

Technická univerzita v Liberci

**FAKULTA PŘÍRODOVĚDNĚ-HUMANITNÍ A  
PEDAGOGICKÁ**

**Katedra: filosofie**

**Studijní program: M7503**

**Studijní obor ČJ-OV  
(kombinace)**

**Konzumní společnost a její projevy  
Consumer Society And Its Forms**

**Diplomová práce: 186-FP-KFL- 2008**

**Autor:**

Lucie MACHOVÁ

**Podpis:**

**Adresa:**

Pionýrská 365  
550 01, Broumov

**Vedoucí práce: Mgr. Ing. Martin Brabec, Ph.D.**

**Konzultant:**

**Počet**

stran	grafů	obrázků	tabulek	pramenů	příloh
102	0	0	0	34	0

V Liberci dne: 12.6.2010

## Prohlášení

Byl(a) jsem seznámen(a) s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, zejména § 60 – školní dílo.

Beru na vědomí, že Technická univerzita v Liberci (TUL) nezasahuje do mých autorských práv užitím mé diplomové práce pro vnitřní potřebu TUL.

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

Diplomovou práci jsem vypracoval(a) samostatně s použitím uvedené literatury a na základě konzultací s vedoucím diplomové práce a konzultantem.

Datum: 12.6.2010

Podpis

## **Poděkování**

Chtěla bych poděkovat vedoucímu práce panu Mgr. Ing. Martinu Brabcovi, Ph.D. za odborné vedení, za pomoc a rady při zpracování této práce.

## **Anotace**

MACHOVÁ, Lucie. *Konzumní společnost a její projevy*. Liberec: Pedagogická fakulta Technické univerzity v Liberci, 2010. 102 s. Diplomová práce

Diplomová práce pojednává o projevech konzumního způsobu života. V první části se práce zabývá možnostmi vymezení pojmu konzumní společnost a stručným popisem jejího vývoje. Charakterizuje také kulturu a životní styl na počátku 21. století v moderních společnostech. V rámci projevů konzumní společnosti jsou porovnány koncepce vybraných autorů. Ve druhé části práce jsou analyzovány tři řady učebnic občanské výchovy pro 2. stupeň základních škol. Na základě zhodnocení a komparace zpracovaných témat týkajících se problematiky konzumu jsou navrženy další možnosti práce se žáky ve smyslu jejich pochopení tohoto charakteristického rysu soudobé společnosti.

**Klíčová slova:** životní styl, proměna hodnot, masová spotřeba, uspokojování potřeb

## **Annotation**

MACHOVÁ, Lucie. *Consumer Society And Its Forms*. Liberec: Pedagogic Faculty of Technic University in Liberec, 2010. 102 s. Diploma thesis.

This diploma thesis deals with the forms of consumer way of life. In the first part it is engaged in the possibilities of determination of term consumer society and in brief description of its evolution. It also characterizes the culture and way of life in the beginning of the 21 century in modern communities. Within the forms of consumer society the conceptions of chosen writers are compared.

In the second part of diploma thesis three sets of civics' textbooks are analyzed. Other possibilities of work with pupils within the meaning of their understanding this characteristic feature of contemporary society are projected on the basis of evaluation and comparison of themes that are related to consumption questions.

**Key words:** way of life, transformation of values, mass consumption, needs satisfying

## **Annotation**

MACHOVÁ, Lucie. La société de consommation et les démonstrations de cette société. Liberec: La faculté pédagogique. L'université technique. Liberec, 2010. 102 s. Thèse de troisième cycle.

La thèse de troisième cycle s'occupe de la mode de vie de consommation. La première part de la thèse s'occupe de définir une notion la société de consommation et s'occupe de développement de la société de consommation aussi. La thèse de troisième cycle caractérise la culture et la mode de vie dans les sociétés modernes au début du 21 ième siècle. La thèse compare des conceptions des auteurs choisis. Dans la deuxième part sont analysés cours de l'instruction civile – pour l'école primaire supérieure. Après l'analyse et après la comparaison des thèmes de la société de consommation sont proposés des possibilités du travail avec des élèves – la problématique de la société de consommation.

**Mots-clés:** la mode de vie; les bouleversement des valeurs; la consommation de masse ; la satisfaction de la nécessité

# Obsah

<b>Úvod</b> .....	2
<b>1. Možnosti definice pojmu konzumní společnost a konzumní postoj</b> .....	13
1.1 Shrnutí .....	15
<b>2. Stručný vývoj konzumní společnosti</b> .....	17
2.1 První fáze a změna preferencí střední třídy .....	17
2.2 Nárůst masové produkce a spotřeby v druhé fázi .....	19
2.3 Shrnutí .....	22
<b>3. Kultura a životní styl na počátku 21. století</b> .....	23
3.1 Technika jako zdroj nevědění a jako příčina ochuzení o tvořivou práci.....	23
3.2 Nejistota v oblasti práce a její následky .....	26
3.2.1 Navzdory nejistotě.....	29
3.3 Inovace.....	31
3.3.1 Tlak nutící inovovat .....	31
3.3.2 Příklady oblastí s vysokou mírou inovace .....	32
3.3.3 Omezené přírodní zdroje .....	38
3.4 Individualizace.....	39
3.4.1. Pozornost zaměřená k individu.....	40
3.4.2 Jiný přístup ke sportu, zdraví a mravům.....	41
3.4.3 Přehnaná péče o tělesnou schránku.....	42
3.4.4. Proměny jazyka .....	43
3.5 Závislost .....	44
3.6 Narcismus v kontextu konzumní společnosti .....	46
3.7 Humor nad zlato.....	48
3.7.1 Ve službách hédonismu .....	49

3.8 Shrnutí.....	50
<b>4. Hluboce zklamání?.....</b>	<b>54</b>
4.1 Shrnutí.....	55
<b>5. Analýza učebnic občanské výchovy pro 2. stupeň základních škol .....</b>	<b>56</b>
5.1 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 6. ročník, téma Domov a jeho přírodní okolí .....	56
5.2 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 7. ročník, téma Majetek .....	60
5.3 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 7. ročník, téma Ochrana přírody.....	62
5.4 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 8. ročník, téma Zdravý způsob života.....	64
5.4 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 9. ročník, téma Tržní hospodářství .....	66
5.5 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 6. ročník ZŠ a primu víceletého gymnázia, téma Domov a jeho okolí .....	70
5.6 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 7. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Média.....	72
5.7 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 7. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Ochrana přírodního a kulturního bohatství .....	74
5.8 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 7. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Majetek v našem životě.....	75
5.9 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 8. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Služby a výrobky .....	78
5.10 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 9. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Globální problémy lidstva .....	80
5.11 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 6. a 7. ročník ZŠ, téma Masová kultura .....	83
5.12 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 6. a 7. ročník ZŠ, téma Majetek .....	86



5.13 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 6. a 7. ročník ZŠ, téma Člověk a konzumní společnost .....	89
5.14 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 8. a 9. ročník ZŠ, téma Tržní hospodářství .....	92
<b>Závěr</b> .....	94
<b>Seznam použité literatury</b> .....	99

## Úvod

Když jsem ještě před zadáním diplomové práce přemýšlela, jaké téma si zvolit, měla jsem o něm pouze mlhavé představy. Jak jsem postupně pročítala okruhy pro psaní diplomových prací, které měly být po vybrání ještě blíže specifikovány, zaujal mě jeden nesoucí název Charakteristické rysy soudobé společnosti. Vybrat jeden rys typický pro dnešní dobu problém nebyl, jelikož s projevy konzumu se denně potýkáme, čteme o nich, sami určitou mírou přispíváme a čím dál častěji jsme informováni a varováni před jeho dopady. Impulsem pro napsání diplomové práce na téma konzumu bylo také dřívější přečtení knihy Mít, nebo být? od Ericha Fromma, který srozumitelným a velice zajímavým způsobem poukazuje na změny v chování lidí, které byly vyvolány rozšířením a gradováním tohoto dlouhodobého fenoménu. Zaujaly mne také jeho argumenty proč více „být“ a méně „mít“, které mě koneckonců dovedly i k námětu pro prakticky využitelnou část práce.

V první části se budu zabývat možnostmi vymezení termínu konzumní společnost. Abych ukázala konzumní společnost v širším kontextu a mohla se dále zaměřit na její specifika, stručně nastíním její vývoj, ve kterém naznačím jednak proměny hodnot společnosti a jednak jejich příčiny. Hlavním bodem první části bude charakterizovat životní styl a kulturu na počátku 21. století. Zaměřím se nejen na projevy konzumního způsobu života, ale také na jejich příčiny a možné nebo již znatelné dopady. Protože každý autor na tuto problematiku nahlíží více či méně odlišně, zahrnu do práce také porovnání jejich tezí a stanovisek. V této části tedy budou ukázány některé typické i méně typické projevy konzumní společnosti společně s jejich souvislostmi.

Ve druhé části diplomové práce budu analyzovat tři řady učebnic občanské výchovy pro 2. stupeň základních škol. Tři řady učebnic jsem si vybrala proto, abych v závěru mohla lépe porovnat způsoby zpracování témat, které se dotýkají problematiky konzumu. Nejdříve budu analyzovat učebnice od nakladatelství Práce, dále od nakladatelství Fraus a nakonec od nakladatelství Fortuna, které jsou v praxi nejpoužívanější. V každé učebnici je několik témat vztahující se k výše

zmíněné problematice. Nejdříve nastíním strukturu a zpracování daného tématu, které pak zhodnotím a na tomto základě navrhnou doplňující činnosti a aktivity.

Cílem diplomové práce bude zhodnotit zpracování látky související s tematikou konzumní společnosti ve vybraných učebnicích a navrhnout další možnosti práce se žáky v hodinách občanské výchovy tak, aby pochopili souvislosti mezi daným tématem a problematikou konzumu.

# 1. Možnosti definice pojmu konzumní společnost a konzumní postoj

V úvodní kapitole diplomové práce se budeme zabývat termínem konzumní společnost. Definice tohoto termínu se v mnoha zdrojích liší, avšak podstata zůstává stejná, protože autoři na něj nahlíží z různých sfér a úhlů pohledu.

Tyto úhly pohledu zahrnují mimo jiné jednak projevy konzumní společnosti, jednak následky či dopady jejího působení, jejichž podrobnějším vymezením se budeme zabývat později. Konzum je ve většině encyklopedií charakterizován jako spotřeba. Spotřebovat člověk samozřejmě musí, je-li však kladen jednostranný důraz na spotřebu hmotných statků, následkem toho bude i vytváření spotřebního vztahu k duchovním hodnotám. V takové společnosti se smyslem stává „*nabývat vlastnictví, obohacovat se a tomu podřídit všechny sociální hodnoty a mravní a sociální normy a vzorce chování*“ (Petrusek, 2006, s. 96). Spotřeba zboží se tedy mění z prostředku na účel sám o sobě, jinými slovy člověk vlastní něco jenom proto, aby to vlastnil. Hodnotový systém pak spočívá v následujícím:

- a) lidského štěstí se dosahuje hromaděním věcí, což se stává náplní a cílem životního smyslu
- b) příroda je pojata jako instrument produkce a spotřeby, zábavy a turismu
- c) lidské „právo“ panovat nad přírodou vychází z představy, že je příroda bezduchá

Materialisticko-konzumní postoj je pak takový postoj, který se těmto tlakům a představám poddává, ba dokonce většinou ani neví, že pod nějakým tlakem je.

Potřeby tržní ekonomiky a nastaveného ekonomického systému si však na společnosti vynucují neustálý konzum nových věcí. Funguje zde vzájemná stimulace třech základních principů: produkce, růstu a spotřeby. Produkce má stimulovat růst, spotřeba má stimulovat výrobu a smyslem růstu je především zisk. Takové ekonomické systémy jsou tedy založeny na exponenciálním růstu. S tím souvisí vyvolávání nových potřeb, jež jsou uspokojovány pouze na krátkou dobu a následně vytěsňovány nově vyvolanými potřebami, u jejichž zrodu hraje

významnou úlohu reklama. Ta mimo výrobky a služby nabízí nadměrné možnosti volby, „svobodu“ konzumovat. Pokud však ona svoboda konzumovat začne dominovat nad všemi ostatními svobodami, ztratí postupně společnost schopnost obrany proti manipulaci reklamy a jejímu podněcování nových potřeb, názory na omezení konzumu začnou být považovány za nesmyslné a narůstajícímu konzumnímu způsobu života ze strany společnosti nestojí nic v cestě. Tím se dostáváme k možnosti vymezení role člověka v konzumní společnosti. *„Způsob, jímž dnešní společnost utváří své členy, je diktován především povinností hrát roli konzumenta. Norma, kterou naše společnost staví před své členy, je norma schopnosti a ochoty hrát právě tuto roli“* (Bauman, 1999, s. 98). Podstatné je však odlišovat vlastní život od role konzumenta, což, jak si ukážeme později, není pro mnoho členů konzumní společnosti právě jednoduché.

Pokud mluvíme o nadměrné a neustálé spotřebě, nemáme tím na mysli pouze spotřebu věcí nezbytných pro uspokojení základních lidských potřeb, jakými jsou jídlo a pití. Konzumní společnost je zaměřena na spotřebu téměř čehokoli – od materiálních věcí jakými jsou oblečení, kosmetické přípravky, auta, elektrospotřebiče, přes konzumaci kultury v podobě televizních seriálů, talk show, poslouchání hudebních interpretů, až po možnosti trávení volného času, například sportovní aktivity, cestování apod. Podle Thorsterina Veblena je důvodem to, že *„většina lidí v moderní společnosti vydává více, než co je zapotřebí k fyzickému uspokojení, nikoli ve vědomé snaze předčít jiné v nákladnosti viditelné spotřeby, nýbrž proto, že si množstvím a jakostí konzumovaných statků přeje vyhovět konvenčním požadavkům slušné životní úrovně“* (Veblen, 1999, s. 83). Jako zajímavost doplňme informaci, že data z výzkumu ISSP 2007 potvrzují, že obliba masové kultury v podobě TV seriálů, výherních automatů či chození do hospod je v ČR spojena spíše s nižšími vrstvami společnosti. Zaměření se výhradně na spotřebu s sebou přináší jisté důsledky. Jedním ze zásadních důsledků je změna hodnotového žebříčku a preferencí společnosti, což má za následek zpětné působení na mechanismy podporující konzumní způsob života, které se těmto preferencím přizpůsobí a nabídnou něco navíc – vylepšení, inovaci, čímž opět

ovlivní proměnu hodnot konzumentů. Neustále se tedy pohybujeme v jakémisi kruhu.

Zygmunt Bauman v monografii *Myslet* sociologicky nabízí stručné shrnutí, co znamená konzumní společnost a zejména termín konzumní postoj. Za prvé je to pojmání života jako řadu problémů, které lze specifikovat a vyřešit. Za druhé je to víra, že vyřešit tyto problémy je naší povinností a že bychom se měli stydět, pokud onu povinnost zanedbáme. Za třetí je to přesvědčení, že se daný nebo i eventuelní problém dá vyřešit, s čímž nám pomohou konkrétní věci nebo návody připravené odborníky. Za čtvrté to znamená předpokládat, že tyto návody a věci jsou dostupné, lze je získat za peníze – tedy koupí. A konečně za páté je to umění takové věci nejprve nalézt a být s to se stát jejich vlastníkem. Prakticky lze tedy říci, že konzumní postoj váže celý život k trhu.

O konzumní společnosti se hovoří přibližně od 20. let 20. století, když masová produkce a výrazná spotřeba začaly měnit život středních vrstev. To bylo přerušeno první a druhou světovou válkou, avšak v 50. letech se kult spotřeby výrazně rozšířil. Od druhé poloviny 20. století dochází v důsledku neustálé stimulace spotřeby, reklamy a díky rozmnožování potřeb k proměně způsobu života a mravů, k vytváření nového vztahu k věcem a času, k sobě samému i k druhým. Takovými projevy a jejich konkrétními příklady se nadále v této diplomové práci budeme zabývat. Než tak ale učiníme, stručně naznačíme, jak se konzumní společnost vyvíjela až do současné doby (a podoby).

