 až 27 zjišťovali povědomí o spojitosti mezi spotřebou a negativních environmentálních dopadech a také se zajímaly o znalosti a postoj respondentů k současnému stavu životního prostředí. V bakalářské práci jsou analyzovány a graficky zobrazeny některé vybrané otázky z dotazníku.

Celkem dotazník vyplnilo 149 respondentů, z toho 98 žen (65,8 %) a 51 mužů (34,2 %). Věkové rozpětí dotazovaných bylo ve věku od 21 do 61 let. Absolutní i relativní četnosti věku jsou k vidění v následující tabulce.

Tabulka 1: Věk respondentů

Věk	Četnost		Kumulativní četnost	
	Absolutní četnosti	relativní četnosti	Absolutní četnosti	Relativní četnosti
21-26	47	31,54%	47	31,54%
26-31	28	18,79%	75	50,34%
31-36	23	15,44%	98	65,77%

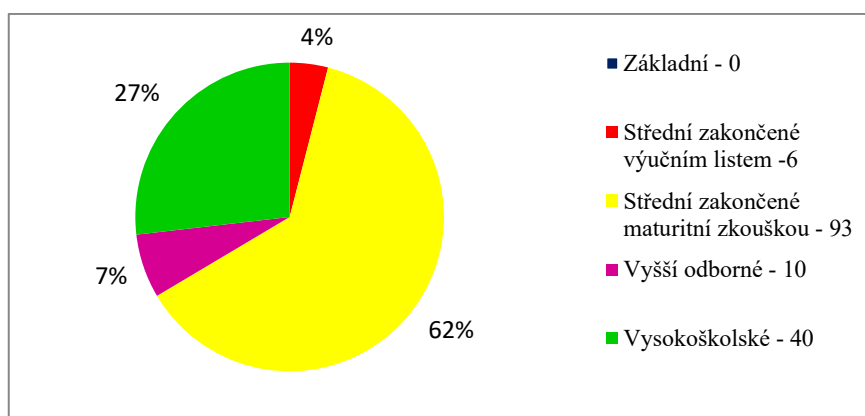
<sup>11</sup> příloha č. 1

36-41	15	10,07%	113	75,84%
41-46	18	12,08%	131	87,92%
46-51	5	3,36%	136	91,28%
51-56	8	5,37%	143	96,64%
56-61	5	3,36%	149	100%

Zdroj: Vlastní zpracování

Následující otázka se dotazovala na nejvyšší dosažené vzdělání respondentů. Dotazovaní mohli vybrat z předem definované nabídky: základní, střední zakončené výučním listem, střední zakončené maturitní zkouškou, vyšší odborné a vysokoškolské. Nejvíce se zúčastnilo respondentů se středoškolským vzděláním zakončeným maturitní zkouškou, tj. 93 a následně s vysokoškolským vzděláním, tj. 40. Celkové rozložení je uvedeno v následujícím grafu.

**Graf. 1: Nejvyšší dosažené vzdělání respondentů**

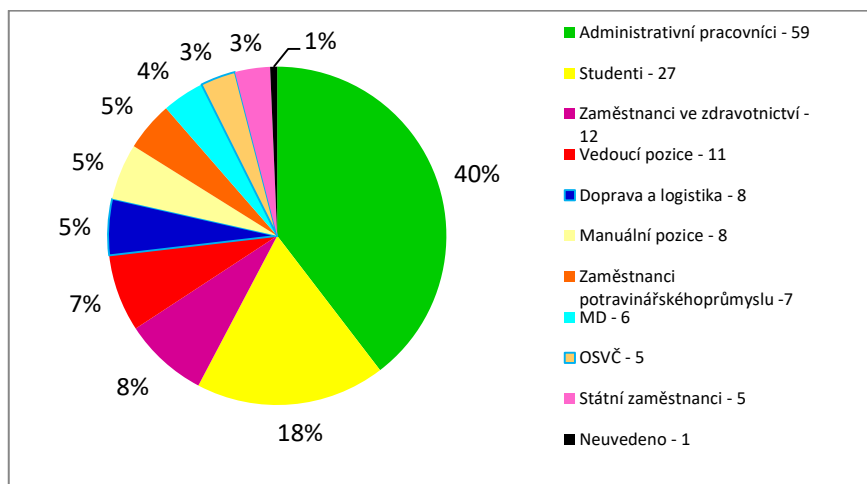


Zdroj: Vlastní zpracování

Z důvodu přesnější charakteristiky zkoumaného vzorku obyvatel následující otázka směřovala na zaměstnání. Z odpovědí respondentů bylo sestaveno 11 skupin podle vykonávaných profesí. První nejvíce zastoupenou skupinou jsou administrativní pracovníci. Sem byly zařazeny profese, jako bankovní zaměstnanci, finanční poradci, administrativní asistenti, produktoví specialisté, zaměstnanci IT a jiní úředníci. Další početnou skupinou byli studenti, jelikož nejnižší věk respondenta byl 21 let, předpokládá se, že se dotazníkového šetření zúčastnili pouze studenti vysokých škol. Následující skupiny jsou rozděleny na zaměstnance pracující ve zdravotnictví (zdravotní sestry, laborantky), na vedoucí pozici (manažeři; ředitelé), v dopravě a logistice (řidiči, dispečeri, skladníci), státní zaměstnanci (hasiči, učitelé, policisté), manuální pozice (technici, seřizovači, dělníci), zaměstnanci potravinářského průmyslu (kuchaři, prodavači), OSVČ,

mateřská dovolená (MD) a jeden respondent zaměstnání neuvedl. Přesné rozdělení ukazuje následující graf.

**Graf. 2: Zaměstnání respondentů**



Zdroj: Vlastní zpracování

V následující otázce k charakteristice respondentů, respondenti vypisovali své bydliště, které pak bylo seskupeno do skupin podle krajů. Největší počet zastoupení měl Středočeský kraj, odkud pocházelo celkem 66 respondentů (42,30 %), 50 respondentů pocházelo z kraje Praha (33,56 %), 8 respondentů uvedlo své bydliště v Plzeňském kraji (5,37 %), 6 respondentů v Libereckém kraji (4,03 %), 5 respondentů v Ústeckém kraji (3,36 %) a 5 respondentů v Královohradeckém kraji (3,36 %), 4 respondenti pocházeli z kraje Vysočina (2,68 %), 2 respondenti z Karlovarského kraje (1,34 %) a po 1 respondentovi byl zastoupen Jihočeský, Olomoucký a Moravskoslezský kraj (0,68 %).

Otázkou „Komu a čím jste v poslední době udělali radost?“ bylo zkoumáno, z jakých podnětů, z materiálního nebo duševního „světa“, pramení prožívání potěšení respondentů. Z důvodu různých odpovědí, byly reakce respondentů sjednoceny do skupin podle společných znaků. Následující tabulka ukazuje toto seskupení. Pro ilustraci je dále uvedeno několik odpovědí v nezměněné formě.