## **1.1 Shrnutí**

Porovnejme hlavní stanoviska autorů, jejichž monografie byly využity v této kapitole.

Miloslav Petrušek zdůrazňuje především podstatu konzumní společnosti – vysvětluje, co pojem konzumní společnost znamená. Jeho vysvětlení se shoduje s obecně přijímaným faktem: podstatou konzumní společnosti je spotřeba. Nabývání vlastnictví není už pouze prostředkem k uspokojení potřeby, je povýšeno na cíl či smysl bytí. Svému cíli pak lidé podřizují své chování a vše, co je nutné k tomu, aby jej dosáhli.

Zygmunt Bauman z této teorie vychází a rozpracovává roli člověka a přírody v konzumní společnosti. Dle jeho teorie má člověk povinnost hrát roli konzumenta. Jeho kvality jsou posuzovány na základě toho, jak je schopen tuto roli hrát a orientovat se ve světě konzumní společnosti. Role přírody je v konzumní společnosti jednoznačná: být prostředkem, který umožňuje výše zmíněný způsob života.

Thorstein Veblen se mimo jiné zabývá důvodem, proč člověk přijímá roli konzumenta. Jeho vysvětlením je, že si lidé přejí dosáhnout určitého stupně životní úrovně a vyhovět tak konvenčním požadavkům. Tak se opět odkážeme na Baumana, protože snaha vyhovět požadavkům společnosti velmi úzce souvisí se starostí o to, jak budou posuzovány kvality člověka.

Dle mého názoru vystihli autoři podstatu konzumní společnosti velice trefně. Oceňuji především zdůraznění, že být konzumentem neznamená pouze spotřebovávat, ale kultu spotřeby přizpůsobit i své chování a normy. Všechno je totiž v hlavě. Pokud se společností necháme přesvědčit, že štěstí, úspěch a uznání nás čeká po dosažení jistého stupně životní úrovně, vystavujeme se riziku, že šťastní nebudeme nikdy, protože materiální věci poskytují pouze povrchní uspokojení. Souhlasím s Baumanem, že každý člen konzumní společnosti je jejím členem dobrovolně a dobrovolně přijal svou roli se vším, co obnáší. A stejně jako ji člověk dobrovolně přijímá, může se jí dle mého názoru i dobrovolně vzdát, nebo ji přizpůsobit svému vlastnímu žebříčku hodnot. Myslím si, že každý člověk touží po jistém stupni pohodlí a komfortu, měl by si však nejen uvědomit, ale i nést následky toho, co takový luxus obnáší – mám tím na mysli dopady na přírodu. Autoři, jejichž díla jsem využila pro napsání první kapitoly, ukazují, že konzumní postoj není jakési dogma, kterého by se lidé měli slepě držet, ale že každý z nás má možnost vybrat si, které hodnoty pro něj budou v životě nejdůležitější.

## 2. Stručný vývoj konzumní společnosti

Popsat vývoj konzumního způsobu života by byla jistě záležitost více než jedné diplomové práce. Naším cílem však bude stručně a souhrnně nahlédnout na jistý dlouhodobý fenomén, abychom mohli posoudit současné proměny v rámci celkové historie konzumní společnosti.

### 2.1 První fáze a změna preferencí střední třídy

Většina sociologů a ekonomů se shoduje, že první fáze konzumního způsobu života začíná počátkem 18. století a končí druhou světovou válkou. Z první třetiny této fáze pocházejí všechny hlavní zásady, ctnosti a uznávané symboly dnešní společnosti, „*přestože svět, který jim dával jejich původní smysl a který měl být zárukou jejich funkčnosti, již dávno neexistuje*“ (Keller, 2000, s. 12). Reprezentativní zemí tohoto starého světa byla Amerika, kde na rozdíl od Evropy neexistovala silná vrstva aristokracie a poměrně málo lidí se ocitalo na prahu absolutní chudoby. Neexistovala zde silná byrokracie a ani velké korporace, které později výrazně proměnily charakter celé společnosti a zejména středních vrstev v Evropě. Typickým Američanem byl drobný farmář, který zpravidla se svou rodinou pracoval na svém majetku. Pro jeho existenci měl naprosto klíčový význam jeho osobní výkon a s ním související přesvědčení, že jeho úspěch nezávisí na štěstí či okolních podmínkách, ale na jeho schopnostech. Pokud zbohatnul, či naopak zchudnul, bylo to pouze jeho vlastní vinou. Zmíňme se však, že ačkoliv byl farmář i dlouhodoběji neúspěšný, zůstávala mu alespoň šance uživit svou rodinu. S takovou jistotou se dnes setkáváme výjimečně. V prostředí malých několikatisícových městeček měli drobní vlastníci prostor k rozhodování o svých osudech a dostatek času, peněz a společenských kontaktů, aby se zapojili do veřejného života. Jejich spoluobčané, stálí zákazníci a dodavatelé byli povětšinou jejich známí, proto k tomu měli i dostatečnou motivaci. Hodnoty, jakými byly pracovitost, snaživost, píle, uměřenost, sebekontrola apod. přispívaly ke zvyšování osobního výkonu a současně k uměřenému způsobu života. Musíme však souhlasit s tvrzením J. Kellera, že „*největší slabinou této vrstvy je paradoxně právě to, na čem si ona sama ze všeho nejvíce zakládá, tedy její vypjatý individualismus a neskrývaná láska k majetku*“ (Keller, 2000, s. 15). Rozdílem ve



vztahu k majetku mezi dřívější aristokracií, chudinou a středními vrstvami je to, že aristokracie považovala majetek za něco samozřejmého, a proto se mohla věnovat naplňování pro ni důležitějších hodnot. Střední vrstvy sice nemusí řešit existenční starosti chudiny, avšak nemají nashromážděno tolik majetku, aby si ho mohly bezstarostně užívat jako aristokracie. Tato možnost jim už však byla naznačena a jejich cílem se stává svůj majetek rozmnožovat. Starosti o majetek však začnou příslušníkům středních vrstev brát čas, chuť i energii účastnit se veřejného života a posléze jsou naplno vtaženi do svého soukromí. Aby nebyli ničím ohrožováni, ani rušeni, požadují jedině: zajištění pořádku. Stávají se tedy otroky své touhy, otroky svého blahobytu. Dalo by se očekávat, že po dosažení cíle, totiž nahromadění jistého množství majetku, si příslušník střední vrstvy dopřeje svůj majetek vychutnávat, užívat si ho. Hromadění se však spolu s představou, že mohou mít ještě více, stalo posedlostí. Prostředek k uspokojení potřeb se stal účelem života, který přechází až v jakousi chorobnou potřebu, nutkavost, což se později stalo hlavní hybnou silou rozvoje kapitalismu. Místo dlouhodobého zaměření se na vzdálený celoživotní cíl nastupuje krátkodobé a pomíjivé okouzlení nestálými přáními. Dlouhodobý cíl je zastíněn sice malými, ale dosažitelnějšími cíli a s nimi zažitý okamžitý úspěch je více žádoucí, než úspěch dosti vzdálený a především nejistý.

Aby mohl nový průmysl snáze ovládat výrobní toky a zajistit návratnost investic, potřeboval výrobkům vtisknout specifický ráz. Až do 80. let 19. století se výrobky prodávaly beze jména, nyní však ponosou zvláštní jméno přidělené výrobcem – značku. Kolem své výrobní značky začnou firmy spouštět celostátní reklamní kampaň a je to poprvé v dějinách, kdy je na reklamu vynaložen velký samostatný rozpočet a sumy do něho vkládané rychle narůstají. Právě v průběhu 80. let 19. století se vytváří ekonomika založená na množství slavných značek, z nichž jsou některé proslulé dodnes. Jsou jimi například značky Coca-Cola, Kodak, Heinz aj. S nástupem značek se výrazně proměnil vztah spotřebitele k prodejci: *„spotřebitel již svou důvěru nekládá do kupce, nýbrž do značky, a ručení za kvalitu se přenáší na továrního výrobce. První vývojová fáze rozbila tradiční vztahy, ovládané místním obchodníkem, a proměnila tradičního*

*zákazníka v moderního spotřebitele: v konzumenta výrobních značek, jehož nutno vychovávat a svádět – především pomocí reklamy“* (Lipovetsky, 2007, s. 34). O principy svůdného a navíc ještě agresivního prodeje se opírají obchodní domy, které daly podnět k hromadnému prodeji. Ty vznikají přibližně v polovině 19. století a startují éru masové distribuce. Jejich strategií je položení důrazu na rychlou výměnu zásob a udržování nízkých cen s cílem dosáhnout vyšších zisků prostřednictvím obchodování ve velkém. Se svou novou politikou se obchodní domy rozcházejí s dosavadními zvyklostmi. Důležitá je pro ně rychlost, s níž se předává maximální množství výrobků, dále výrazné navýšení rozmanitého spektra výrobků, ze kterých si zákazník mohl vybrat, přijímání zboží nazpět a prodej za nízké pevné ceny, jež jsou uvedeny na etiketě, čímž končí tradiční rituál smlouvání. Zboží vyhrazené pro elitu si díky jeho nízkým cenám může dovolit i běžný měšťan. Vztah ke spotřebě se začíná proměňovat: osvětlené výlohy, zářivost obchodů, krásná výzdoba – to vše má za cíl okouzlit zákazníka a probudit v něm touhy, které ho podněcují k nákupu a probouzí v něm chuť po novotách a po všem módním. Nakupování je prezentováno jako potěšení, které spolu s reklamou tvoří hlavní nástroje, jak spotřebu povýšit do role „umění žít“. Nakupování či pouhé prohlížení si nákupních výloh se stává způsobem, jak trávit čas, novým životním stylem středních vrstev.

V první vývojové fázi masové výroby se zrodil moderní spotřebitel. Již ve 30. letech 20. století zcela převládají obří korporace a souběžně s tím dochází k byrokratizaci dalších oblastí společenského života.

## **2.2 Nárůst masové produkce a spotřeby v druhé fázi**

Rozkvět nového životního stylu středních vrstev byl na čas zmrazen nejdříve první a následně druhou světovou válkou. Okolo roku 1950 nastává další fáze konzumních ekonomik a trvá přibližně dalších třicet let. Navazuje sice na procesy předchozí fáze, avšak zároveň vyvolává radikální změny, které vedou až ke kulturnímu zlomu.

V druhé polovině 20. století jsou odsuzovány zastaralé poměry panující v malých rodinných firmách a nízká účinnost „*kapitalismu provozovaného*

*podomácku*“ (Keller, 2000, s. 17). Drobné firmy jsou kritizovány za to, že v nich údajně rodinné zájmy vytlačují zájmy produkce. To údajně oslabuje hospodářství a konkurenceschopnost země. Obraz staré střední vrstvy se začíná měnit. Namísto drobných lokálních trhů vznikají ohromné trhy celostátní. Jako první zažil změnu svět farmářů, kteří tvořili v polovině 19. století většinu střední vrstvy, avšak ani další části středních vrstev změně neušly. Od přelomu 19. a 20. století sílí monopolizace výroby, kdy několik set velkých a pár tisíc relativně menších firem ovládá ve všech důležitých oblastech většinu produkce a zaměstnává většinu pracovníků. Drobní podnikatelé se nepokusili spojit se proti nastupujícím velkým firmám, ale začali se na nich stávat závislejší. Podřizují se buď velkým výrobcům, anebo obchodním řetězcům. Fungování velkých trhů je umožňováno díky moderní infrastruktuře – železnici a díky komunikaci pomocí telegrafu a telefonu. Železniční síť umožnila pravidelnost, větší objem i rychlost transportů do továren a do měst. Současně jsou uváděny do výroby stroje schopné nepřetržitého provozu. Tyto zvyšují rychlost i množství toku výrobků a přinášejí nárůst produktivity práce, čímž otevírají cestu k masové produkci. Produktivita se zvýšila v mnoha oblastech: od tabákového průmyslu, přes drogistické zboží až po potraviny a nezapomeňme na automobilový průmysl. S nástupem zavedení strojů do výroby a jimi umožněnou vyšší rychlost produkce si firmy mohly dovolit snížit ceny výrobků. Tím se dostáváme k základům konzumní ekonomiky a její nové strategii - o zisk se usiluje prostřednictvím prodeje velkého množství výrobků a snižováním jejich ceny. Výrobky se stávají masově dostupnými.

Tuto fázi tedy charakterizuje výrazný hospodářský růst, zvýšení kvality produktivity práce a trojnásobný až čtyřnásobný nárůst kupní síly zaměstnanců. Většina z nich si nyní může dovolit výrobky dlouhodobého užitku, jakými jsou například automobil, televize a domácí elektrospotřebiče. Zatímco podíl potravin na nákladech za domácnost klesá, spotřeba výrobků dlouhodobého užitku každým rokem výrazně narůstá. Dostatečnou kupní silou nyní mohou disponovat stále širší vrstvy společnosti, které doufají v neustálé zlepšování své životní úrovně. Historicky poprvé mohou masy volně nakládat se svým volným časem, dovolenou

a nechat se unášet módními trendy, což byl dříve způsob života vyhrazený pouze elitám.

Masová konzumní společnost se mohla rozvinout díky naplňování hlavních hesel průmyslové organizace, kterými byly: specializace, standardizace, opakovatelnost a zvýšení objemu produkce. Díky automatizaci a výrobním linkám lze dodávat výrobky v ohromném množství. Rozmach a změny neprodělává jenom industriální sféra, ale také distribuce. Hromadná výroba a hromadná spotřeba si žádají hromadnou distribuci. Tak vznikají ohromné samoobsluhy, supermarkety a hypermarkety, které jsou posléze téměř všude. Aby navýšily zisk prodejem co největšího množství výrobků za co nejnižší ceny, je nutné systematické uplatňování slev – musí být nejlevnější z nejlevnějších. *„Zároveň se systematicky u zboží zkracuje doba životnosti, kdy produkty vycházejí z módy vlivem rychlé obměny modelů a stylů“* (Lipovestky, 2007, s. 39). To se stává častým předmětem kritiky.

Právě v této době se rodí tzv. společnost masové spotřeby, tj. nová společnost, v níž se základním kritériem pokroku stává hospodářský růst a zvyšování životní úrovně. Důraz je kladen na pohodlí a moderní vybavení domácnosti, které mají zajistit snadný každodenní život, což se stává novodobým ekvivalentem štěstí.

Konzumní společnost není jen rychlým zvyšováním životní úrovně, působí tu především reklamní euforie, která stimuluje lidské touhy. *„Donucování je v tomto typu společnosti nahrazeno sváděním, povinnost hédonismem, spořivost utrácením, slavnostní důstojnost humorem, disciplína osvobozením a budoucí přísliby přítomnosti“* (Lipovetsky, 2007, s. 40). Rocková hudba, komiksy, sexuální uvolnění, móda – to vše je dokladem toho, že nové období konzumu změnilo každodenní realitu. Nyní se oslavuje mládí, každodenní skutečnost je prosycena sny o konzumním štěstí a méně se zaměřuje na budoucnost. Do procesu svádění se zapojuje celý ekonomický systém, který při tom využívá především inovaci výrobků, proměnu modelů a stylů, módu, spotřebitelský úvěr a neodmyslitelně reklamu. Nastává období, kdy se uměle vyvolávají nové potřeby

díky všudypřítomným svodům a stimulaci tužeb. Spotřeba zboží je povyšována na životní styl, smysl života.