**Tabulka 2: Komu a čím jste v poslední době udělali radost?**

Duševní hodnoty (skutek), pro sebe	4
Duševní hodnoty (skutek), pro jinou osobu	43
Materiální hodnoty (nákup, spotřeba), pro sebe	14
Materiální hodnoty (nákup, spotřeba), pro jinou osobu	56
Nevím, nevzpomenu si, neudělal	10
Neúplná odpověď	22

Zdroj: Vlastní zpracování

„Sobě – procházkou.“

„Kamarádce, když umírala, tak jsem ji navštívila v nemocnici i přes zákaz návštěv.. Byla moc ráda, že mě vidí.“

„Sobě novou kabelkou.“

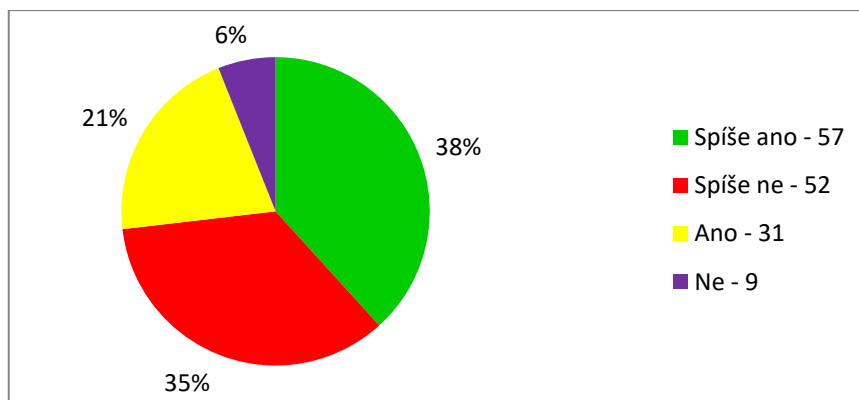
„Sestře, difuzér Jo Malone.“

Z analýzy této otázky byly odebrány neúplné odpovědi (tj. 22), počítalo se tedy celkem se 127 respondenty. Celkem z výsledků plyne, že většina, tj. 70 respondentů (55 % ze započtených odpovědí), činí potěšení materiální spotřebou, ať sobě či jiné osobě. Dalších 43 respondentů (34 %) pak činilo radost druhé osobě nemateriálně. Nejméně pak byli respondenti zaměřeni na svoje vnitřní „nemateriální já“(3%). Celkový výsledek může naznačovat tendence ke konzumnímu stylu života.

Z celkového počtu 149 respondentů odpovědělo 95 respondentů, že nikdy neslyšelo o problematice konzumerismu. Ostatních, všech 54 respondentů, pak na následující otázku: „Co konzumerismus znamená či v jaké souvislosti jste o něm slyšeli?“ napsali v podstatě správné odpovědi spojené s konzumerismem.

Další otázka: „Nakupujete rádi?“ zkoumala vztah respondentů k nakupování. Z odpovědí plyne, že větší část respondentů, tj. 88, má kladný vztah k nakupování (59 %). Záliba v nakupování může znamenat sklony k vyšší spotřebě.

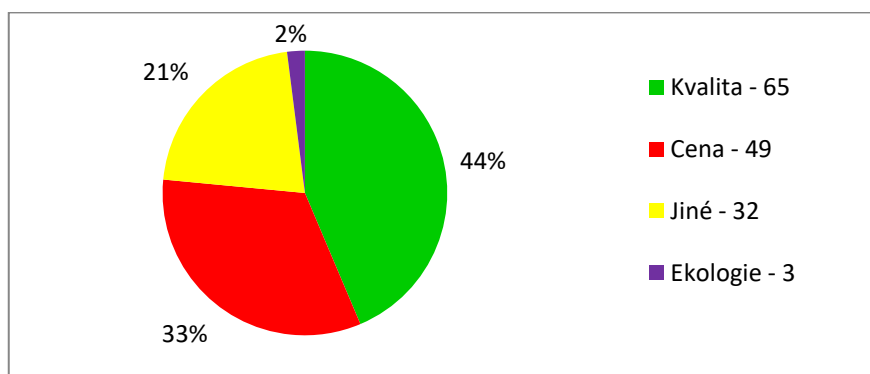
**Graf. 3: Nakupujete rádi?**



Zdroj: Vlastní zpracování

Následující otázka měla za úkol zjistit, podle čeho si respondenti nejčastěji vybírají nakupované zboží. Na výběr měli z odpovědí: Cena, Kvalita, Ekologie (zajímám se o dopad na životní prostředí při výrobě či spotřebě zboží) nebo čtvrtou možnost „Jiné“ a popsat podle čeho si vybírají zboží. Nejvíce respondentů, tj. 65, nejčastěji nakupuje zboží podle kvality, dalších 49 dotázaných vybírá zboží podle ceny a pouze 3 respondenti volí zboží čistě podle ekologie. Ostatních 32 respondentů zvolilo možnost „Jiné“ a nejčastěji odpovídali, že vybírají zboží podle poměru ceny a kvality, popř. ceny, kvality a ekologie.

**Graf. 4: Podle čeho si nejčastěji vybíráte nakupované zboží?**



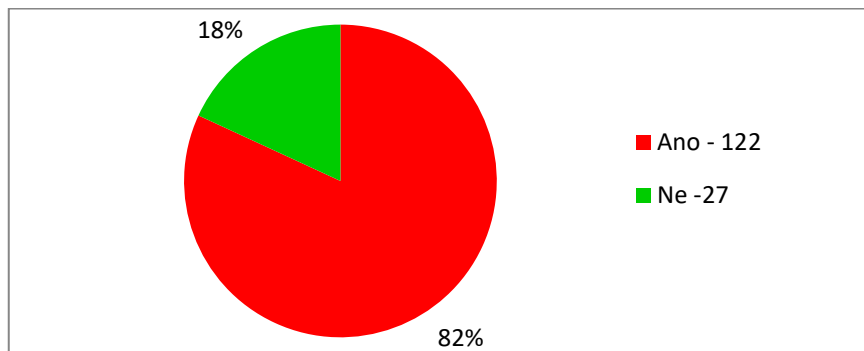
Zdroj: Vlastní zpracování

Cílem následující otázky bylo zjistit, zda se respondenti při nakupování nechají zlákat cenou a koupí si věc, kterou vyloženě nepotřebují. I když dle předchozí otázky větší část respondentů volí zboží podle kvality, či kombinace ceny a kvality, v této otázce se



ukázalo, že 122 respondentů (82 %) se nechají ovlivnit cenou. Výsledek může svědčit o vlivu marketingové cenové strategie a znázorňovat princip masové spotřeby či plýtvání.

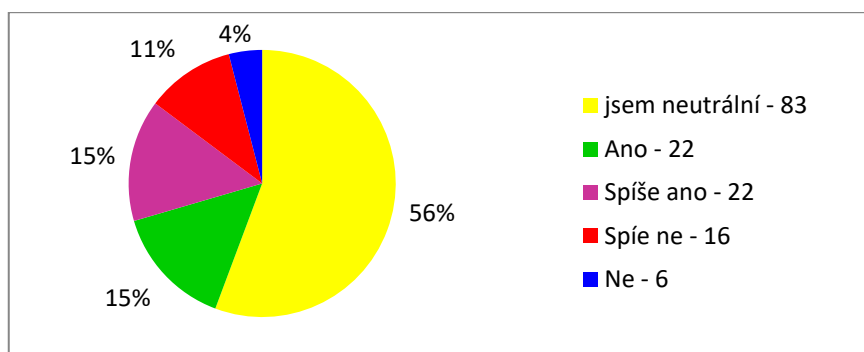
**Graf. 5: Koupili jste si někdy zboží jen proto, že bylo cenově výhodné? (Jinak byste si ho nekoupili.)**



Zdroj: Vlastní zpracování.

Další otázka byla zaměřena na zjištění, zda respondenti nějak řeší obalové materiály ve vztahu k nakupovanému zboží. Z odpovědí je zřejmé, že většina respondentů, tj. 121, jsou ve vztahu k obalům zboží buď neutrální, nebo nepreferují zboží bez obalu. Jen 28 respondentů pak dává přednost nebalenému zboží. V porovnání s poslední otázkou, která se tázala, jaký největší negativní dopad spojený s konzumerismem se dotýká přímo respondentů, nejčastější odpověď, tj. 55, byla právě hromadění odpadu. Výsledek šetření může vycházet z pasivního či neutrálního postoje respondentů k celé problematice.

**Graf. 6: Dáváte přednost nebalenému zboží?**

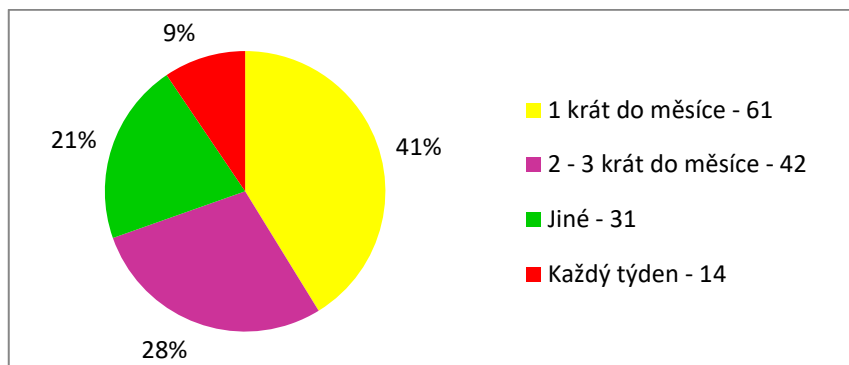


Zdroj: Vlastní zpracování

Následující otázka měla ukázat, jaký vztah mají respondenti k plýtvání ve smyslu vyhazování nezpracovaných potravin. Z výzkumu vyplynulo, že 61 respondentů vyhazuje potraviny alespoň jednou za měsíc, 43 respondentů pak 2krát až 3krát za měsíc, a 14 respondentů vyhazuje zkažené potraviny každý týden. Ostatních 31 se pak snaží

vyhazovat, co nejméně, jen párkrát do roka, popř. těmito potravinami krmí hospodářská zvířata. V celkovém součtu pak 117 respondentů (79 %) vyhazuje zkažené či prošlé potraviny minimálně 1krát a více za měsíc. Výsledek, dle mého, ukazuje plýtvání.

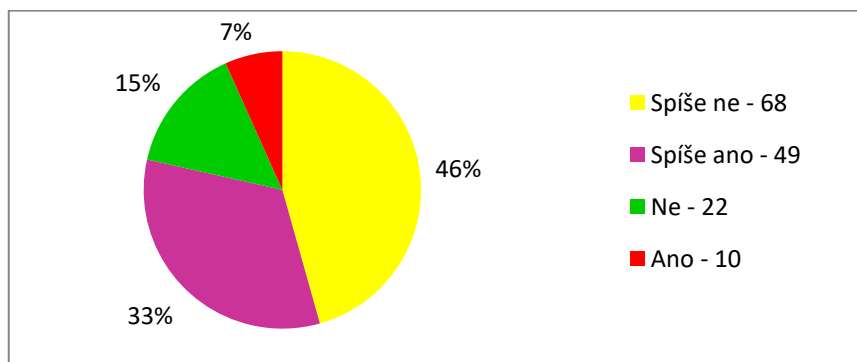
**Graf. 7: Jak často vyhazujete prošlé nebo zkažené potraviny, které jste si nakoupili a nestihli je spotřebovat?**



Zdroj: Vlastní zpracování

Příští otázka zjišťovala vztah respondenta k značkovému zboží. Z výsledku vyplynulo, že si většina respondentů, tj. celkem 90, spíše nakupují neznačkové zboží. Ostatních 59 pak spíše značku preferuje. Podrobné údaje jsou zobrazeny v následujícím grafu.

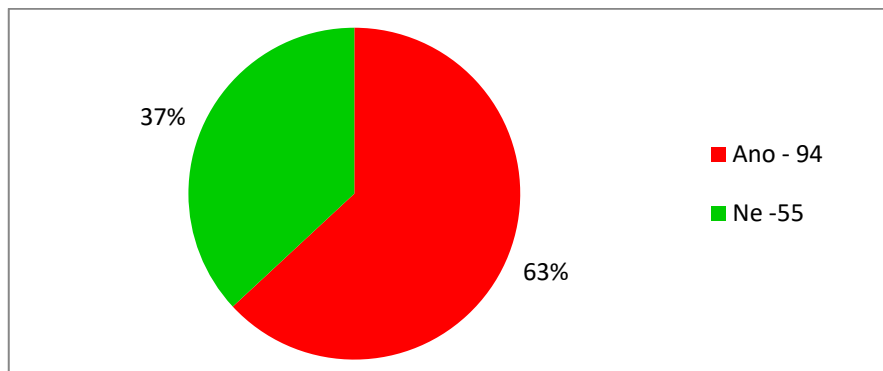
**Graf. 8: Dáváte přednost značkovému zboží?**



Zdroj: Vlastní zpracování

Následující otázka, měla zjistit, jak interaktivní reklamy na internetu ovlivňují spotřebu. Jedná se o reklamy, které se spotřebitelům zobrazují, podle údajů, co vyhledávali popř. o co, se zajímali ve svých sociálních sítích či internetových prohlížečích. Velká část, tj. 94 respondentů, si na základě této reklamy nakoupila neplánovaně zboží. Z výzkumu vyplývá, že tento druh reklamy přispívá k vyšší spotřebě.