Konzumní společnost si tedy prosadila životní styl, který je ukotvený v materialistických hodnotách. Tradiční hodnoty mají na život jednotlivce stále menší vliv, protože životní styl jedince se stává jeho soukromou věcí. Projevem této fáze vývoje konzumní společností je až posedlost nakupováním, touha po předmětech, neustále se rodící potřeby a s tím vším související plýtvání. Médii kladený důraz na erotiku, komfort a zábavu na druhé straně oslabuje společenské normy, ochotu přinášet oběti a oslabuje všeobecnou kázeň – jejich zájmem je totiž obhájit soukromou slast jako pozitivní cíl. Jedinec se už nezaměřuje na budoucnost, ale na okamžité uspokojení svých potřeb. Tato fáze trvala přibližně do 70. let 20. století. Od jejich konce se konzumní společnosti dostávají do další fáze. Projevy konzumní společnosti ve třetí fázi jejího vývoje nastíníme v dalších kapitolách této práce.

### **2.3 Shrnutí**

Zatímco Keller popisuje především princip vzniku a fungování moderního kapitalismu, Lipovetsky zaměřuje svou pozornost ke způsobům „výchovy“ moderního konzumenta. Oba se však shodují v tom, jak výše nastíněný vývoj proměnil hodnoty lidí: tradiční způsob života založený na uznávání duchovních hodnot se změnil v honbu za materiálními statky, spolupráci vystřídala konkurence a starosti o budoucnost nahradilo „tady a teď“.

Myslím si, že Keller i Lipovetsky vysvětlují proměny hospodářství i společnosti velice srozumitelně. Srozumitelnost jejich tezí tkví v uvádění mnoha konkrétních příkladů. Nejvíce oceňuji způsob, jakým poukazují na souvislosti mezi stupněm vývoje hospodářství a techniky a tím, jak ovlivnily preference společnosti.

Po náhledu do historie vývoje konzumní společnosti se přeneseme do přítomnosti a na základě informací uvedených v této kapitole se pokusíme charakterizovat současnou fázi jejího vývoje.

### **3. Kultura a životní styl na počátku 21. století**

Pro charakteristiku kultury a životního stylu konzumní společnosti na počátku 21. století by se dalo využít mnoho definic a přívlastků, jako např. masová spotřeba, nadměrná spotřeba, hédonismus, narcismus, hledání štěstí, uspokojování potřeb, prožitek. Všechny uvedené pojmy spolu navzájem souvisí a vztahují se téměř ke všem projevům konzumerismu. V následujících podkapitolách nastíníme některé souvislosti a vysvětlíme vztah uvedených pojmů a současného způsobu života.

#### ***3.1 Technika jako zdroj nevědění a jako příčina ochuzení o tvořivou práci***

Jak můžeme i v současné době vysledovat, vývoj techniky je velice zvláštní – ačkoli je to lidský výtvar, stává se technika stále odlidštěnější. Mimoto má tendenci se vyvíjet podle vlastních principů a zákonů, které se liší od zákonů lidské přirozenosti a přírody vůbec. Můžeme říci, že příroda ví, kde má své meze – meze velikosti, rychlosti, růstu. V přírodě jsou jisté samoregulační principy, které zajišťují harmonii a rovnováhu. Právě toto ale chybí v případě techniky, zejména v případě moderní techniky. Neexistuje zde prakticky žádný sebeomezující princip, což je problémem především pro přírodu, v jejímž křehkém systému působí technika hluboké rány. Důkazů je kolem nás bezpočet – znečištěné ovzduší a vody, lesy zničené těžbou dřeva, celkově se měnící ráz krajiny apod. Není to pouze příroda, na které závisí lidský život, a která kvůli vyspělé technice zažívá krize. Dalším, kdo se vinou odlidštěné techniky, organizace a politiky dusí, je člověk. Zdá se, že problémy v mnoha oblastech techniky narůstají rychleji než jejich řešení a to jak v bohatých zemích, tak v zemích chudých. Technika by nám měla pomoci s problémy, jakými jsou např. chudoba a nezaměstnanost. Chudoba je stále závažným problémem, který nemá právě radostnou perspektivu a stejným problémem je nezaměstnanost. Otázkou tedy je, zda nám technika skutečně pomáhá řešit naše problémy.

Hlavním úkolem techniky je pravděpodobně ulehčit člověku práci, aby se mohl rozvíjet díky získanému volnému času. V tom nám pomáhají například

počítače a množství domácích spotřebičů. Zaujala mne zkušenost Zygmunta Baumana vyprávěná s nádechem nostalgie, o kterou se podělil v knize *Myslet sociologicky*. Zde vzpomíná, jak kdysi dostal svou první břitvu na holení a musel se naučit, jak s ní správně zacházet. Postupně byly na trh uváděny nové a zdokonalené holicí strojky, které náročnou práci vykonaly za vás. Starší modely se postupem času začaly jevit neelegantně, byly shledány nevyhovujícími a jejich užívání bylo považováno za poněkud ponižující. Bauman píše, jak se často přistihnul při přemýšlení, kterou značku holicího strojku si pořídí. Složitější a promyšlenější technika však způsobila toto: „*čím dál méně jsem věděl, co je uvnitř, a čím dál méně jsem byl schopen uvést přístroj znovu do chodu v případě, že se na něm něco pokazilo. K tomu, abych mohl dělat stejné věci jako dříve, potřebuji nyní stále sofistikovanější nástroje a pomůcky, ty teď stojí mezi mým záměrem a jeho uskutečněním. Bez takových nástrojů bych už nemohl jednat. Zapomněl jsem, jak se věci dělají bez nich.*“ (Bauman, 2000, s. 188). A dodává: „*A tak tomu bylo i se vším ostatním: se zametáním podlahy, sečením trávy, stříháním živých plotů, přípravou jídla či mytím nádobí. Ve všech těchto funkcích přejala, vypilovala a vybrousila odbornost uzamčená v technických nástrojích a přístrojích dovednosti, jimiž kdysi vládl každý. Dnes potřebujeme, aby téměř každou práci odváděla tato odbornost a technologie*“ (Bauman, 2000, s. 189). Ačkoliv jsou zde nepopiratelné přednosti techniky, jako např. že umožňuje rychlé zavolání pomoci mobilním telefonem, informace o dopravní situaci atd., musím uznat, že právě kvůli moderním vymoženostem vím méně o tom, jak fungují, což mě na nich činí ještě závislejší, protože k jejich případné opravě potřebuji odbornou pomoc, nebo rovnou novější a lepší přístroj, o jehož fungování budu vědět ještě méně.

Nabízí se však také otázka, jak to, že lidé žijící ve vyspělých zemích, kteří mají k dispozici nejrůznější vymoženosti, jsou v neustálém stresu? Hrouť se pod tíhou života a zdá se, že ztrácejí schopnost přirozeně se odreagovat například sportem v přírodě. Namísto projížďky na kole kdesi v lese volí lidé uzavřené přeplněné posilovny, a to ještě ani ne tak kvůli samotnému odreagování se, ale kvůli zpevnění postavy atd. Naproti tomu kdybychom přijeli například do

chudších částí Egypta, Tuniska či jiné země, kde ještě technika plně neovládá životy lidí, zjistili bychom, že bez strojů sice vykonají lidé méně práce, za to svůj zbylý volný čas využijí pro opravdu příjemnou zábavu. Zamysleme se nad typem práce, který nám technika usnadňuje, ba ho až omezuje. Tímto typem je takový druh práce, který je produktivní činností lidského mozku a lidských rukou. V průmyslové společnosti ale tento druh práce jako zdroj obživy téměř vymizel. *„Možná právě to je příčinou rozmachu moderních neuróz, neboť lidskou bytost, kterou Tomáš Akvinský definoval jako bytost s mozkiem a rukama, nic netěší tolik jako tvořivé, užitečné, produktivní zaměstnání rukou i mozku současně. Dnes musí být člověk bohatý, aby si tento prostinký a přitom obrovský luxus mohl dopřát. Musí mít dost prostředků, prostor a dobré nářadí; musí mít štěstí na dobrého učitele a spoustu času, aby se mohl učit a cvičit. V podstatě musí být tak bohatý, že nepotřebuje být zaměstnán, neboť počet zaměstnání, která by v těchto směrech vyhovovala, je opravdu velmi malý“* (Schumacher, 2000, s. 139). Z uvedené citace je patrné, že moderní technika ochudila člověka o typ práce, který je pro něj nejpřirozenější a dává mu pocit vlastní užitečnosti. Místo toho mu dala hodně práce fragmentované, ve které člověk nevidí celkový smysl, a proto ho ani netěší. Jako příklad poslouží práce v továrnách, kde je výrobní proces nudný a člověka deformuje. Důsledkem rozvoje moderní techniky vzniká i řada odvozených zaměstnání, ve kterých například jeden říká ostatním, co mají dělat, zaznamenává se historie výroby a plánuje její budoucnost, což má s vlastní tvořivou prací pramálo společného. Po čase stráveném ve světě často nepotřebné či nezajímavé práce se lidé vrhají do náruče bezduché zábavy, jakou nám poskytuje televize, profesionální baviči apod. a doslova zabíjejí svůj volný čas.

Řešením těchto problémů by byl nový životní styl, který by byl v souladu s přirozenými potřebami člověka a v rovnováze s přírodou a jejími zdroji. Bohužel život dnešních společností nevypadá, že by se pokoušel o nápravu. Není tomu ani tak proto, že by bylo nemožné změnit životní styl, *„ale protože současná konzumní společnost připomíná člověka závislého na drogách: ať se cítí jakkoli špatně, je pro něj nesmírně obtížné závislost překonat“* (Schumacher, 2000, s. 143). A to je zásadním problémem společnosti bohatých a vyspělých



zemí. To, co lidé v oblasti práce potřebují a co lze ještě zrealizovat v chudých zemích, je odlišná technika, která by člověku pouze pomáhala být produktivnějším, ale nečinila by jeho práci zbytečnou tím, že ji udělá všechnu za něj. Taková technika by pak sloužila člověku, ne člověk jí. Tím, že by veškerou práci za člověka nedělaly stroje, by se zmírnily i ekologické dopady, nezaměstnanost a celkové otupění člověka pramenící z jednotvárného způsobu práce. V bohatých zemích využívajících vyspělou a komplikovanou techniku by lidé museli udělat krok zpět. Tím ale samozřejmě nemyslíme, že by se měl zastavit veškerý ekonomický i jiný růst. Jde o to obohatit tento růst o jisté kvality a nezabývat se pouze kvantitativním hlediskem. To znamená, že v některých oblastech toho hodných by se růst posílil, v jiných by postupně ubýval. Ukazuje se ale, že návrat k jednoduchosti a harmonii, které pomáhají udržovat jisté meze a hranice, není tak jednoduchý. Přitom technika, která „*slouží produkujícím masám namísto masové produkci*“ (Schumacher, 2000, s. 148) se již v mnoha případech ukázala jako možný nový směr cesty.

### **3.2 Nejistota v oblasti práce a její následky**

Výše jsme se již dotkli tématu, co znamená pro moderního člověka práce (resp. jeho zaměstnání) a proč toto téma považujeme v konzumní společnosti za problematické. Ukažme si ale i jiné aspekty. Od práce dnes většinou očekáváme, že nám bude potěšením, radostí, a to bez ohledu na výsledky nebo užitek, který nám, našemu národu či zemi apod., přinese. Tím se stává předmětem našeho konzumování. Práce se cení podle své schopnosti bavit a uspokojovat. Málokdo od práce očekává, že z něho udělá lepšího člověka, který se dočká vážnosti a úcty. Proto také své i práci ostatních připisujeme malou prestiž nebo čest, protože již většinou ztratila důležitost a nijak zásadně nepřispívá obecnému prospěchu. Práce má v moderní době za úkol uspokojit přání konzumenta, který hledá pobavení a sbírá zážitky.

Charakteristickým rysem pro práci či zaměstnání je neustálá nejistota. Jako ukázkou, jak velkou nejistotu prožíváme, nám poslouží citace Zygmunta Baumana: „*Dnes ale můžeme říci, že v naší společné lidské zkušenosti na minulosti příliš nezáleží, protože neposkytuje bezpečné základy životních vyhlídek, přítomnost se*

*zanedbává, jelikož ji prakticky nemůžeme mít pod kontrolou, a máme dobré důvody obávat se toho, že budoucnost má v zásobě další nepříjemná překvapení, zkoušky a trápení. V naší době není nejistota věcí volby, je to osud“* (Bauman, 2004, s. 183). Avšak místo toho, aby se lidé proti nejistotě spojili a začali s ní bojovat, jsou onou nejistotou rozděleni a každý ji musí snášet osaměle. Zaměstnávání pracovních sil začalo být krátkodobé a bylo zbaveno jakýchkoli záruk. V situaci, kdy je vyhlídka na kariérní postup stejně nejistá jako vyhlídka na propuštění, je jen malá naděje na zaměstnaneckou loajalitu a na ochotu jít za společným cílem. Není to jen nestálost ze strany zaměstnavatelů, ale i ze strany zaměstnanců, kteří když jim práce nezajišťuje podmínky k tomu, aby uspokojovali své potřeby, práci opouští a vydávají se hledat jinde. V důsledku této nejistoty se potom těžko budují přijatelná pravidla společného soužití, která by přispěla k vzájemné loajalitě zaměstnanců.

Pokud už nejsou pracovní místa jistá, výdělky jsou málo předvídatelné a příjmy neustále kolísají, lidé přirozeně věnují práci více času a také pracují o to intenzivněji. Podle současných průzkumů se počet hodin věnovaných práci zvyšuje. K tomu připočteme počet hodin práce, za kterou nám nikdo nezaplatí, např. práce v domácnosti apod. Sečteme-li hodiny placené i neplacené práce, zjistíme, že kromě hrstky bohatých lidí nemá téměř nikdo více volného času, než tomu bylo dříve, kdy se lidé věnovali tvrdé práci, aby se užívali a zajistili rodiny. Podle průzkumů stoupá nejen počet hodin strávených v práci, ale také počet přesčasů a počty hodin, které své práci musíte obětovat i doma. V dnešní době moderních komunikačních technologií práce proniká do našeho života prostřednictvím mobilního telefonu, emailu apod. Díky nim jsme neustále k zastížení, i když právě vykonáváme jinou činnost a na práci bychom ani nepomysleli. Mobilní telefon, kapesní počítač a jiné vymoženosti dávají ostatním možnost kdykoliv nás zastihnout, což je příčinou toho, že jsme neustále připravení a mnohdy to vede až k duševnímu vypětí a ke zvyšování emoční námahy. Namísto očekávaného zvýšení pracovního výkonu se tak může stát, že naše výsledky vlivem nedostatku odreagování mohou ustrnout na stejné úrovni, ne-li začít klesat. K většímu vytížení si přidejme různá školení, semináře, konference,

kterých je v dnešní moderní době čím dál více. Sice není žádný způsob, jak změřit emoční vypětí a energii vynaloženou na práci, avšak i ze životního stylu a tempa nejbližších lze vypožorovat, že lidé vynakládají velké množství snahy a energie, aby udrželi krok s kvalitující moderní dobou. V důsledku toho, že placená práce pohltí celý život, jsou potlačeny či vytěsněny jiné věci. Krátí se například čas, který věnují rodiče svým dětem. Jaké to má důsledky pro dítě, si už každý dokáže domyslet sám. Zanedbávání začínají být též přátelé, partneři, manželé, dobrovolná práce, kterou děláme pro ostatní lidi, práce v domácnosti, zkrátka činnosti, které jsou považovány za povinnosti, ale i činnosti, které nás vedou k vnitřnímu uspokojení. Stále silnější tlak placené práce způsobuje, že jsme v neustálém stresu. Týden je zaplněn různými pochůzkami, akcemi, činnostmi podle námi rozvrženého plánu. Přebíháme od jedné činnosti ke druhé, do čehož nám navíc ještě zatěžují hlavu starosti, jakými jsou například termíny uzávěrek, nedodělaná práce, a tyto nás odvádějí od příjemnějších činností, na které bychom se chtěli soustředit. Tato nesoustředěnost je patrná i u dětí, které se rodiče kvůli nedostatku času snaží zaměstnat navštěvováním nejrůznějších kroužků. Děti přebíhají z jednoho kroužku ke druhému, ovlivňují je domácí úkoly a k dovršení všeho se na ně sype bezduchá zábava v televizi nebo na internetu. Ve vyučování to pak vypadá tak, že se žáci nejsou schopni soustředit déle než několik minut na nějaký úkol či řešení problému.