**Graf. 9: Nakoupili jste si někdy neplánovaně zboží na základě interaktivní reklamy či jiného inzerátu nějakého velmi výhodného produktu na internetu? (Zobrazené např. na soc. sítích či jiných navštěvovaných stránkách.)**



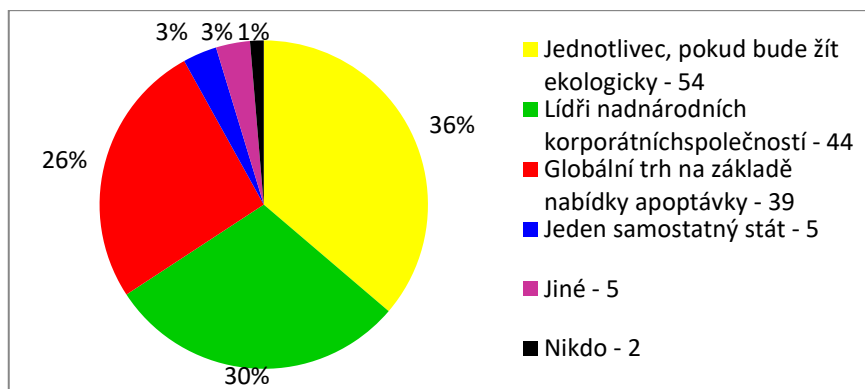
Zdroj: Vlastní zpracování

Záměr 19. a 20. otázky byl zjistit, zda respondenti přistupují aktivně k ochraně životního prostředí. Z výsledku je zřejmé, že se 120 respondentů aktivně podílí na ochraně životního prostředí. Většina z nich považuje za aktivní účast na ochraně třídění odpadu (98). Někteří z nich se navíc snaží vyhýbat obalům a nepoužívat plasty (22), podílí se na aktivním sbírání odpadků (5), snaží se o problematice životního prostředí informovat (5), šetřit energii (3), recyklují oblečení (1) nebo nejí maso (1).

Na třídění odpadu byla dále položena samostatná otázka č. 22, z které vyplynulo, že 142 respondentů třídí odpad, tedy pouze 7 respondentů netřídí. Z toho plyne, že 44 respondentů nepovažuje třídění odpadu za aktivní účast na ochraně životního prostředí. Rozdíl může plynout z odlišné motivace pro třídění odpadu (např. z vlastních ekonomických zájmů) či pesimismu ze zlepšení stavu životního prostředí.

Poslední skupina otázek zjišťuje znalosti a postoje respondentů ke stavu životního prostředí, začíná otázkou: „Kdo myslíte, že může nejvýrazněji zlepšit zhoršující se stav životního prostředí?“ Z odpovědi by měla vyplynout znalost či informovanost respondentů o problematice životního prostředí. Nejvíce dotazovaných, tj. 54, si myslí, že stav životního prostředí může nejvíce ovlivnit jednotlivce, pokud bude žít ekologicky. To by mohlo odrážet kampaně či zprávy, které podávají média a tlak na každého jednotlivce, aby se choval ekologicky. Poté hned v zástupu 44 respondentů, si myslí, že stav životního prostředí nejvýraznějilepší lídři nadnárodních korporací. Další podrobné údaje jsou zobrazeny v následujícím grafu.

**Graf. 10: Kdo myslíte, že může nejvýrazněji zlepšit zhoršující se stav životního prostředí?**



Zdroj: Vlastní zpracování

Z následující otázky vyplynulo, že 80 respondentů se aktivně zajímá, v jakém stavu je životní prostředí, 69 se potom o problematiku životního prostředí nezajímá. Následovala otázka, ve které byli respondenti tázáni, proč tak odpověděli. Z důvodu různých odpovědí, byly odpovědi sjednoceny do skupin podle společných charakteristik. Toto seskupení je ukázáno v následující tabulce. Dále jsou pak pro ilustraci uvedeny příklady odpovědí v nezměněné formě.

**Tabulka 3: Zajímáte se aktivně v jakém stavu je životní prostředí?**

Aktivně se zajímám o stav životního prostředí (ŽP)		Ativně se nezajímám o stav životního prostředí (ŽP)	
Záleží mi na ochraně ŽP	40	Nezají má mě to, aktivně nevyhledávám téma ŽP	29
Z důvodu budoucnosti ŽP	20	Nemám na to čas	16
Vážné (důležité) téma	12	Je to zbytečné (sám nic nezměním)	10
Nezodpovězeno	19	Neznečišťuji ŽP	3

Zdroj: Vlastní zpracování

„Není mi to lhostejné.“

„Miluji přírodu a chci, aby vydržela i pro naše další generace.“

„Informace této problematiky mi přijdou velmi podstatné.“

„Není to mé oblíbené téma.“

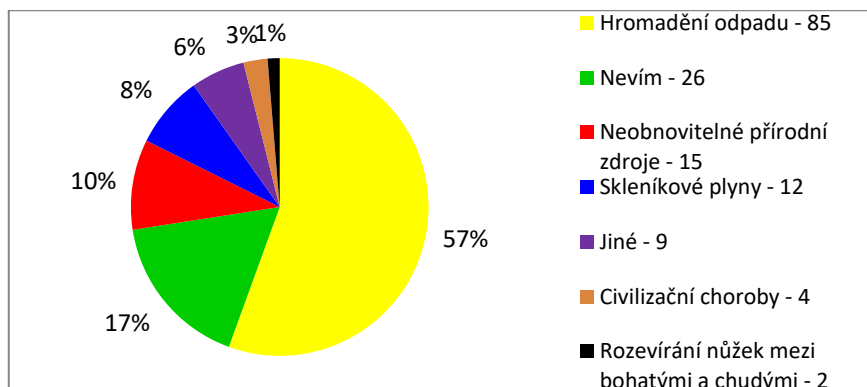
„Nemám čas.“

„Informace o stavu životního prostředí je mi zbytečná, jelikož jako 1 člověk to nemůžu změnit.“

„Myslím, že nejsem člověk, co extrémně znečišťuje planetu.“

Další otázka zaznamenává, s jakým největším negativním dopadem si respondenti spojují konzumerismus. Z výzkumu vyplynulo, jak již bylo naznačeno výše, že 85 respondentů vnímá největší negativum konzumerismu hromadění odpadu. Dalších 26 respondentů zvolilo odpověď neví, 15 respondentů považuje za největší problém neobnovitelné přírodní zdroje, jen 12 respondentů vnímá za nejhorší dopad skleníkové plyny, 9 respondentů zvolilo možnost jiné, přičemž se přikláněli k odpovědi, že největší hrozbou je kombinace všeho. Tento výzkum může ukazovat, že největší problém, jaký respondenti vnímají, je ten, který je přímo vidět či je o něm slyšet.

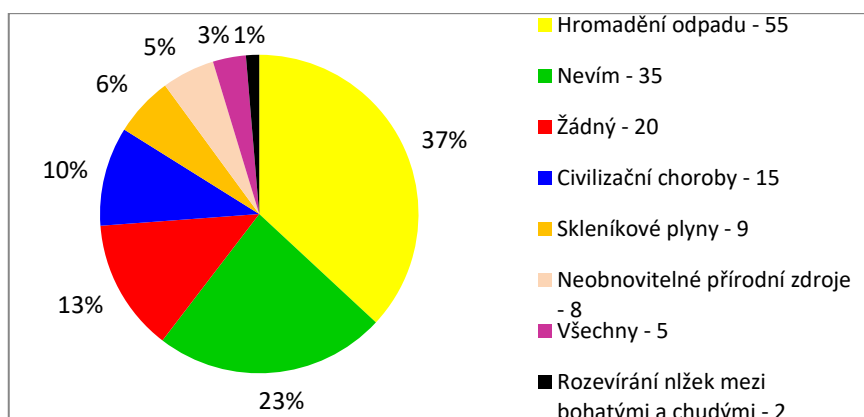
**Graf. 11: Jaký myslíte, že je největší problém spojený s negativním dopadem konzumerismu?**



Zdroj: Vlastní zpracování

Poslední otázka navazovala na předchozí, a měla zjistit, jak respondenti subjektivně vnímají negativní dopady. Měli za úkol vybrat problém z nabídky z předchozí otázky, který se nejvíce dotýká přímo jich samotných. Nejvíce respondentů, tj. 85, se nejvíce dotýká hromadění odpadu, dalších 35 respondentů nevědělo, co se jich týká, 20 respondentů se přímo nedotýká žádný problém, 15 respondentů vnímají civilizační choroby, skleníkové plyny se dotýkají 9 respondentů, 5 respondentů si myslí, že se jich nejvíce dotýkají kombinace všech problémů, protože všechny spolu souvisí. Další podrobnosti jsou v následujícím grafu.

**Graf. 12: Jaký problém z předchozí otázky se nejvíce dotýká přímo Vás?**



Zdroj: Vlastní zpracování

### **7.1 Stanovené hypotézy**

Snahou bude zjistit a nalézt faktor, který by mohl mít vliv na informovanost respondentů o problematice konzumerismu.

Jelikož je obecně známý fakt, že vzdělání, utváří osobnost lidí a může ovlivňovat postoje či jejich názory. Hypotéza č. 1 předpokládá souvislost mezi vzděláním respondentů a informovaností o problematice.

Další hypotéza testuje vztah mezi povědomím o problematice a vlivem na zájem respondentů o ochranu životního prostředí. Hypotéza č. 2 předpokládá souvislost mezi informovaností o problematice konzumerismu a aktivní účasti na ochraně životního prostředí.

### **7.2 Testování hypotéz**

V této kapitole jsou znázorněny a interpretovány výsledky testování stanovených hypotéz za pomoci  $\chi^2$  testu, přičemž byly splněny podmínky pro tento test. Z dotazníku byla vybrána jedna přímá otázka: „Slyšeli jste někdy o problematice konzumerismu?“, která zkoumala, zda respondenti mají povědomí o tématu a odpovědi byly použity, jako předpoklad informovanosti, při testování u všech hypotéz. Další otázky byly vybrány dle stanovených hypotéz.

### 7.2.1 Hypotéza č. 1

Hypotéza č. 1: Na informovanost respondentů o problematice konzumerismu má vliv jejich vzdělání.

V následující tabulce jsou respondenti rozděleni do skupin podle vzdělání, tak aby byly splněny testovací podmínky a zobrazeny pozorované a očekávané četnosti jednotlivých odpovědí.

$H_0$ : Informovanost respondentů o problematice konzumerismu nesouvisí s jejich vzděláním.

$H_1$ : Informovanost respondentů o problematice konzumerismu souvisí s jejich vzděláním.

**Tabulka 4: Odpovědi ohledně informovanosti respondentů o problematice konzumerismu**

Otázka: Slyšeli jste někdy o problematice konzumerismu?					
	Ano	Očekávané četnosti	Ne	Očekávané četnosti	$n_i$
Vyučen, Maturita	33	35,87919463	66	63,12080537	99
VOŠ, VŠ	21	18,12080537	29	31,87919463	50
$n_i$	54		95		149

Zdroj: Vlastní zpracování

P-hodnota u této otázky je 0,29872285, testové kritérium  $\chi^2 = 1,07988694$ . Kritická hodnota, vyčtena z tabulek, na hladině významnosti 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) při 3 stupních volnosti je 7,815. Hodnota  $\chi^2$  je menší než kritická hodnota, proto se nulová hypotéza nezamítá. Dle výpočtu neexistuje souvislost mezi vzděláním respondentů a informovaností o konzumerismu.

### 7.2.2 Hypotéza č. 2

Hypotéza č. 2: Informovaní respondenti o problematice konzumerismu se aktivně účastní ochrany životního prostředí.

Pro následné testování hypotézy byly z dotazníku vybrány dvě otázky spojené s ochranou životního prostředí. Níže v tabulce jsou uvedeny odpovědi dle četnosti a očekávané četnosti k první otázce.

$H_0$ : Informovanost respondentů o problematice nesouvisí s jejich aktivní účastí na ochraně životního prostředí.

$H_1$ : Informovanost respondentů o problematice souvisí s jejich aktivní účastí na ochraně životního prostředí.

**Tabulka 5: Vliv problematiky konzumerismu na ochranu životního prostředí I**

Otázka: Podílíte se na ochraně životního prostředí?					
Informovanost	Ano	Očekávané četnosti	Ne	Očekávané četnosti	$n_i$
Ano	21	43,48993289	33	10,51006711	54
Ne	38	76,51006711	57	18,48993289	95
$n_j$	59		90		149

Zdroj: Vlastní zpracování

V této otázce se výsledná P-hodnota rovná 0,130804359, testové kritérium je po výpočtu  $\chi^2 = 2,282932323$ . Na hladině významnosti 0,05 a 1 stupni volnosti je vyhledaná kritická hodnota 3,841. Testové kritérium má nižší hodnotu než je kritická hodnota. Z toho důvodu se nulová hypotéza nezamítá. U této otázky lze konstatovat, že informovanost respondentů o konzumerismu nemá vliv na jejich chování ohledně ochrany přírody.

Četnost odpovědí a očekávané četnosti ve druhé vybrané otázce lze najít v tabulce níže. Pro testování hypotézy byla z dotazníku zvolena otázka na třídění odpadu, jež respondenti sami spojovali s aktivní účastí na ochraně životního prostředí.

$H_0$ : Informovanost respondentů o problematice nesouvisí s jejich aktivní účastí na ochraně životního prostředí.

$H_1$ : Informovanost respondentů o problematice souvisí s jejich aktivní účastí na ochraně životního prostředí.