Proč tedy lidé nezvolní pracovní tempo? Není to ani tak z důvodu, že by chtěli více pracovat, ale z důvodu nejistého výtěžku. *„Můžeme vystoupat do závratných výšek, nebo klesnout velmi hluboko a nemáme žádnou možnost poznat, jak vysoko nebo jak nízko se dostaneme, ani předpovědět, jaká příležitost se naskytne příště a kdy to bude. Víme pouze, že se musíme velice tvrdě prosazovat, abychom využili příležitost“* (Bauman, 2002, s. 228). Proto postupem času bude stále více lidí „chtít“ více pracovat. Otázkou zůstává, kde leží hranice únosnosti.

Zmiňme se ještě o jednom úskalí práce. Je zřejmé, že pokud chce být člověk v práci úspěšný, musí pilně pracovat. K tomu, aby byl úspěšný, mu mimo pilné práce dopomůže jeho dobré jméno, jeho osobnost. S nadsázkou tedy můžeme říct, že když si ve světě obchodu uděláme nějaké jméno, prodáváme sami sebe. To

však zasahuje do osobních vztahů člověka. Je nepopiratelné, že k úspěchu potřebujeme mít kontakty. Pokud je ale osobnost na prodej, všechny vztahy jsou potenciálními „*obchodními smlouvami*“ (Bauman, 2002, s. 270). Je zde riziko, že se všichni přátelé a příbuzní stanou jen nástrojem prodeje a že „*trhem řízenému člověku začátku nového století hrozí, že svou identitu prodá*“ (Bauman, 2002, s. 271). Jeho „cenu“ lze pak vymezit takto: „*cena osoby řízené trhem se neodvíjí od souhlasu jejího nebo osob jí rovných, ale od toho, co jsou jiní ochotni zaplatit za její služby*“ (Reich, 2003, s. 116).

### **3.2.1 Navzdory nejistotě**

Celkový charakter světa práce má samozřejmě své důsledky v oblasti lidských vztahů. Módní trendy, novinky, poptávka po novém, to vše nutí společnosti tlačit na své zaměstnance, aby podávali vyšší výkony a více pracovali, aby mohli uspokojit měnící se přání konzumenta a navýšit své zisky. Zaměstnanci, kteří jsou sami konzumenty, pracují čím dál více, aby si zajistili určitou životní úroveň, která je dnes ve většině případů hodnocena podle toho, co všechno vlastníte. Již v předchozí kapitole jsme se okrajově zmínili, jaký dopad má zvyšující se pracovní tempo a nároky na mezilidské vztahy. Nyní se trochu podrobněji zaměříme na změny v dnešní rodině. Nejen že práce odvádí členy od jejich rodiny často na dlouhou dobu, ale vyrušuje a poutá na sebe pozornost, i když jsou doma. Z důvodu nedostatku času jsou členům rodiny určeny role: kde mají být, co mají dělat. Jsou doslova organizováni podobně jako struktura nějaké firmy. Dalším důsledkem toho, že rodiče tráví příliš času v práci je, že po většinu dne je v bytě, kde rodina žije, vylidněno. Rodiče pracují, děti jsou v péči školek, škol, družin a ve volném čase navštěvují nejrůznější zájmové kroužky. Staří lidé žijí osaměle, nebo jsou umístováni do pečovatelských zařízení. Pokud se celá rodina setká, je to až ke konci dne. Také zajistit rodinu bývá ve světě pracovní nejistoty obtížné. Důsledkem je pokles počtu jedinců, kteří touží po velké rodině. Rodina byla okleštěna, z původních mnoha členů rodiny zbyla tzv. nukleární rodina - pár s jedním až třemi dětmi. Větší počet dětí se ve vyspělých společnostech vyskytuje jen málo. Rodina si více dětí „nemůže dovolit“ kvůli financím, ale také kvůli tomu, že nemůže dětem poskytnout potřebný čas i energii.

V neustále riskantnější ekonomice v době konzumu, kdy jsou pracovní místa a příjmy vystaveny větší nejistotě, nechtějí ženy a muži vydat velké náklady na dítě. Děti potřebují stálé zázemí, a to jak po finanční stránce, tak po stránce výchovy a kontaktu s rodinou, a zajistit tyto dvě věci je, jak už jsme se zmínili výše, obtížné. Není se čemu divit, že jisté procento žen se rozhodlo děti nemít a moci tak zasvětit svůj život práci a jiným zájmům. Nový životní styl odráží i televizní seriály, jakými jsou v současné době *Sex ve městě* nebo *Prátele*. Avšak i páry, které mají v plánu mít děti, s jeho realizací vyčkávají. Čekají, až získají alespoň nějakou jistotu v práci například ve formě společníka, spolumajitele nebo až nashromáždí potřebné množství peněz, aby mohli budoucí rodinu zajistit. Důsledkem pracovní vytíženosti se může stát také přílišná „konzumace služeb“, která ochudila rodinu o její základní funkce. Vaření se stává předmětem dodávky specialistů. Můžeme si najmout službu na úklid, podobně jako na hlídání dětí, na péči o staré lidi, a dokonce se objevují nabídky brigád, kde vám brigádník vyvenčí psa. Z toho by mohlo plynout, že rodina by měla mít více času, aby se její členové mohli věnovat sobě navzájem. Získaný čas je ale využíván k tomu, aby se vydělalo více finančních prostředků a rodina si mohla dovolit určitý životní standard, kterým máme na mysli materiální zajištění. Avšak především malé děti potřebují jisté množství kvalitní péče a osobní pozornosti, kontakt s blízkými lidmi, a právě ten nemůže žádná služba nahradit. Jak se zdá, rodina by v budoucnu mohla znamenat něco jiného než dříve. Už nyní její členové eliminují vzájemné kontakty a oporu. Lidé si sami zvolili tuto možnost, a aby mohli takto fungovat, změnil se i jejich náhled na rodinu, kterou nechávají odumírat a vycházejí vstříc ekonomickému systému a jemu se přizpůsobujícímu životnímu stylu. Nemůžeme říct, že rozhodování ohledně rodiny je v celkovém kontextu doby iracionální, naopak. Máme ale možnost volby, při které bychom měli zvážit dopad na rodinný život a na to, jak ho chceme prožívat. Jinými slovy bychom se měli sami sebe zeptat, zda nám velká pracovní vytíženost a životní tempo opravdu stojí za to, co nás stojí.

### **3.3 Inovace**

V následující kapitole se budeme zabývat jednou z hlavních příčin, projevů a konečků i důsledků konzumního způsobu života společnosti – inovací.

#### **3.3.1 Tlak nutící inovovat**

Ve větší části 20. století dominoval hospodářský systém, který umožňoval nejen výrobcům, ale i obchodníkům vcelku bezstarostnou existenci. Trhy byly relativně stabilní, a tak byli velkovýrobci chráněni před masivní konkurencí. Také drobní prodejci si konkurovali pouze obchody s jiným sortimentem. To vše nijak nepodněcovalo motivaci k větší horlivosti. Nové vynálezy se objevovaly s předvídatelnou pravidelností, avšak nikdy nebyly příliš nové, ani o moc vylepšené. Proto se tako většinou “novota“ týkala povrchních věcí, jakými byl např. design. Kdyby totiž došlo k příliš velké změně za krátké období, ohrozilo by to schopnost plánovat. Obchodníci se také nijak výrazně nemuseli zaobírat ovlivňováním svých cen. *„S odbory dohodnutý nárůst mezd pro celá průmyslová odvětví bylo možné přenést na zákazníky ve formě vyšších cen, aniž by byla poškozena nějaká konkrétní firma“* (Reich, 2003, s. 56). Růst cen a mezd se tedy zvyšoval rovnoměrně. Pokud došlo ke zvýšení cen, rostly i životní náklady, a proto se pracovníci dožadovali zvýšení platů.

Na počátku 21. století je tomu ale jinak. Zákazníci jsou méně omezení vzdáleností, sériovou výrobou a nedostatkem informací. Tím se dostáváme k odpovědi na základní otázku: proč jsou obchodníci neustále nuceni inovovat? Díky novým technologiím z oblasti komunikace, dopravy a informací mají zákazníci možnost hledat tu nejlepší službu nebo výrobek a přecházet k lepšímu. To zpětně vyvolává tlak na výrobce a obchodníky. Pokud chtějí přežít a především prosperovat, musejí snižovat ceny a zároveň přidávat hodnotu svým produktům rychleji než konkurence. Mimo poskytování lepších nabídek musejí zlepšovat organizaci uvnitř firem, aby byli rychlejší inovace vůbec schopni. Jednoduše v době masové spotřeby výrobků, služeb, zážitků apod. jsou obchodníci nuceni omezit náklady a snížit ceny, aby se v konkurenci přeplněném trhu udrželi.

### 3.3.2 Příklady oblastí s vysokou mírou inovace

Současná vyspělá technologie poskytuje zákazníkům široký výběr a snadnější přístup k lepšímu. Následkem toho ztrácejí obchodníci jistotu, což je ale výhodné pro ekonomiku: nejistota podněcuje inovace, které jsou základním principem současné ekonomiky. Společnosti bohatnou, nové technologie umožňují snadnější přístup ke všem druhům zboží a služeb a lidé podněcováni touhou po novém utrácejí stále více peněz za přání, která daleko přesahují základní potřeby odpovídajícího jídla, bydlení a ošacení, a která vlivem reklamy a médií nebudou nikdy uspokojena. Nové technologie však nepřicházejí jako reakce na nové potřeby lidí. Je tomu spíše naopak – nejdříve přijde na trh nová technologie, která teprve prostřednictvím reklamy a médií potřebu vyvolá. „*Nové technologie nenahradily staré způsoby provádění věcí, přiměly nás k tomu, abychom dělali věci, které jsme nikdy předtím nedělali, a způsobily, že se cítíme nešťastní, když je dělat nemůžeme*“ (Bauman, 2000, s. 190). Lidé budou mít vždy nějaké neukojitelné potřeby. Jakmile něčeho dosáhnou, něco získají, chtějí více. „*Nespokojenost je trvalý stav lidského ducha a napětí mezi reálným a ideálním, mezi skutečným a možným, mezi žitým a vytouženým je asi nejen znamením každé doby, ale i významným znakem lidského rodu, skutečnou hnací silou historického pohybu*“ (Petrušek, 2006, s. 58). Uvedenými citacemi se dostáváme k vymezení typických vlastností konzumenta, který jimi koloběh inovace podporuje: „*Konzument by teoreticky neměl k ničemu pevně lnout, nic by nemělo vyvolávat oddanost ‘dokud nás smrt nerozdělí’, žádné potřeby by neměly být chápány jako plně uspokojené, žádné touhy by se neměly pokládat za nejvyšší*“ (Bauman, 1999, s. 99).

Podívejme se na několik oblastí, v nichž je inovace nejpatrnější a nutí společnost ke stále většímu konzumu:

*Zdraví.* V této sféře zřejmě nikdy neutichne poptávka po nových lécích, přístrojích, odborných radách apod., protože ačkoliv se lidé cítí dobře, vědí, že by se mohli cítit ještě lépe, a přidejme i touhu žít co nejdéle. Proto často uvěří „odborníkům“ z reklam, že právě bez toho a onoho nového polštáře nebudou mít dobrý spánek, bez toho a onoho doplňku stravy nebudou mít dostatek energie, bez

té a té zubní pasty už nikdy nebudou mít bílé zuby, a tak bychom mohli pokračovat ještě dlouho.

*Zábava.* Rostoucí význam zábavy a volného času je jedním z nejlepších příkladů narůstajícího konzumu. Požadavek zábavy ať už ve smyslu legrace nebo zážitku se stal hlavním kritériem pro výběr téměř čehokoli. Tomuto novodobému fenoménu se ještě budeme věnovat v dalších kapitolách, zmíníme se o něm tedy pouze okrajově. Nezáleží na tom, jak moc si nyní lidé užívají, protože v budoucnu budou požadovat stále více legrace, vzrušení, nových zážitků, překvapení. Proto nikdy neutečnou poptávka po zábavných filmech, hudbě, divadelních představeních, ale ani po sportovních podnicích, cestovních kancelářích nebo po podnicích nabízející zážitky, jakými jsou například seskok s padákem, let balónem, bungee jumping atd. Požadavek zábavy je považován za jednu z charakteristických znaků tzv. masové společnosti, která zboží nabízené zábavním průmyslem spotřebovává jako zboží konzumní.

Zastavme se u jedné z možností trávení volného času a především dovolené – cestování a u jeho dopadů na životní prostředí. Masové cestování má mnoho společných projevů s konzumerismem. I zde se stává důležitým faktorem pro jeho výrobu reklama, která cíleně usměrňuje lidské potřeby tak, aby vyhovovaly zájmům tohoto průmyslu. Jeho produkce se neustále zvyšuje, ale zároveň se průběh rekreace co nejvíce zjednodušuje a zrychluje. Dopady na nejvíce zatížené oblasti jsou značné. Abychom byli konkrétní, poslouží nám příklady z knihy Pestří a zelení Hany Librové. Ta uvádí důsledky, které způsobil turismus v Alpách. Kvůli stoupajícímu počtu turistů bylo nutno vybudovat mnoho nových sjezdovek, vykácet mnoho hektarů lesa, postavit vleky a lanovky, vybudovat hotely a zábavní centra, silnice a parkoviště. Nezapomeňme na škodlivé plyny unikající z výfuku aut, kterými turisté zaplavují silnice. Obdobná situace je i v jiných turisticky oblíbených oblastech. *„Klasické rekreační oblasti Středomoří a Alpy stále zaznamenávají ročně téměř půl miliardy noclehů, turisté zaplavili Srí Lanku, Thajsko, Keňu, Brazílii. Titiž lidé si však stěžují na monstrózní provoz na letištích, na ucpané silnice, gigantické hotely a znečištěné pláže“* (Librová, 1994, s. 65). Librová uvádí ale i příklad, kdy masový turismus vtrhne na dříve jím



nevyužívané místo, kterým je obvykle nějaká z rozvojových zemí. Změna a devastace postihne nejen životní prostředí, které je zatíženo budováním infrastruktury, vodovodů, elektrických přípojek, hotelů, zvýšenou potřebou energie, lovením původní zvěře a následně vyprodukovaným množstvím odpadu apod., ale i původní kulturu. Obyvatelé zanechávají svých řemesel a za vidinou zisku pracují ve službách turismu. Jejich původní kultura se stala atrakcí pro turisty. Turisté se nechovají dostatečně uctivě na posvátných místech, kde chodí např. nevhodně oblečení (krátké rukávy a nohavice jsou v islámských zemích na mnoha místech nepřípustné). Pokud však vlivem např. přírodní katastrofy nebo nestabilní politické situace dojde k odlivu turistů, má to znatelné důsledky – lidé, kteří zanechali původní práce, jsou najednou nezaměstnaní a krajina zničená. Samotní turisté pak vyhledávají nová a dosud nedotčená místa, která vyhovují po stránce bezpečí, ale i po stránce ekologické. Hledají tedy taková místa, která ještě nejsou zničena masovým turismem. Možné zmírnění uvedených důsledků je individuální záležitostí každého z nás.

Myslím si, že objevovat nová místa a země nemusí mít nutně špatné následky pro jejich prostředí a kulturu, pokud budeme dodržovat jistá pravidla. Na prvním místě by mohla stát příprava na cestu zahrnující informace o dané zemi, respekt k její kultuře, učení se základním frázím daného jazyka, abychom byli schopni si o něco požádat. Dále pokud možno šetrný způsob dopravy a ubytování a styl života blízký dané zemi. Shrneme-li to, místo toho, aby se kultura země a její prostředí přizpůsobovaly nám, snažme se přizpůsobit my jim, abychom se eventuálně mohli vrátit a nalézt je v tomtěž stavu.

*Fyzický vzhled.* Každý má svůj subjektivní názor na to, jak vypadá hezký muž nebo žena. Pravdou ale je, že ani nezáleží na tom, jak moc je kdo krásný, protože téměř každý na sobě najde vždy něco, co by se dalo vylepšit. Na tom vydělává masivní trh s módním oblečením, kde je inovace jako projev i důsledek konzumního způsobu života zřejmě nejpatrnější. Do této oblasti můžeme zahrnout celou řadu věcí, které nám pomáhají vylepšit vzhled – od kosmetiky, přes přípravky a rady, které nám pomáhají zhubnout, až po zubní pasty a osvěžovače

dechu. Zkrátka vždy je tu možnost, jak být pro druhého atraktivnější a více sexy. Kultem těla se taktéž budeme zabývat níže.

*Informace.* Informace jsou něčím, o co v době vyspělých komunikačních technologií není nouze. Lidé se budou neustále chtít dozvídat nové zprávy a informace ze světa, budou se chtít dovídat, jak se co dělá, jak věci fungují a co je nového. Nikdy nebude existovat meze touhy po novém poznání.

*Kontakt.* Člověk je tvor společenský a touha potkávat se s jinými lidmi nikdy neuhasne. K tomu pomáhají především rychlejší, levnější a snadněji dostupné dopravní prostředky, jakými jsou např. prostředky městské hromadné dopravy, vlaky, autobusy, letadla, lodě, jízdní kola, motocykly a nejtýpčtější automobil. Nevynechejme ani prostředky, které umožňují kontakty vyhledat. Jsou jimi např. noviny, kde si můžeme podat inzerát, nejruznější seznamovací akce, internetové sociální sítě, bary, diskotéky a mnoho jiných.

Udělejme vsuvku na problematiku automobilů. Proč vlastně lidé touží po rychlejších, silnějších a designově lépe vypadajících strojích? Je to zřejmě proto, že pro ně automobil představuje demonstraci rychlosti, síly a naplňuje jejich touhu po změně. Právě to má však fatální důsledky jak pro lidské životy, tak pro životní prostředí. Ačkoliv je na pozemních komunikacích daná omezená rychlost, automobilové firmy vyrábějí auta se stále vyšším výkonem. Rychlost auta souvisí s agresivním chováním řidičů. Moderní člověk musí jezdit rychle. Téměř za méněcenné kvůli pomalé jízdě jsou často považováni staří lidé, začátečníci nebo lidé, kteří si lepší auto nemohou dovolit. Za hlavní příčinu dopravních neštěstí pak není považován tento technický vynález, ale nehoda nebo lidské selhání. Za zvážení by stála myšlenka, zda by v zájmu všeobecného bezpečí nebylo lepší výkon autům snižovat a ponechat jim ho pouze tam, kde může pomoci, např. autům, která používají policisté, hasiči a záchranná služba. Rychlost a jízda automobilem obecně splňují zásadní podmínku pro jejich konzumování: jsou zážitkem. Ovládat automobil dá člověku moc, hudba v autorádiu umocní jeho pocity a dívat se na krajinu za oknem je jako sledovat film. Lze to nazvat druhem duševní očisty. Z toho těží reklama, která hojně využívá obrazů jízdy. Koupě automobilu spjata s představou úspěchu, luxusu a otevřením nových možností

cestování. „*Svoboda a aktivita kdysi patřili k hlavním argumentům pro vlastnictví automobilu. Tyto hodnoty jsou dnes jeho diktátem popírány*“ (Librová, 1994, s. 60). Neomezuje nás pouze samotná bezohlednost některých řidičů, ale i plocha a uspořádání silnic a dálnic. Pozemní komunikace zabírají stále větší plochy a ničí přirozené ekosystémy. Netrpí jenom příroda, ale i lidé. Chodci jsou vytlačeni do průchodů a nadchodů, cyklisté na cyklostezky, v horším případě jsou nuceni jezdit na jedné silnici spolu s automobily. Uniknout nemůžeme výfukovým zplodinám ani hluku. Mění se také lidská mysl. Zapřemýšlejme, kolik známe názvů např. ptáků a rostlin a poté kolik známe automobilových značek. Řešení je viděno ve změně způsobu dopravy a života vůbec. Hana Librová v knize *Pestří a zelení* vidí naději pro hodnotové posuny současné konzumní společnosti ve sváru mnoha motoristů, kteří automobil vlastní s čím dál větší nevolí, ale jsou k němu čím dál více poutáni.

Dotkněme se alespoň okrajově ještě jednoho problému, který souvisí s vlastnictvím vozidla. Jsou jím velké aglomerace. Za důsledek konzumního způsobu života můžeme považovat obdiv ke gigantismu, který souvisí s rozvojem moderní techniky, zvláště pak ve zmiňované oblasti dopravy a komunikace. Vysoká stěhovavost lidí v dnešní době je totiž následkem rozvinuté oblasti dopravy a komunikace. Miliony lidí se přesouvají z malých vesnic a měst do metropolí, ze kterých se postupem času stávají obrovské aglomerace. Tento jev je typický především pro Spojené státy. Metropole jakými jsou New York, Chicago, San Francisco aj. jsou důsledkem mobility lidí. Stěhovavost a velký počet obyvatel v metropolích vede k problému neschopnosti najít ve společnosti své místo. S tím souvisí další problémy velkých měst, jakými jsou například odcizení, stres a sociální zhroucení. V chudších zemích vede mobilita k masovému stěhování do měst, kde lidé nemohou najít práci, a tudíž vzrůstá masová nezaměstnanost. S klesajícím počtem práceschopných lidí na venkově a v zemědělství hrozí hladomory. Výsledkem může být až rozpolcená společnost s velkou politickou nestabilitou.

*Rodina a blízcí lidé.* Jak už jsme se zmínili, člověk má rád společnost. Každý má ve svém okruhu více či méně lidí, na kterých mu záleží a které chce

činit šťastnými. Odtud pramení hojnost produktů a služeb týkajících se péče o naše nejbližší, vzdělání pro děti, inspirace na dárky pro ty, které máme rádi a jiné věci mající nám dopomoci k pocitu blaha.

*Finance.* Za peníze si můžeme koupit všechny předchozí uvedené služby a věci a mnoho dalších věcí, o kterých si myslíme, že nás udělají šťastnými. O roli peněz v době konzumu by se dalo napsat mnoho, avšak my si pro příklad uvedeme fungování finančního poradenství a plánování, bank a pojišťoven nabízejících služby v této oblasti, kterých lidé využívají s cílem dosáhnout určitého stupně finanční jistoty.

Uvedené oblasti představují rychle rostoucí trhy, ve kterých v budoucnu poroste distribuce výrobků, služeb a rad. Uspokojování potřeb zákazníků nebude ani tak záviset na zdrojích, jako na dobrých nápadech jak hýčkat duši i tělo. O to se již nyní starají instruktoři, trenéři, průvodci, maséři, číšníci, učitelé, apod.

Připomeňme, že inovovat nejsou nuceni obchodníci a výrobci, kteří si tak vydělávají na živobytí, ale že jsou k tomu nuceny i neziskové organizace typu nemocnic, charit, nadací a muzeí. Stejně jako zákazníci i jejich patroni, sponzoři a návštěvníci mají možnost zjistit, jak si která instituce vede, a podle toho si eventuelně vybrat, kterou organizaci chtějí navštívit nebo podpořit. Tak i neziskové organizace musejí být levnější, rychlejší, pružnější. Lze předpokládat, že vlivem „rozmazlenosti“ nynější generace v budoucnu poroste mimo jiné tlak na lepší, rychlejší a levnější provedení služeb ze strany starší generace.

K výrobě nových produktů a k nabídce nových, vylepšených služeb je zapotřebí čím dál tím více přírodních zdrojů, které jsou však omezené (touto problematikou se budeme zabývat v následující podkapitole). Sobecky si z přírody bereme to, co nám nepatří a sobecky se chováme i sami k sobě. Jako východisko je v knize *V jaké společnosti vlastně žijeme* uváděno přerušit stupňování, čímž je míněno, že se lidé musí vzdát představy o tom, že vše musí být vylepšeno, zdokonaleno nebo zrychleno. Zřeknutí se těchto věcí je pocíťováno již jako nutnost.

### 3.3.3 Omezené přírodní zdroje

Vzrůstající inovace má nepopiratelné dopady nejen na společnost, ale také na životní prostředí. Téma je to sice velice obsáhlé, ale považuji za nutné se o něm alespoň zmínit, jelikož jeho problematika je s konzumní společností úzce spjata.

Je nám známou informací, že přírodní zdroje jsou omezené a velké množství jich už lidstvo stačilo spotřebovat, ke všemu pro potřebu pouhého zlomku obyvatel Země. Víme také, že rychlý růst ekonomik si žádá čerpat stále více z těchto omezených zdrojů. Vývoj vědy a technologie rozšiřuje sféru manipulace s přírodním bohatstvím a zvětšuje tak „panství člověka.“ Jako logický předpoklad k možnému východisku by mohl být předpoklad, že sníží-li se ekonomický růst, sníží se rychlost čerpání přírodních zdrojů a všeobecné ničení přírody. Možná nás tedy překvapí vyjádření Waltera Hellera, bývalého předsedy rady ekonomických poradců amerického prezidenta: *„Chceme-li splnit představy našeho národa o budoucnosti, potřebujeme růst. Rychle rostoucí ekonomika s plnou zaměstnaností má daleko větší šanci uvolnit veřejné i soukromé zdroje pro boj se znečištěním půdy, vzduchu a vody i pro boj s nadměrným hlukem, než ekonomika rostoucí pomalu“* (Schumacher, 2000, s. 112). Je tedy možné vůbec bojovat se znečištěním pomocí rychle rostoucí ekonomiky, i když víme, že znečištění je důsledkem právě rychlého ekonomického růstu? A postačí k boji zbylé přírodní zdroje? Názory většiny odborníků se shodují v tom, že ne. Pro konzumní společnost je klíčové uvědomit si, že neomezený růst materiální spotřeby ve světě omezených zdrojů je nesmysl. I když je téma omezenosti vyčerpatelných zdrojů závažné, bohužel se většinou přehlíží nebo odsouvá do pozadí, a pozornost se věnuje jiným problémům. Realita podle mnoha lidí vypadá tak, že když dojde jeden zdroj, nahradí se jiným, a když i ten bude vyčerpán, bude nahrazen nějakým lidským vynálezem. Je to samozřejmě možné, ale stále je to zaobírání se detaily a neřešení celkového problému.

Vztah konzumenta ke světu a zejména k přírodě Bauman v knize *Individualizovaná společnost* přirovnal k postoji lovce, který se nestará o rovnováhu nebo harmonii, ale jeho jediným zájmem je další úlovek. Nepovažuje

za svoji povinnost starat se, zda po jeho lovu budou počty zvíře doplněny a pokud už v lese žádná zvíře nezbude, přesune se jinam. Co je na tomto postoji problémového, vystihl dle mého názoru (a předpokládám, že i dle názoru lidí snažících se proto s postoji ostatních něco dělat) Bauman velice trefně: „*Možná je tu a tam napadne, že v nějaké daleké a dosud neurčité budoucnosti se počet těchto nezdecimovaných lesů na planetě asi vyčerpá; ale i když je taková věc napadne, nebudou ji chápat jako bezodkladný problém – a rozhodně ne jako jejich problém. Takováto výhledová potíž přece nikterak neohrožuje dnešní úlovek ani zítřejší lov, takže na ní není nic, co by zavazovalo – mě, jednoho lovce z mnoha, anebo nás, jen jednu z mnoha loveckých skupin – se nad tím zamyslet, či dokonce s tím něco dělat*“ (Bauman, 2008, s. 96). Snaha ekologických organizací a jedinců, kterým záleží na změně onoho postoje, se však jeví jako zoufalá a bohužel některým z lovců i směšná a zbytečná. Příčinou je podle Baumana všeobecný tlak, který nás nutí lovit, a strach z toho, abychom z lovu nebyli vyřazeni, jelikož by to bylo považováno za osobní selhání. Jak dlouho bude tento stav možno udržet a zda má nějaký konečný bod, si nikdo netroufá odhadnout.

### **3.4 Individualizace**

V kapitole nazvané Individualizace volně navážeme na kapitolu předchozí. Nejprve nastíníme možnosti vymezení pojmu a následně uvedeme několik příkladů jejích projevů, které pomohou utvořit představu o jejím dosahu a dopadu na konzumní společnost i na její členy jako jednotlivce.

Proces individualizace se stává častým tématem diskusí spojených s úvahami o současné době. Co si však máme pod pojmem individualizace představit? Srozumitelné vysvětlení se nabízí v knize *Individualizovaná společnost*, která se v jedné z kapitol tímto fenoménem zabývá: „*Idea individualizace znamená osvobození jedince od predepsaného, zděděného a vrozeného určení, jaké sociální postavení tomu kterému člověku náleží*“ (Bauman, 2004, s. 171). Jinými slovy lidská identita přestává být daností, samozřejmostí, ale stává se úkolem, za jehož plnění a důsledky je odpovědný sám jedinec. Stává se tedy individuální záležitostí, která ale probíhá v rámci společnosti: probíhající individualizace jedince se odráží na celé společnosti. V době, kdy naše životy

opanovala média, materiální věci a sex, si každý hledá ve společnosti své místo. Obrací se do sebe, hledá se a prožívá současně svůj estetický, fyzický, emocionální a jiný život. Začleňování se do společnosti probíhá především pomocí přesvědčování, které se odvolává na to, že to člověk dělá pro sebe, své zdraví, svou bezpečnost, svůj růst. Proces individualizace v takové míře, v jaké je patrný nyní, je možný především díky zhroucení ideologií a jejich donucovacím metodám a díky zlepšování technologií. Jako vysvětlení toto nyní postačí a podíváme se, jak konkrétně se individualizace projevuje na životě jedince i celé společnosti.

### **3.4.1. Pozornost zaměřená k individuu**

Individualizace je mimo jiné důsledkem množství výběru a jeho realizací. Proces výběru ovlivňuje již zmiňované svádění, které působí na osobnost tím, že sází na její vlastní zájmy a svobodu. Tak například cestovní kanceláře nabízejí zájezdy, kde si sami můžete upravit návrh trasy. Banky nabízejí produkty, z nichž některé jsou výhodné pro podnikatele, jiné pro běžné občany atd. Konzumní společnost je tedy v tomto smyslu otevřená, protože poskytuje svobodu výběru a kombinací. Není to ale jednostranná záležitost. „*Ve správně fungující konzumní společnosti se konzumenti aktivně snaží hledat svody*“ (Bauman, 1999, s. 102).

Po fázi, kdy bylo hitem vlastnit osobní automobil a všelijaké elektrospotřebiče, přichází doba počítačů, mobilních telefonů a videotechniky. Novým lákadlem není pouze samotná výkonnost přístroje, ale možnost, aby každý podle libosti nakládal se svým časem a nebyl závislý na žádné organizaci. Uvedenými příklady jsme chtěli ukázat následující: „*dnešní svádění směřuje k zesoukromění*“ (Lipovetsky, 2003, s. 30). Stalo se tak mimo jiné v důsledku obecného rozšíření technického vybavení domácnosti koncem sedmdesátých let. Rodinná zázemí byla zajištěna a nastal čas zaměřit pozornost na jednotlivce. Jeho osobní technické vybavení, jakým je např. osobní počítač, pager, mobilní telefon, ale i video, mikrovlnná trouba, mu umožňují žít dle vlastního rytmu a separovat se tak od rodiny či blízkého okolí. Typickým příkladem jsou stravovací návyky. Existuje mnoho restaurací, hospod a bister podávajících rozmanitá jídla v rozmanitých denních i nočních hodinách. Jsou odrazem osobní volby

spotřebitele. Proces individualizace zasahuje nespočet oblastí, které si dále uvedeme níže.