**Tabulka 6: Vliv problematiky konzumerismu na ochranu životního prostředí II**

Otázka: Třídíte odpad?					
Informovanost	ano	Očekávané četnosti	ne	Očekávané četnosti	$n_i$
ano	53	51,46308725	1	2,536912752	54
ne	89	90,53691275	6	4,463087248	95
$n_j$	142		7		149

Zdroj: Vlastní zpracování

P-hodnota u druhé otázky získaná výpočtem je rovna 0,215762467. Výsledek hodnoty testového kritéria je  $\chi^2 = 1,532334161$ . Při 1 stupni volnosti na hladině významnosti 0,05 je stanovená hodnota 3,841. Testové kritérium je i v tomto případě je menší než kritická hodnota. Nulová hypotéza se tedy nezamítá. Z výpočtu je zřejmé, že aktivní účast respondentů na ochraně životního prostředí, nemá spojitost s jejich povědomím o konzumerismu.

## 8. Výsledky a diskuze:

S rozvojem průmyslové revoluce se proměnilo hospodářství, výroba, těžba doprava a další průmyslové sektory. Zároveň došlo k zásadním společenským, kulturním a politickým proměnám.

Lipovetsky rozdělil vývoj konzumní společnosti do třech fází. První fáze vedla ke vzniku moderního spotřebitele a masové výroby a spotřeby převážně vyšších společenských vrstev. Vznikl masový marketing.

V druhé fázi vznikla konzumní ekonomika založená na principu, že vyššího zisku lze dosáhnout prostřednictvím většího objemu prodeje a snížením ceny. Zvedl se význam spotřeby a změnila se její struktura. Zrodila se společnost masové spotřeby. Zboží si již mohl dovolit každý. Konzumní společnost si začala libovat v hmotném pohodlí a moderním vybavením domácnosti. Se vznikem reklamy se zrodila každodenní stimulace tužeb prostřednictvím mediální ukázky snu o konzumním štěstí.

Třetí vývojovou fází, dle Lipovetského, charakterizuje konzumentský hyperindividualismus. Spotřeba se odvíjí od individuálních zájmů, preferencí a kritérií. Konzumenti jsou nestálí a hůře předvídatelní, lépe se rozhodují a preferují kvalitu života a zdraví. Lidé chtějí stále více dosáhnout uspokojení po emocionální stránce, kterou jim pohodlí, přepych a spotřeba nepřináší. Hlavním rysem průměrného člověka zahlceného zbožím v prosperujících společnostech se stala nespokojenost a nevrlost.

Současní konzumenti přizpůsobují svůj životní styl nejnovějším trendům. Nakupují nové zboží dříve, než to staré doslouží. Podstatou konzumních společností se stalo zvyšování životní úrovně a růst HDP. Již se nejedná o uspokojení základních existenciálních potřeb, ale o uspokojení komerčně prodávaných pocitů. Spotřeba se pro mnohé lidi stala téměř fyziologickou nutností.

Tato touha je zřejmě v člověku evolučně zakořeněná, díky ní lidé dokázali prosperovat. Již dříve, před vznikem konzumní společnosti, se projevovala v určité formě jakéhosi triumfální plýtvání nakumulovaného bohatství pod sociálním tlakem, a to za účelem zachování stability společenské hierarchie. Tento jev popsal filozof Bataille, jako tzv. potlač, který je také charakterizován, jako soupeření v plýtvání a pompézností daru, jenž má hodnotu pouze ve veřejném předvádění se, jak již známo u historických indiánských kmenů.

Podle ekonoma Sedláčka, je hnacím motorem spotřeby, pokroku, vývoje a ekonomického růstu právě ta touha či nespokojenost. Chtíč roste s každým dalším soustem a zdá se, že člověk není schopen rozlišit svůj vlastní bod blaha, spokojenosti nebo nasycení. Otázkou je, do jaké míry by se člověk měl nechat oddávat vrozené vlastnosti chtít více a odkdy by měl sám sebe omezovat. Sedláček si myslí, že by lidé neměli chtít vše, co mohou chtít.

Spotřebu podporují masová média, za pomoci propagace, která je pro ně businessem. Podle Ftorka, inzerenti zboží hromadné spotřeby využívají masová média k propagaci jejich produktů, jelikož mají velký dosah. Proto jsou média prosycena reklamou. Reklama je však jen část celé marketingové propagace, dnes zaměřené spíše na oblasti PR. Jedná se o vztahy s veřejností. Podniky tedy nereklamují pouze jeden artikl, ale ukazují celý souhrnný obraz podniku a jejich produktů apod. Na publikum působí důvěryhodněji než jen klasická reklama, tudíž dosahují účinnějšího ovlivnění médií a následného žádoucího (konzumního) chování.

Tato obrovská výroba, nadspotřeba, plýtvání apod. se však neobejde bez negativních dopadů na celou civilizaci, dokonce i planetu. Lidé čelí problémům, tzv. civilizačním chorobám, jak uvádí Dolina a kol., vznikajících z pohodlného a nezdravého životního stylu (sedavého způsobu života, přejídání se, kouření apod.) a stresu z tlaku na výkon, který je charakteristický pro stále rostoucí ekonomické společnosti. Další negativní vliv na zdraví člověka může mít chemizace životního prostředí. Jedná se o chemické prvky, které se dostávají do lidského organismu, ať již záměrně či neúmyslně (z potravin, z ovzduší apod.). I když tyto chemické látky nezpůsobují žádné akutní problémy, zůstává však nezodpovězenou otázkou, co tyto látky mohou v lidském organismu, při dlouhodobém vlivu různých kombinací, způsobit.

Dalšími negativními dopady, způsobeny soustředěním se na ekonomický růst, jsou tzv. globální změny. Jedná se o změny, které zapříčinil člověk svojí činností. Od dob průmyslové revoluce je nárůst spotřeby a těžby fosilních paliv způsoben poptávkou po velkém množství energetických vstupů potřebných pro přeměnu nerostů v materiály. Životní styl obyvatel v rozvinuté ekonomice je založený na využívání fosilních paliv, což vede k vypouštění skleníkových plynů do atmosféry.

V současné době, podle výzkumů, jak uvedli Rockstörn a kol., již byly překročeny tři meze (změna klimatu, uvolňování reaktivního dusíku a fosforu, rychlost ztráty biodiverzity), jejichž přesažení může negativně ovlivnit lidskou společnost.

Tématem k diskusi může být otázka, zda současná vládní opatření s cílem uhlíkové neutrality či další cílů, budou dostatečně účinná a proveditelná, aby snížila riziko rostoucích počet hrozeb (terorismus, konflikty, změna klimatu, pandemie, kybernetické útoky nebo finanční krize). Mezi další globální problémy patří hromadění odpadu, přelidnění planety, udržitelný rozvoj apod.

Dalším tématem, k nastolení udržitelného rozvoje, je lidská individuální zodpovědnost. Autoři, Sedláček, Rolný a Lacina se shodují na tom, že je potřeba přehodnotit lidské chování a zaměřit se na jiné hodnoty než je uspokojování svých tužeb spotřebou zboží. Cesta by měla vést přes individuální zodpovědnost, přehodnocení životních hodnot, omezení kvantitativního růstu materiálních požadavků, útlum komerčních médií aj. Lipotevsky vidí příležitost změny v najití jiných tužeb a center zájmů, a to si žádá nový vzdělávací systém, jenž umožní lidem nalézt vlastní identitu a vnitřní naplnění i jinde než v konzumních rájích.

Z dotazníkového šetření vyplynulo, že se respondenti o problematiku konzumerismu a jeho negativních dopadech příliš aktivně nezajímají. Jejich míra informovanosti o daném tématu není ovlivněna jejich vzděláním ani stářím a zároveň nemá vliv na jejich zájem o ochranu životního prostředí. Celkem se dotazníkové šetření zúčastnilo 149 respondentů převážně ze Středočeského kraje a z Prahy.

## 9. Závěr:

Tato práce se zabývala problematikou negativních dopadů konzumerismu na udržitelný rozvoj a dotazníkovým šetřením. Cílem práce bylo přiblížit téma konzumerismu a zjistit povědomí vybraného zkoumaného vzorku obyvatel České republiky o dané problematice. V rámci teoretické části po zběžném seznámení čtenáře s problematikou konzumerismu a jeho vývojem se práce zaměřila na možné příčiny nadspotřeby konzumentů. Touha spotřebovávat pramení z evolučního vývoje člověka a v současné době se projevuje přes komerčně vyvolanou touhu spotřeby. Na spotřebu mají velký vliv média. V krátkosti byl popsán ekonomický smíšený systém a fungování masmédií.

Kapitola v následující části práce se zaměřila na negativní dopady konzumerismu. Zde byly popsány civilizační problémy, jako jsou choroby současnosti spojené s moderním způsobem života (obezita, cévní choroby, zhoubné nádory, cukrovka 2. typu, aj.), další narůstající problémy a environmetální dopady (globální změny, přelidnění planety a udržitelný rozvoj).

V kapitole řešení byly prezentovány názory autorů z pohledu vědy a výzkumu, vlády a zákonu a lidské individuální zodpovědnosti.

Na teoretickou část navazovala vlastní práce, která zahrnovala vlastní kvantitativní výzkum. Dotazníkové šetření bylo dostupné přes webovou platformu Google Forms. Zkoumaný vzorek obyvatel byl vybrán na základě náhodného výběru. Celkem dotazník vyplnilo 149 respondentů převážně ze Středočeského kraje a z Prahy, z toho 98 žen (66 %) a 51 mužů (34 %). Věkové rozhraní dotazovaných bylo ve věku od 21 do 61 let.

Z výzkumu vyplynulo, že se respondenti příliš nezajímají o problematiku konzumerismu a jejich míra informovanosti o daném problému není ovlivněna jejich vzděláním ani stářím a zároveň nemá spojitost s jejich zájmem o ochranu životního prostředí. Konzumerismus si respondenti, dle mého, spojují spíše s nadměrnou spotřebou zboží a následně s hromaděním odpadu. Životní prostředí se znečištěným ovzduším. Avšak celkovou propojenost ekologických, ekonomických a sociálních systémů si neuvědomují, stejně jako vážnost celé problematiky.

## 10. Bibliografie

- Aktuálně.cz. 2019.** Aktuálně.cz. [Online] *Ekonomika, ČTK*, 6. 6 2019. [Citace: 30. 11 2020.] Dostupné z WWW: <https://zpravy.aktualne.cz/ekonomika/zebricek-firem-podle-vyse-odvedene-dane-z-prijmu/r~1a708312882b11e9b2a00cc47ab5f122/>.
- Bataille, Georges. 1998.** *Prokletá část / teorie náboženství*. Praha : Herrmann & synové, 1998. str. 23. ISBN 80-238-3644-7.
- BRABEC, Jan. 2007.** *Chvála konzumerismu?*, Praha: Sborník prací z mezinárodní vědecké konference Agrární perspektivy XVI.
- ČSÚ. 2020.** czso.cz. *Český statistický úřad*. [Online] 2020. [Citace: 1.. 3. 2021.] Dostupné z WWW: <https://www.czso.cz/documents/10180/121768528/13006920a06.pdf/8c655ed8-4911-4dc2-93a9-603b080033ea?version=1.1>.
- ČSÚ. 2016.** czso.cz. *Český statistický úřad*. [Online] 10. 6 2016. [Citace: 20. 11 2020.] Dostupné z WWW: <https://www.czso.cz/csu/czso/vydani-a-spotreba-domacnosti-statistiky-rodinnych-uctu-domacnosti-podle-postaveni-osoby-v-cele-podle-velikosti-obce-prijmova-pasma-regiony-soudrznosti-2015>.
- ČSÚ. 2019.** czso.cz. *Český statistický úřad*. [Online] 2019. [Citace: 20. 11 2020.] Dostupné z WWW: [https://www.czso.cz/csu/czso/informacni\\_spolecnost\\_v\\_cislech](https://www.czso.cz/csu/czso/informacni_spolecnost_v_cislech).
- Dolina, Jiří a kol. 2009.** *Civilizace a nemoci*. 1. Praha : FUTUTRA, 2009. ISBN: 978-80-86844-53-4.
- eea.europa.eu. 2014.** eea.europa.eu *Odpady problém či zdroj?* [Online] Evropská agentura pro životní prostředí, 8. 8 2014. [Citace: 6. 3 2021.] Aktualizace stránky 23.11.2020. Dostupné z WWW: <https://www.eea.europa.eu/cs/signaly/signaly-2014/clanky/odpady-problem-ci-zdroj>.
- europarl.europa.eu. 2018.** Zpravodajství evropský parlament. [Online] 16.. 4. 2018. [Citace: 9.. 3. 2021.] Dostupné z WWW: <https://www.europarl.europa.eu/news/cs/headlines/priorities/zmeny-klimatu/20180305STO99003/snizovat-emise-co2-cile-a-opatreni-eu>.
- Frouz, Jan, Moldan, Bedřich. 2015.** *Příležitosti a výzvy enviromentálního výzkumu*. Praha : Univerzita Karlova v Praze, 2015. ISBN: 978-80-246-2667-3.