Je to právě konzumní postoj, o kterém jsme se zmiňovali v úvodní kapitole, a konzumní aktivita (lidé většinou spotřebovávají a konzumují jednotlivě), které činí ze života individuální záležitost. Mnohdy to vypadá, jako bychom se skládali z věcí, které kupujeme a vlastníme. „Řekni mi, co kupuješ a kde to kupuješ, a já ti řeknu, kdo jsi“ (Bauman, 2000, s. 195). Naším úkolem je vypořádat se se svými problémy, vytvořit si vlastní identitu a udělat ze sebe někoho konkrétního. Jak to uděláme, pak vypovídá o našich vlastnostech a osobních kvalitách. Vzory všeho, co bychom ze sebe mohli udělat, najdeme samozřejmě na trhu.

### **3.4.2 Jiný přístup ke sportu, zdraví a mravům**

Proces individualizace zasahuje mnoho oblastí. Jmenujme např. sport, kde má každý dostatek možností, jak uspokojit fyzické i psychické potřeby. Na sport se již nenahlíží jako na čistě výkonnostní aktivitu, ale jako na duševní hygienu. Lidé sportují především pro vlastní potěšení.

Z dalších oblastí zasažených individualizací vyberme lékařství. Lidé nenechávají odpovědnost za své zdraví pouze na lékaři, ale sami využívají nejrůznějších služeb. Vyjmenujme např. akupunkturu, různé formy rehabilitací, lázně, homeopatika, léčbu pomocí bylin, doplňky stravy, vitamíny, „zdravotní“ boty, polštáře a matrace.

Nejpatrnější je proces individualizace zřejmě v oblasti mravů. Kdo dříve nedodržel nastavené normy a konvence, byl většinou společností odsunut na její okraj. Nyní je „vybočovat z řady“ módou. Všeobecně se rozdílnost, uvolněnost a fantazie uznávají jako kladné vlastnosti. Heslem doby se stala spontánnost, která vybízí k tomu, aby se člověk v ničem neomezoval, aby byl zkrátka sám sebou. To platí pro všechny věkové kategorie bez ohledu na pohlaví. Sílicí tendence myslet především na sebe se na člověka valí ze všech stran a zbavuje ho pocitu provinění vůči okolí. Podněcuje ho, aby bez zábran realizoval své touhy a neomezeně si užíval zábavy.



### 3.4.3 Přehnaná péče o tělesnou schránku

Zaujetí vlastním tělem lze u mnoha lidí vyzorovat z jejich každodenního života. Ze všech stran na ně útočí reklamy, které je vybízejí ke koupi krému proti vráskám, séra proti stárnutí pleti, pilulky pro nový přechod, barvy na vlasy kryjící šediny...A lidé kupují. Stárnutí a obecně stáří v konzumních společnostech vyšlo z módy, proto se lidé snaží vypadat mladí a zachovat dosavadní životní tempo. Většina z nich cítí ze stáří úzkost. Důsledkem obav a vlivem obecného kultu uctívání těla procházejí rituály údržby těla, jakými jsou například masáže, sauny, sportování, diety, solária nebo velká spotřeba léků a lékařské péče. Vnímání těla nepochybně prošlo proměnami - je třeba o něj s vážností pečovat, co nejvíce zmírnit projevy stárnutí, sportovat, zatěžovat ho dietami a podrobovat ho dokonce i chirurgickým „vylepšením“. Fyzická sešlost těla se nepovažuje za přirozený projev stárnutí, ale za něco, za co bychom se snad měli i stydět a co je třeba v rámci možností potlačit. Vystává otázka, proč se vlastně lidé stárnutí tak obávají? Lipovetsky uvádí, že je to jednak důsledkem zhoršování životních podmínek starých lidí a jednak v souvislosti s potřebou být stále oceňován a obdivován pro svou krásu, kondici a celkový stav fyzické schránky. V tomto smyslu je tělo „*společenským produktem*“ (Bauman, 2002, s. 63). Zájem o tělo totiž nevyplývá pouze z nitra jedince, ale odpovídá společenským požadavkům, jakými jsou zdraví, forma, linie aj. Lipovetsky též uvádí, že přehnanou péčí o tělo a neustálou snahou o optimální funkčnost lidé činí své tělo přístupné nejrůznějším experimentům. Přemíru zaujetí vlastním tělem nazývá narcismus, kterému bude věnována jedna z následujících kapitol.

Porovnejme nyní pohled Lipovetského na tělo konzumentovo s pohledem Baumana. Podle Lipovetského je sebeuvědomování těla jedním z cílů narcismu, který podporuje jeho sebereflexi. Tělo funguje podobně jako vědomí, a proto je třeba mu naslouchat, je třeba, aby se vyjadřovalo a komunikovalo. „*A z toho pramení snaha znovu objevit své tělo zevnitř i posedlé hledání vlastní přirozenosti, tedy sám narcismus, činitel zpsychologování těla, nástroj dobývání subjektivity těla všemi dnešními výrazovými, relaxačními i koncentračními*

*technikami*“ (Lipovetsky, 2003, s. 86). Tělo tedy není nástroj, ale samostatná identita, již je zapotřebí naslouchat a následně vyhovět jejím potřebám.

Ne zcela odlišný názor má na novodobý kult těla Bauman. Podle něj jsou těla především konzumentem zážitků, nástrojem rozkoše, jelikož využívají svou přirozenou schopnost reagovat na podněty. Správné plnění těchto funkcí nazývá Bauman výkonnost. Jako opozita k výkonnosti, která jsou v jazyce konzumních společností hojně užívána, jmenuje např. ochablost, znechucení, absence tužeb a přání, neochota reagovat na pokušení aj. Právě prožitky a hledání štěstí vystřídaly starosti o materiální přežití, což je důsledkem přechodu od nedostatku k hojnosti. Zřejmé je to například při koupi spotřebního zboží. Spotřebitel se nerozhoduje na základě toho, jestli mu daný výrobek bude užitečný, vydrží dlouho nebo zda ho nutně potřebuje, ale novými kritérii se stal právě prožitek, komfort nebo vkus. Udržet tělo ve stavu výkonnosti znamená cítit vzrušení a radost při spotřebě podnětů a impulsů. Současná nabídka služeb a výrobků poskytuje široký výběr rozkoší určených právě tělu. Jako příklad si můžeme uvést sexuální, sluchové, zrakové a gastronomické rozkoše. Podle Baumana ona výkonnost neznamena jakých výkonů je tělo schopno, ale jak hluboce jsou ony výkony a rozkoše prožívány.

#### **3.4.4. Proměny jazyka**

Lipovetsky v knize *Éra prázdnoty* uvádí jiný zajímavý projev individualizované společnosti, a tím je vliv na užívání jazyka. Mizejí slova, která mají jistý příznak podřadnosti, agresivity a nahrazují je výrazy neutrální. Jako příklad uvádí nahrazení výrazů hluší, slepí, beznozí výrazy neslyšící, nevidomí a postižení. Doplnit můžeme příklady i z jiných oblastí: z prodavaček jsou asistentky prodeje, z těžko vychovatelných a vzdělavatelných děti jsou problémové děti, z hlídačů, poslíčků aj. jsou osobní asistenti. S tím souvisí eufemistická řeč objevující se v reklamách a prosbách či výzvách ve veřejných prostorech. Styl této řeči je tak zjemnělý a přespříliš ohleduplný, aby se náhodou nedotkl něčí individuality a neurazil.

Erich Fromm v monografii *Mít, nebo být?* uvádí další zajímavé příklady proměny současného jazykového úzu. Vyberme jednu konkrétní situaci, na níž se dají proměny srozumitelně vysvětlit. Představme si běžnou situaci u lékaře, kdy pacient začíná rozhovor přibližně takto: „Pane doktore, mám problém, mám nespavost. I když mám pěkný dům, šťastné manželství, mám přesto hodně starostí.“ Fromm uvádí, že před několika desítkami let by pacient místo formulace „mám problém“ spíše řekl „jsem v nesnázích“, místo „mám nespavost“ by řekl „nemohu spát“ a místo „mám šťastné manželství“ by řekl „jsem šťastně ženatý“. Na stylu této mluvy tak poukazuje na vysoký stupeň odcizení, který vylučuje subjektivní prožívání: *„Já v mém prožívání je nahrazeno čímsi, co vlastním. Své pocity jsem přetvořil v něco, co mám, totiž problém. Avšak ‚problém‘ je abstraktní výraz pro všechny druhy potíží. Nemohu mít problém, protože problém není věcí, kterou mohu vlastnit; avšak problém může mít mne. Jinými slovy jsem sebe přetvořil v ‚nějaký problém‘ a můj vlastní výtvar mě nyní vlastní“* (Fromm, 2001, s. 37). Tento způsob mluvy podle Fromma prozrazuje nevědomé odcizení.

### **3.5 Závislost**

V této kapitole ukážeme některé aspekty jednoho z projevů konzumní společnosti, totiž přemíru možností volby.

Člověk svedený na cestu pátrání po lepších věcech a službách se dnes už na této činnosti stal závislým. V čím větší míře hledá, tím si vytváří ještě větší potřebu hledat. Pokud mu to není umožněno, cítí se nešťastný. I zde platí známé „čím více máme, tím více chceme,“ ovšem právě to ničí možnost závislost uspokojit a zbavit se jí. *„Zmatená mobilizace ve znamení pokroku sice na jedné straně vede k uvolnění energie, na druhé straně však k přetěžování, zoufalství a strachu, že nevyužijeme možností stoprocentně, o něco přijdeme nebo že neudržíme krok“* (Pongs, 2000, s. 101). Ve světě nepřeborných možností nás lákají všechny ty, které nebyly doposud vyzkoušeny. Ať nás ale uspokojí nebo nikoliv, bude to pouze na malou chvíli, protože svět konzumentů nabízí další a další možnosti. Většina možností má zároveň omezenou lhůtu spotřeby. To znamená, že za určitou dobu vyjdou z módy a budou nahrazeny novou, vylepšenou variantou. Toto lze přirovnat k jakémukoliv závodu s tím rozdílem, že

závod má vždy nějaký cíl, zatímco zde se proces zdokonalování a předbíhání opakuje donekonečna a laťka požadavků se neustále zvedá. Luxus, který si dnes dopřejeme, se zítra stává nezbytností, jelikož „*životní úroveň má povahu návyku*“ (Veblen, 1999, s. 86). Zákazníci se snaží dosáhnout vidiny bezproblémového života. „*Podstata závislosti je jednoznačná: začal jsem, ale nedokážu skončit*“ (Bauman, 2002, s. 117). Návykem se stává honba za lepším výrobkem, službou nebo cenou, se kterou člověk nedokáže skončit. Žádné z uvedených věcí však neukojí touhu, a pokud ano, tak ne na dlouho. Cílem se stává ne dosažení, ale samotná touha. Nynější podoba konzumenství nespočívá ani tak v tom, aby se výrobci a obchodníci nestále snažili zvyšovat jednu konkrétní touhu, ale aby v konzumentovi uvolnili nová přání a nové fantazie. Touha pozvedla konzumentovu závislost na stávající úroveň, proto i Erich Fromm přirovnal spotřebitele k věčnému kojenci volajícímu po láhvi.

Základním typem závislosti konzumního člověka je podle Zigmunda Baumana nakupování. V knize *Tekutá modernost* vystihnul nový rozměr současné podoby závislosti na nakupování. Podle něj není nakupování pouze výběr a koupě zboží. „*Znamená-li nakupování ohledávání sortiment, možností zkoumání, osahávání a dotýkání se vystaveného zboží, porovnávání jeho ceny s obsahem naší peněženky nebo zůstatkem na kreditní kartě, ukládání některých věcí do vozíku a vrácení jiných zpátky do regálů, pak lze říci, že nakupujeme i mimo obchody; nakupujeme na ulici i doma, v práci i ve volném čase, v bdělém čase i ve snech*“ (Bauman, 2002, s. 118). Ať tedy uděláme cokoli, půjde o činnost zaměřenou k nákupu.

Na závislost na nakupování bychom mohli pohlížet z různých úhlů pohledu. Lze ji brát jako proměnu hodnotové orientace, jako tlak výrobců a obchodníků na spotřebitele, aby usiloval o další požitky, ale i jako smysl života. Jiným vysvětlením může být, že konzument nakupuje, protože cítí nejistotu. O té jsme se zmiňovali již výše. V době nejistot v oblasti práce, financí, vztahů a jinde si konzument přeje být jistý alespoň v něčem. A právě předměty, výrobky a služby, za které platí, tento příslib jistoty alespoň nabízejí. Nakupování se tak stává rituálem, kterým se člověk snaží zbavit hrozby nejistoty, a jako každý rituál je

nutné ho pravidelně opakovat. Závislost na nakupování pak nevytváří uspokojení přání zahnat nejistotu, ale právě onen akt samotného provádění, tedy kupování. Dalším z úhlů pohledu by mohla podle Miroslava Petruska být pouhá marnotratnost. Pravda se však bude nejspíše nacházet ve všech uvedených příkladech.

### **3.6 Narcismus v kontextu konzumní společnosti**

Slovo narcismus pochází od křestního jména řeckého původu. Narcis je mytologický hrdina, který byl proměněn v květinu stejného jména, což byl trest za to, že odmítl lásku nymfy a zamiloval se do svého obrazu. Ukažme si, co znamená být narcisem v konzumní společnosti a co mají moderní a mytologický narcis společného.

Není pochyb, že současně s měnícími se technologiemi, hospodářstvím, politikou, ekonomikou a všemi věcmi, které přispěly k současnému způsobu života, se změnám přizpůsobuje i člověk. Tzv. neonarcismus, jak někteří autoři nazývají současnou podobu individualismu, se projevuje v konzumních společnostech nejen změnou vztahu k vlastnímu tělu, jak jsme již psali výše, ale i proměnou vztahu k sobě, k bližním, k současné době a ke světu obecně. Současný narcismus je lhostejný k minulosti a jedině, na čem záleží, jsou proměnlivé touhy jedince. Nastává všeobecný odklon od společenské sféry, který je patrný například v nezájmu o politiku, a v porovnání s minulostí je jen nepatrná snaha se stávající situací něco dělat. Je poměrně málo věcí, které by společnost dokázaly vyburcovat. Zájem se totiž soustředí převážně na soukromou sféru. Jedinec se snaží především starat se o své zdraví, opatřit si materiální zázemí, vylepšit na sobě, co se dá, a nechat se unášet dobou bez nějakého vyššího cíle. Právě soustředění se na přítomnost bez ohledu na minulost, předchozí generace a budoucnost je podle Lipovetského charakteristickým rysem narcistické společnosti. Žijeme pouze pro sebe, nestaráme se o tradice ani o generace, které přijdou po nás. S minulostí jsme ztratili kontinuitu, vize o budoucnosti jsou nejisté, a proto se lidé zaměřují na přítomnost, chrání ji a snaží se o její prodloužení. Takto podle Lipovetského vzniká „kolektivní narcismus,“ kdy se společnost k budoucnosti staví s beznadějí. Bohužel ale i k přítomnému se však

lidé staví apaticky. Ačkoli denně slyší o nejrůznějších přírodních či ekologických katastrofách, většina nemá pocit, že by byla situace kritická. Přidejme si neochotu něco kolektivně změnit, revoltovat za lepší budoucnost. A tak si lidé zvykají na to, co přijde, a přizpůsobují se krizi, která však nezmírnila touhu po zábavě a blahobytu. Krize zřejmě nepronikla do lhostejného vědomí nijak hluboko. Pravdou je, že narcismus není pouze zklamáním ze světa, následující uzavření se do sebe a egoismus spočívající v tom, aby člověk vytěžil co nejvíce zábavy a užitku pro sebe. *„Narcismus je něco, co potlačuje tragičnost a co se jeví jako zcela nová forma apatie. Tvoří ho povrchní citlivost na svět a zároveň hluboká lhostejnost ke světu: tento paradox lze zčásti vysvětlit záplavou informací, která se na vás valí, a rychlostí, s níž se střídají události prezentované ve sdělovacích prostředcích a která nám brání v trvalejších emocích“* (Lipovetsky, 2003, s. 73). To vše je důsledkem jistých událostí, jakou byl např. odklon od velkých názorových systémů, které způsobily odklon od společenských hodnot a cílů. Společnosti, které staví na přední příčky žebříčku hodnot rozkoš, blahobyt a zmírňování norem, v podstatě podporují individualismus zdůrazňující ony zmiňované hodnoty člověka.

Zaměřme se ještě na jeden zajímavý projev i důsledek současné podoby narcismu. Ruku v ruce s pěstováním individuálních hodnot se čím dál více podporuje poznávání sebe sama. Konzumace informací se stává hitem číslo jedna a lidé se vrhají do aktivit, jakými jsou jóga, terapie, psychoanalýza apod. Uvedené činnosti staví vlastní Já do středu světa a narcis se stává posedlým po jeho osvobození, po dosažení nezávislosti. Tím, že se zaobírá pouze sám sebou, se dostává do izolace, a přizpůsobuje se tak obecnému trendu individualizace. Učí se žít ve světě, ze kterého narcismus vzniknul. Lidé už nezískávají návyky donucováním nebo vírou v obecné ideály, ale sebeokouzlením – tím, že poznávají sami sebe, si tvoří vlastní žebříček hodnot a jemu odpovídající návyky a vzory chování. Avšak i v této problematice se potýkáme s větší či menší mírou nejistoty. Čím více se totiž vlastním Já zaobíráme, pozorujeme ho a interpretujeme ho, tím více otázek tu vzniká a tím větší je nejistota. I to je projevem ztráty jistot v konzumní společnosti. Narcistická nejistota a kolísání je novým typem

osobnosti, která se stává předmětem experimentu moderní doby a sama experimentuje. Já je neustále připravené přizpůsobit se novým trendům, možnostem a zrychlujícímu se tempu doby.

### **3.7 Humor nad zlato**

Nyní si na několika konkrétních příkladech ukážeme, jak se humor postupně rozšířil do nejrůznějších sfér a oblastí moderních společností a jak se stal hlavním novodobým lákadlem.

Aby si např. média získala co nejvíce posluchačů, diváků a čtenářů, musí jim něco nabídnout. V dnešní době je velmi rozšířené přehánění a dramatizace. Vzpomeňme si na zlé zvěsti o šíření ptačí chřipky, prasečí chřipky, na zprávy ze soukromí celebrit prezentované jako ta největší senzace apod. Nic nebylo nakonec tak hrozné, jak se zprvu zdálo. Média podobně jako jiné sféry každodenního života potřebují více než pouhou dramatizaci skutečnosti – potřebují ji oživit, zaujmout potenciálního konzumenta. *„Společnost pozdní doby je pohodová, nechce být rušena vážností, přičemž nepochybně platí, že média dnes už neusilují ani tolik o to, aby nám události předkládala jako dramata, ale spíše jako součást zábavy ...“* (Petrušek, 2006, s. 159). A tak se novým fenoménem konzumních společností stal všeobecně rozšířený humorný podtón. Nejpatrnější je zřejmě v již zmiňovaných médiích a především pak v reklamě. Při výčtu oblastí, ve kterých je humor prostředkem jak upoutat pozornost, bychom mohli dále jmenovat zábavní pořady, estrády, talkshow, ale i hesla a slogany podniků, novinové titulky a v neposlední řadě módu. Obchody jsou přeplněné oblečením s vtípnými nápisy, obrázky ale i celými kolekcemi stylů. *„Žít veselý, karnevalový život bez nezbytné odpovědnosti a zakyslé vážnosti je nadobycěj příjemné“* (Petrušek, 2006, s. 77). Samozřejmě nemůžeme tvrdit, že v dřívějších dobách nezaujímal veselí a smích v životě lidí význačné místo, avšak byl jim vyhrazen určitý prostor, určité události, svátky a doby. Nový způsob humoru se transformoval do humoru nenuceného, pozitivního i bezdůvodného, který vychází z „potrhlosti.“ V reklamách nebo módě humor proti nikomu neútočí ani nezesměšňuje, pouze navozuje ovzduší dobré nálady (kterému je dle mého názoru často právě v reklamách přidáván příznak idylismu). Masový humor nemaskuje žádné

zklamání nebo pesimismus, ale je vábivý a snaží se o vřelost a srdečnost, což je však vlivem nadsázky a bizarností často ještě méně uvěřitelné. Typickým znakem je také absence duchaplnosti. Čím prostší humor, tím lépe. V podstatě je to legrace bavící se sama sebou. „*Humor jakožto subjektivní a intersubjektivní svět pozbývá podstaty, neboť je zasažen všeobecně rozšířeným trendem bytostné nestálosti. I duchaplné slovíčkaření a slovní hříčky ztrácejí své kouzlo: lidé se za slovní hříčku div neomlouvají nebo si vzápětí utahují z vlastní duchaplnosti*“ (Lipovetsky, 2003, 193-194). Nikdo zkrátka nebere vážně už ani sám sebe. Terčem posměchu se proto často stává vlastní Já, které se narcisticky rozebírá a znevažuje se před ostatními.

Dnes je však tlak humornosti takový, že zasahuje téměř všechny oblasti společenského života. Komika už není pouze lidovým svátkem, ale stala se novým stylem, který sice nic nepopírá, ale ani nic nesděljuje, trvalou atmosférou, ve které se člověk pohybuje i v běžném životě. Že se o navození této atmosféry snaží média a obchodní domy, by nepřekvapovalo, avšak zaujalo mne, že o to stojí např. i hosté restaurací. Zde je vyjádření jednoho z nich, jak jej zaznamenal George Ritzer: „*Raději budu jíst obyčejné jídlo ve fantastické místnosti než vynikající jídlo někde, kde je to obyčejné a nudné*“ (Ritzer, 1996, s. 122). Tím se zřejmě inspirovaly především rychloobslužné restaurace, ze kterých se doslova staly zábavní parky: některé pobočky jsou vybaveny různými skluzavkami a prolézačkami, nebo např. dávají k pokrmům jako pozornost veselé postavičky z kreslených seriálů.

### **3.7.1 Ve službách hédonismu**

Rozvoj humorného tónu umožnil nejen rozmach potřeb, ale i hédonismus. Hédonismus je učení o slasti jako o hlavním motivu lidského jednání. Tzv. psychologický hédonismus navíc říká, že slast je nejvyšší dobro. A právě v konzumní společnosti se stává základní hodnotou štěstí mas, proto je následně vedena k tomu, aby ve velkém vyráběla i konzumovala produkty tomu přizpůsobené, tedy produkty veselé, které jsou schopny kdykoliv poskytnout štěstí či potěšení co největšímu počtu konzumentů. Lipovetsky toto označuje za spotřebitelský hédonismus a poměrně trefně jej charakterizuje: „*Otevřenou*



*zásadou spotřební společnosti je osvobození principu slasti a oproštění člověka od veškerého nedostatku, odříkání a askeze, které ho v minulosti svíraly. Namísto strohých kázeňských příkazů všude halasí výzvy k materiálním touhám, oslava zábavy a konzumenství a neochvějné podněcování k soukromému blahu“* (Lipovetsky, 2007, s. 113). Humornost je tedy jakýsi doplněk masového hédonismu.

Položme si nyní otázku, proč se dnes humor a komika těší takové oblibě? Proč je v oblibě všudypřítomné zlehčování téměř čehokoli? Lipovetsky jako možnost uvádí toto: *„Jestliže se humornost prosadila a ujala, je to tím, že odpovídá novým hodnotám, novému vkusu (a nejen zájmům jedné třídy), novému typu individuality, která po padesáti letech socializace konzumací baží po zábavě a uvolnění a je alergická na slavnostnost smyslu“* (Lipovetsky, 2003, s. 214). Humor určený široké veřejnosti tedy nevznikl zároveň s konzumní společností, avšak k jeho rozšíření a zevšeobecnění došlo v éře rozmachu těchto společností a s nástupem nových hédonických cílů.

Dnešní podoba humoru je tedy důsledkem působení konzumní společnosti a zároveň jen jedním z mnoha jejích projevů. Je součástí nastoleného kultu spontánnosti, který vyvolává touhu žít svobodně, žít právě teď, zavrhuje přísné normy a konvence a nakonec kráčí ruku v ruce s hédonismem.

### **3.8 Shrnutí**

V úvodu této kapitoly jsem naznačila, jaké následky může mít přílišné spoléhání se na technické vymoženosti. Jako problém vidí závislost na technice i oba autoři, z jejichž děl jsem čerpala náměty pro toto téma nejvíce. Zygmunt Bauman spatřuje nevýhodu přetechnizovaného světa v tom, že ztrácíme povědomí o tom, jak věci fungují. S tím musím souhlasit, protože když se mně samotné něco rozbije, potřebuji někoho, kdo mi věc opraví, anebo si rovnou koupím věc novou. Tak se lidé stávají na technice závislími a kupováním nových věcí místo opravy těch starých plýtvají přírodními zdroji. K tomuto pohledu nesmím zapomenout dodat, že k plýtvání dochází ve většině případů nákupem nových technických vymožeností z toho důvodu, že jsou právě v módě.

Schumacher spatřuje největší nevýhodu techniky v tom, že dělá za člověka práci, která by uspokojovala jeho mozek a ruce. Aby práce člověka těšila, musí v ní vidět smysl a to je dle mého mínění to, co lidé ve spoustě dnešních zaměstnání nemohou najít. Udělat krok zpátky, jak Schumacher navrhuje, není podle mého názoru možné, protože lidé jsou již příliš navyklí na servis, který jim technika poskytuje, a neradi mění své stereotypy.

Další problematickou oblastí, kterou jsem částečně navázala na předchozí kapitolu, je nejistota v oblasti práce a její důsledky. Bauman se zabývá především dopady nejistoty na životy jednice a rodiny, Reich pak poukazuje na „prodejnost vlastní identity“ s cílem uzavření obchodu. Posuzovat chování lidí, když jejich místa ani výdělky nejsou jisté, asi není na místě. Chtěla bych pouze podotknout, že lidé by neměli stavět práci před vztahy k jejich bližním.

Zajímavým tématem co se postojů jednotlivých autorů týče je téma inovace, kterému jsem věnovala následující podkapitulu. Zatímco podle Petruska je hlavní příčinou inovace neukojitelnost lidských přání, Bauman spatřuje hnací sílu v reklamě, která vyvolá touhu po konkrétním novém produktu. Lipovetsky pak uvádí několik oblastí s nejvyšší mírou inovace. V této podkapitole jsem zmínila stanoviska Hany Librové, která poukazuje na negativní dopady konzumní společnosti na její členy a na životní prostředí. Je zastánkyní života v souladu s přírodou a odpůrkyní techniky, která dle jejího názoru neposkytuje lidem volnost, nýbrž je svazuje. V souvislosti s inovací jsem považovala za nutné zmínit se o přírodních zdrojích. O tomto tématu se diskutuje velmi často, avšak nemám pocit, že by se pro řešení problému omezených přírodních zdrojů něco skutečně dělalo. Takové chování přesně vystihnul Bauman ve své metafoře o lovcích, kterému jde pouze o dnešní úlovek a pokud bude mít stále co lovit, nebude považovat omezenost zdrojů za svůj problém. Doufám, že velice brzy si lidé uvědomí, že toho mají v životě více, než potřebují, zahledí se do budoucnosti a začnou se více angažovat na ochraně přírodních zdrojů. Zatím se bohužel většinou setkávám pouze s rezignovaností a svalováním odpovědnosti na druhé.

Jedním z charakteristických rysů soudobé společnosti je individualizace. Baumanovo a Lipovetského oblíbené slovo související s individualizací je slovo

svádění. Zatímco Bauman zastává názor, že v konzumní společnosti si lidé svody hledají sami, Lipovetsky míní, že svody si hledají je. Podle obou autorů jsou však svody prostředkem k tomu, že sebe uděláme to, co chceme, což je podstatou individualizace. Bauman ještě dodává, že způsob, jakým se ujmeme tohoto „úkolů“ je v konzumní společnosti považován za měřítko osobnostních kvalit a vlastností. Obě dvě teze považuji za pravdivé, ale osobně si myslím, že pokud chce člověk být výjimečnou osobností, dosáhne toho jinými prostředky než těmi, které se nám samy až podbízejí.

Následující podkapitola pojednávala o významu slova závislost v rámci konzumní společnosti. Všichni autoři, jejichž díla jsem pro napsání podkapitoly využila, se shodují, že lidé jsou závislí na spotřebě. Liší se pouze jejich názory na to, proč se lidé stávají závislými. Podle Pongse jsou tím důvodem pochybnosti, že ve světě mnoha možností jsme nevyužili tu nejlepší, a tak hledáme stále dál. Veblen spatřuje příčinu v tom, že si lidé zvykli na určitou životní úroveň a hledání prostředků slouží k jejímu udržení či zvýšení. Bauman se přiklání k názoru, že se lidé vyžívají v samotném hledání. Osobně si myslím, že pravdu mají všichni zmínění autoři.

Podkapitolou pojednávající o narcismu v moderní společnosti jsem chtěla poukázat na vlastnosti jednotlivce, ale i konzumní společnosti jako celku. Nechala jsem se inspirovat především Lipovetským, který se k tomuto tématu ve svých monografiích rád vrací. Abych vyjádřila své stanovisko, musím napsat, že mám dojem, že členové konzumní společnosti považují za střed vesmíru sebe a své touhy, což je mohutně podporováno všemi výrobky a službami, které se snaží navodit iluzi, že s jejich využitím se staneme nejlepšími, nejatraktivnějšími, nejúspěšnějšími. Nesmím opomenout ani všeobecnou apatii vzniklou nejspíše z přemíry informací a z příliš mnoha možností volby.

Poslední podkapitola pojednávala o všeobecně rozšířeném humorném tónu. Petrussek i Lipovetsky spatřují příčinu rozšíření humorného tónu do tolika sfér v proměně hodnot a ducha společnosti. Charakteristickým rysem pro dnešní humor je podle Lipovetského bezduchost a nízká úroveň. Důvodem je dle jeho názoru fakt, že dnešní společnost touží po jakémkoliv uvolnění a zábavě. Když se

rozhlédnou, musím dát Lipovetskému bohužel za pravdu. Úroveň zábavy mi ve většině případů velmi nízká. Naštěstí existují ještě lidé, kteří se s nízkou úrovní humoru a zábavy nesmířili a vytvářejí zábavu kvalitní.

## 4. Hluboce zklamání?

Svět konzumní společnosti je samozřejmě často podrobován velmi ostré kritice. Shrňme nyní její hlavní příčiny, které můžeme zároveň označit za nedostatky moderní civilizace mající neblahé následky na společnost, ale také na samotného jedince.

Jedna z nejčastějších kritik se věnuje lživé tváři komerčního světa. Ten se snaží podsunout konzumentům vidinu blaha a štěstí, avšak reálného lidského uspokojení není schopen dosáhnout. „*Je třeba je napořád držet v bdělosti a ve střehu, ustavičně je vystavovat novým pokušením – jedině tak zůstanou ve stavu nikdy nepolevujícího vzrušení a vlastně také ve stavu trvalého podezření a neutuchající nespokojenosti*“ (Lipovetsky, 2007, s. 185). Důsledkem je narůstající konzum a prchavá euforie doprovázené opětovným zklamáním, nespokojením nebo i nudou. Fromm uvádí dvojznačné vlastnosti současné podoby konzumování: „*utišuje úzkost, protože to, co člověk má, mu nelze odejmout; ale žádá, aby člověk konzumoval stále více, protože dřívější konzumpce brzy ztrácí svůj uspokojující charakter*“ (Fromm, 2001, s. 43).