- Ftorek, Jozef. 2012.** *Public relations jako ovlivňování médií. 3., rozšířené .* Praha : Grada Publishnig, 2012. ISBN: 978-80-247-3926-7.
- Goldin, Ian. 2016.** *Je planeta Země už planá? 1.* Praha : Libri, 2016. ISBN: 978-80-7277-546-0.
- Han, Byung-Chul. 2016.** *Vyhořelá společnost. 1.* Praha : Rybka Publishers, 2016. ISBN: 978-80-87950-05-0.
- Hlubinková, Zuzana a kol. 2008.** *Psychologie a sociologie ekonomického chování. 3., aktualizované, doplněné a přepracované vydání.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2008. ISBN 978-80-247-1593-3.
- Jandourek, Jan. 2012.** *Slovník sociologických pojmů, 610 hesel. 1.* Praha : Grada Publishing, a.s., 2012. ISBN 978-80-247-3679-2.
- Jindra, Zdeňěk, Jakubec, Ivan a kol. 2015.** *Hospodářský vzestup českých zemí od poloviny 18. století do konce monarchie. 1.* Praha : Karolinum, 2015. ISBN 978-80-246-2945-2.
- Kušková, Petra, Marková, Alena, Najmanová, Klára. 2009.** Ministerstvo životního prostředí České republiky. mzp.cz. Češi ve spotřebitelském ráji(!?) [Online] 2009. [Citace: 10. 11 2020.] Dostupné z WWW: <https://www.mzp.cz/web/edice.nsf/e26dd68a7c931e61c1256fbe0033a4ee/243f080c086028b1c12575df003d0f56?OpenDocument>. ISBN: 978-80-85087-70-3.
- Lipovetsky, Gillev. 2007.** *Paradoxní štěstí: esej o hyperkonzumní společnosti. 1.* Praha : Prostor, 2007. ISBN 978-80-7260-184-4.
- Mlejnek Josef, Šustrová, Petruška. 2013.** Moderní dějiny. *moderni-dejiny.cz.* [Online] 23. 6 2013. [Citace: 30. 10 2020.] <http://www.moderni-dejiny.cz/clanek/svetla-a-stiny-fordismu/>.
- MZP. mzp.cz. Ministerstvo životního prostředí. mzp.cz.** [Online] Ministerstvo životního prostředí. [Citace: 25. 10 2020.] Dostupné z WWW: [https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny\\_rozvoj](https://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj).

**Olšovský, Jiří. 2011.** *Slovník filozofických pojmů současnosti*. 3. Praha : Grada Publishing, a.s., 2011. str. 235. ISBN: 978-80-247-3613-6.

**OSN. 2012.** [www.mzp.cz](http://www.mzp.cz). *Ministerstvo životního prostředí*. [Online] 20-22. 6 2012. [Citace: 7. 3 2021.] Dostupné z WWW: [www.mzp.cz/cz/deklarace\\_future\\_we\\_want](http://www.mzp.cz/cz/deklarace_future_we_want).

**OSN. 1991.** *Zpráva mezinárodní komise OSN pro životní prostředí, Výtah*. 3., upr. vyd. Brno : Ekocentrum, 1991. ISBN: 80-85368-14-5.

**Pavelka, Tomáš. 2007.** *Makroekonomie základní kurz*. 2. místo neznámé : Melandrium, 2007. ISBN: 978-80-86175-52-2.

**Rockstörn, Johan a kol. 2009.** A safe operating space for humanity. *Nature*. [Online] 23.. 9. 2009. [Citace: 7. 3 2021.] doi : 10.1038 / 461472a , PMID 19779433, S2CID 205049746. Dostupné z WWW: [www.nature.com/articles/461472a](http://www.nature.com/articles/461472a). Bibcode : 2009Natur.461..472R.

**Rolný, Ivo, Lacina, Lubor. 2004.** *Globalizace - etika - ekonomika*. Věrovany : Jan Piszkievicz, 2004. ISBN: 80-86768-04-X.

**Sedláček, Tomáš. 2017.** *Ekonomie dobra a zla*. 3. Český Těšín : Těšínská tiskárna, a.s., 2017. ISBN: 978-80-87506-94-3.

**Sojka, Milan. 2017.** Sociologická encyklopedie. *encyklopedie.soc.cas.cz*. [Online] Sociologický ústav AV ČR, V.V.I., 11. 12 2017. [Citace: 25. 10 2020.] <https://encyklopedie.soc.cas.cz/w/Konzumerismus>.

**Švarcová, Jana a kol. 2015.** *Ekonomie stručný přehled*. ISBN: 978-80-87301-20-3. Zlín : CEED, 2015





## **Dotazníkové šetření:**

1. Pohlaví:

- Muž
- Žena

2. Věk:

3. Nejvyšší dosažené vzdělání:

- Základní
- Střední zakončené výučním listem
- Střední zakončené maturitní zkouškou
- Vyšší odborné
- Vysokoškolské

4. Povolání:

5. Bydliště (obec, popř. okres):

6. Komu a čím jste v poslední době udělali radost?

7. Slyšeli jste někdy o problematice konzumerismu?

- ANO
- Ne

8. Co konzumerismus znamená či v jaké souvislosti jste o něm slyšeli?

9. Nakupujete rádi?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

10. Podle čeho si nejčastěji vybíráte nakupované zboží?

- Cena
- Kvalita
- Ekologie (zajímám se o dopad na životní prostředí při výrobě či spotřebě zboží apod.)
- Jiné:

11. Koupili jste si někdy zboží jen proto, že bylo cenově výhodné? (Jinak byste si ho nekoupili.)

- Ano
- Ne

12. Dáváte přednost nebalenému zboží?

- Ano
- Spíše ano
- Jsem neutrální
- Spíše ne
- Ne

13. Jak často vyhazujete prošlé nebo zkažené potraviny, které jste si nakoupili a nestihli je spotřebovat?

- Každý týden
- 2 - 3 krát do měsíce
- 1 krát do měsíce
- Jiné:

14. Dáváte přednost značkovému zboží?

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

15. Nakoupili jste si někdy neplánovaně zboží na základě interaktivní reklamy či jiného inzerátu nějakého velmi výhodného produktu na internetu? (Zobrazené např. na soc. sítích či jiných navštěvovaných stránkách.)

- Ano
- Ne

6. Zaměřujete se na pravidelnou akční nabídkou zlevněného zboží obchodních řetězců a cíleně nakupujete toto akční zboží? (Letáky ve schránkách, reklamy v TV apod.)

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

7. Dáte na názor Vaší oblíbené veřejně známé osobnosti? Např. při doporučení nějakého produktu.

- Ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Ne

18. Dáváte přednost známému zboží z reklamy před neznámým, i když levnějším?

- Ano
- Ne

19. Podílíte se na ochraně životního prostředí?

- Ano
- Ne

20. Jak se podílíte na ochraně životního prostředí?

21. Je pro Vás při volbě zboží rozhodující, s jakými dopady na životní prostředí bylo vyrobeno či bude spotřebovááno?

- Ano
- Ne

22. Třídíte odpad?

- Ano

- Ne

23. Kdo myslíte, že může nejvýrazněji zlepšit zhoršující se stav životního prostředí?

- Jednotlivec, pokud bude žít ekologicky
- Lídři nadnárodních korporátních společností
- Jeden samostatný stát
- Globální trh na základě nabídky a poptávky
- Nikdo
- Jiné:

24. Zajímáte se aktivně v jakém stavu je životní prostředí?

- Ano
- Ne

25. Napište důvod Vaší odpovědi na přechozí otázku (Proč?):

26. Jaký myslíte, že je největší problém spojený s negativním dopadem konzumerismu?

- Skleníkové plyny
- Civilizační choroby
- Hromadění odpadu
- Rozevírání nůžek mezi bohatými a chudými
- Neobnovitelné přírodní zdroje
- Nevím

27. Jaký problém z předchozí otázky se nejvíce dotýká přímo Vás?