Proč však k oné věčné nespokojenosti dochází? Musíme souhlasit s Lipovetským, že jedním z hlavních zdrojů lidského uspokojení je změna. A právě potřeba změny a potřeba nového jsou příčinou jejich věčného neuspokojení a hlavní silou spotřební aktivity. Nové věci jsou zpočátku příjemné, ale rychle se změni v rutinu. Když jsou tedy konzumenti nespokojení, ba často i zklamání z toho, že jim zboží nepřineslo dlouhodobější pocit uspokojení, vyvstává otázka, proč se nebouří? Sáhněme do vlastních zkušeností. Každý z nás se už někdy těšil na novou věc nebo na ochutnávku nového jídla či nápoje. Měli jsme jisté potřeby a očekávání, která byla nebo nebyla naplněna. Pokud však naplněna byla, po čase uspokojení stejně vyprchalo. Věci se staly všedními a my se začali poohlížet po něčem novém. Důležité ale je, že se jednalo o povrchní zklamání bez hlubších emocí. Nikdo přece doopravdy nečekal, že nákup té a té komodity může změnit jeho život a otevřít bránu osobního štěstí. Od nákupu zboží jsme očekávali větší pohodlí, případně potěšení, avšak nic zásadnějšího. Dalším důvodem by mohlo být, že díky neustálým inovacím komerční sféra poskytuje více prožitků než nudy,

a proto jsou jí lidé stále nakloněni. Novinky jsou zkrátka pramenem potěšení. Ohlasy nespokojených spotřebitelů čas od času zaznívají, proto obraťme naši pozornost k oblasti, kde zaznívají nejvíce. Další proklamovanou sférou je sféra kultury. Hovoří se o jejím celkovém úpadku. Konkrétními předměty kritiky se stávají především reklamní průmysl, dále pak neschopnost médií odlišovat důležité problémy a objektivně prezentovat skutečnost. Zklamání nebo pobouření vyvolávají nekonečné seriály, knižní braky zaplňující pulty knihkupectví nebo hudba pro mládež. Mezi spotřebiteli je postrádán především celkový smysl a současné umění je mnohdy považováno za prázdné. Příčina zklamání v těchto oblastech je poněkud odlišného rázu. V tradičních společnostech bylo hmotné zajištění a přežití často obtížným úkolem, avšak kulturní řád měli lidé vštípený a nevyvolával u nich odpor. Dnes se však situace poněkud obrátila: „*čím víc se množí materiální uspokojení, tím víc se rozmáhá kulturní rozmrzelost*“ (Bauman, 1999, s. 101).

Najít kvalitu zabere někdy poměrně hodně času i úsilí, o to víc se však z ní můžeme těšit.

#### **4.1 Shrnutí**

Zatímco Lipovetsky spatřuje hlavní příčinu nepolevujícího konzumu ve všudypřítomném svádění, Fromm uvádí, že lidé nepřestávají kupovat nové věci kvůli pocitu jistoty, který jim nově nabytý majetek na nějaký čas přinese. Jako důvod, proč opojení z nového pomíjí, vidí Lipovetsky přirozenou lidskou touhu po změně. Hybnou silou další spotřeby tedy není hluboké zklamání, ale zevšednění nových věcí.

Jak už jsem se zmínila výše, míra zklamání je přímo úměrná k očekávání. Ačkoli nám reklama přislíbí téměř bezproblémový život po zakoupení té a té komodity, nikdo přece skutečně nevěří, že tomu tak bude doopravdy. To je podle mě důvod, proč lidé proti pomíjivosti uspokojení neprotestují a v momentě, kdy začínají být znudění, se s chutí a vzrušením z nového vrhají do další spotřeby.

## **5. Analýza učebnic občanské výchovy pro 2. stupeň základních škol**

Nyní se budeme věnovat analýze učebnic občanské výchovy pro 2. stupeň základních škol, pro kterou jsme si zvolili učebnice třech v praxi nejpoužívanějších nakladatelství: nakladatelství Práce, nakladatelství Fraus a nakladatelství Fortuna.

V učebnicích občanské výchovy většinou nejsou samostatné kapitoly věnující se tématu konzumní společnost, jsou zde však témata s konzumní společností související, které do analýzy zahrneme. Nejprve nastíníme, jakým způsobem podávají informace o tématu učebnice a jaká cvičení a úkoly nabízejí, poté tento způsob stručně zhodnotíme a dle potřeby doplníme další možnosti práce se žáky tak, abychom dané téma vztáhli k problematice konzumní společnosti.

### ***5.1 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 6. ročník, téma Domov a jeho přírodní okolí***

Výše zmíněná podkapitola je zařazena k tématu Domov a rodina. Na úvod je zařazen příběh mající délku dvou stran formátu A4. Z textu si žáci mají zapamatovat pojmy ekologie a životní styl, které jsou za textem ještě jednou vysvětleny. Následují, úkoly, které se vztahují k textu a doplňují některé související informace.

Uvedené informace týkající se především ekologie a rozličných životních stylů jsou sice dostatečně vysvětleny, avšak žák při pouhém čtení textu a splňování úkolů zůstává pasivní. Text mající délku dvou stran formátu A4 je pro žáky 6. ročníku příliš dlouhý, proto je tu možnost, že se na něj po chvíli žáci přestanou soustředit. Úkoly za textem jsou zaměřeny především na doplňování informací, které s tématem souvisejí. Kladnou stránkou kapitoly je to, že žáci vědí, co si mají z hodiny zapamatovat, protože důležité pojmy jsou ještě jednou připomenuty a znovu vysvětleny za textem. Nyní nastíníme jiný způsob práce na

danou problematiku, který propojíme s tématem konzumní společnost a její projevy.

Inspirujme se cvičením v učebnici, ve kterém mají žáci psát na tabuli výhody a nevýhody života na vesnici a ve městech a jehož cílem je ukázat odlišnosti životního stylu lidí žijících na různých místech. Žáci by dále u uváděných příkladů samostatně doplňovali možné dopady na životní prostředí, a to u obou typů životního stylu. Cílem je, aby si žáci uvědomili, že životní styl lidí žijících na venkově i ve městě může mít na přírodu negativní dopady. Po doplnění si žáci mezi sebou tabulky porovnají a navrhnou způsoby, jak by se jimi uváděné možné dopady daly eliminovat, čímž také budou připraveni na úkol následující. Pro lepší představu o návrhu práce zhlédněme tabulku, kde uvádíme několik příkladů.

	<b>život ve městě</b>	<b>život na vesnici</b>
<b>výhody, dopady</b>	možnost zajít si do plaveckého bazénu	možnost zaplavat si v rybníce, jezeře
	velká spotřeba energií	nešetrné chování některých lidí, odhazování odpadků apod.
<b>nevýhody, dopady</b>	smog	málo kulturních příležitostí
	škodlivé látky v atmosféře, skleníkový efekt	cestování za kulturou, výfukové zplodiny v případě využití automobilu



Další úkol zadáme formou skupinové práce. Skupinky přibližně o 3-4 žácích sestaví tzv. desatero šetrného chování. Vymyslí 10 bodů, jak by se lidé ve městech i na vesnicích měli chovat, aby zatěžovali životní prostředí co nejméně. Několik příkladů se nejprve napíše na tabuli, aby se žáci měli čím inspirovat. Pokud se budeme držet výše uvedených dopadů, které jsme uvedli v tabulce, máme možnost do desatera zahrnout následující body: využívat prostředky hromadné dopravy, chovat se v přírodě tiše, držet se pravidla „co do přírody přineseme, to si také odneseme“, využívání bicyklu jako alternativního dopravního prostředku apod. Po navržení desatera si každý vybere tři „příkázání“, která bude následující týden dodržovat. Tato aktivita je doplněním aktivity předcházející a jejím cílem je přijít na reálné možnosti změn v nešetrném a konzumním chování v našem každodenním životě tak, aby se zatěžování životní prostředí zatěžovalo méně, než tomu bylo doposud. Účelem dodržování vybraných zásad je dojít k poznání, že i malými změnami či omezením lze přírodě pomoci.

Za domácí úkol zadáme žákům vyplnit krátký dotazník pojmenovaný Životní styl naší rodiny, jehož výsledky budou názornou ukázkou toho, zda se jejich rodina snaží chovat k přírodě ohleduplně. V následující hodině se dotazníky vyhodnotí. Společně se vypočítá procentuelní zastoupení jednotlivých odpovědí a žáci formou diskuze u každé otázky navrhnou možnosti řešení nebo vylepšení. Cílem úkolu je prakticky ukázat působení člověka na životní prostředí a připomenout, že i malými změnami ve svém chování a konzumním způsobu života mohou lidé zatížené přírodě částečně ulevit. Přejdeme nyní k dotazníku.

### **Životní styl naší rodiny**

- 1) Kde žije Tvoje rodina?
  - a) vesnice
  - b) město do 5000
  - c) město do 20 000
  - d) město do 100 000
  - e) město do 500 000
  - f) město do 1 000 000

- 2) Jak často využíváte automobil?
- a) 1-3x týdně
  - b) 4-6x týdně
  - c) 7-10x týdně
  - d) více než 10x týdně
- 3) Používáte v domácnosti úsporné žárovky?
- a) ano, všude
  - b) ano, u většiny svítidel
  - c) ano, ale jen málo
  - d) ne
- 4) Třídíte odpady?
- a) ano, více než na tři druhy
  - b) ano, více než na dva druhy
  - c) ano, více než na 1 druh
  - d) netřídíme
- 5) Dáváte přednost dovolené daleko v cizině, nebo v České republice?
- a) v cizině
  - b) v České republice
- 6) Jmenuj alespoň jeden elektrospotřebič, bez kterého by ses u Vás doma obešel/obešla.
- .....
- 7) Kupujete potraviny označené jako biopotraviny?
- a) často
  - b) někdy
  - c) výjimečně
  - d) nikdy
- 8) Využíváte k mytí nádobí myčku či myjete nádobí ručně?
- a) myčka
  - b) ručně
- 9) Máte zahradu, kde si pěstujete ovoce a zeleninu?
- a) ano
  - b) ne

10) Máte nábytek či závěsy nad okny velmi blízko radiátorů a topení?

- a) většinou ano
- b) v polovině případů ano
- c) výjimečně
- d) nikde

## **5.2 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 7. ročník, téma Majetek**

Téma související s problematikou konzumní společnosti v učebnici Občanské výchovy pro 7. ročník má název Majetek. Úvodní podkapitolou je část nazvaná Majetek a bohatství. Námětem textu je vyloupení garáže rodiny hlavního hrdiny příběhu. V textu jsou objasněny pojmy, které se vztahují k různým typům majetku, např. osobní majetek, rodinný majetek, státní majetek a k pojmu sociální spravedlnost. Termíny jsou jednoduše a srozumitelně vysvětleny a za textem ještě následuje jejich přehled a doplňující informace. Část otázek a úkolů je zaměřena především na definici pojmů majetek, sponzor, sociální politika státu a uvádění jejich příkladů. Zbytek otázek a úkolů je zaměřen na prezentování názorů žáků na majetkovou nerovnost lidí, jejich příčiny a nápady na zlepšení.

Podobně jako v kapitole, o které jsme psali výše, získávají žáci nové informace pouze přečtením textu, který je delší než dvě strany formátu A4, tudíž bychom se v hodině občanské výchovy mohli potýkat s již naznačeným problémem, kterým je ochabnutí zájmu. Otázky a úkoly, které jsou v učebnici nabídnuty, jsou zaměřeny především na ověření si toho, jak si žáci zapamatovali uvedené pojmy. Jen malá část dává žákům prostor více se zamyslet nad významem majetku v jejich životě. Pozitivní stránkou je jednoduchost a srozumitelnost termínů a jejich doplnění konkrétními příklady tak, aby je žáci 7. ročníku byli s to pochopit.

V rámci tématu majetek a jeho nabývání zařadíme doplňující aktivity, které jsou zaměřeny na osobní vztah k majetku. Účelem navrhovaných činností je žákům pomoci lépe pochopit termín konzumní společnost v souvislosti se spotřebou a hromaděním majetku a dále dosáhnout toho, aby si žáci uvědomili, že

mnoho věcí, které lidé konzumních společností vlastní, ani nepotřebují a často s nimi plýtvají nebo je vyhazují, avšak věci nebo peníze ušetřené tím, že si je lidé nebudou kupovat, mohou pomoci jiným lidem v nouzi. Cílem není jednoznačně určit, zda je vlastnictví majetku dobré nebo špatné, ale poznat, že majetek není (neměl by být) základní hodnotou společnosti. Nyní již přejdeme k aktivitám.

- 1) Zamysli se nad významy následujících citátů:

Čím více máš, tím více chceš. (lidové rčení)

Nejdůležitější není to, co máš, ale koho máš.

(N.D. Walsch: Hovory s Bohem)

Člověk má mít jenom tolik, kolik potřebuje. Zbytek je na vychloubání.

(z filmu: Forrest Gump)

- 2) Je nesporné, že lidé žijící v konzumních společnostech mají ve skutečnosti více věcí, než nutně potřebují, a důsledkem toho s nimi často plýtvají. Uveď alespoň 3 příklady plýtvání.
- 3) V předchozím úkolu jsi doplnil některé příklady plýtvání věcmi či surovinami.  
Vymysli ke každému příkladu, který jsi uvedl, možnost, jak by věci či suroviny, se kterými lidé často plýtvají, mohli někomu či něčemu pomoci.
- 4) Myslíš, že je pravdivé tvrzení, že čím více toho lidé mají, tím více se o to strachují?
- 5) Představ si, že máš velký batoh. Dále si představ, že do něj musíš poskládat všechny své věci. Začni u drobností, které máš např. na poličkách. Nyní poskládej do batohu všechno své oblečení, učebnice, knihy. Na řadě je mobilní telefon, počítač, hudební přehrávač a jiné vymoženosti. Dostáváme se k velkým věcem, jakými jsou jízdní kolo, kolečkové brusle, fotbalový míč, hokejka a apod. Pokud jsi na něco zapomněl, rychle to přibal. Nasad' si svůj batoh na záda. Není těžký? Cítíš, jak tě popruhy batohu tíží? Určitě chceš ulevit svému hřbetu. Proto vyndež všechny věci, bez kterých by ses dokázal obejít, a ponech pouze ty, o kterých si myslíš, že jsou pro tebe nepostradatelné. Které věci ti zbyly?

- 6) Zkus si ještě jednou vybavit, které věci si vyndal ze svého batohu z předchozího cvičení. Vyber jednu věc a daruj jí někomu, komu by mohla pomoci a byla by mu užitečná. Komu jsi jí daroval? Proč právě této osobě?
- 7) Porad' se se spolužáky o názvu diakonie. Co je to? Komu může být prospěšná?
- 8) Porad' se se spolužáky o tom, co je to adopce na dálku. Byl bys ochoten/ochotná takto adoptovanému dítěti posílat alespoň nějakou částku ze svého kapesného, nebo nějakou hmotnou věc?
- 9) Pokus se nyní vysvětlit termín konzumní společnost v souvislosti s majetkem.
- 10) Zamysli se nyní nad těmito citáty o chudobě:

Bohatství a chudobu nemají lidé v domě, ale v duši.

(Xenofon)

Kdo nemá peněz je chud, kdo nemá druha, je chudší, kdo nemá srdce je nejchudší.

(J.K. Tyl)

Chtivost dělá z nenasytných chudáky.

(Basilios Veliký)

### **5.3 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 7. ročník, téma Ochrana přírody**

Nyní se budeme věnovat podkapitole nesoucí název Chraň svoji krajinu, která je součástí tématu nazvaného Přírodní bohatství a jeho ochrana. Všechny související informace, pojmy, termíny a jejich vysvětlení žáci získají z několikastránkového textu, který si musí přečíst, aby byli schopni lépe vypracovat související úkoly, které se v mnoha ohledech shodují s úkoly, které v příběhu plní hlavní postava. Za textem jsou shrnuty a barevně vyznačeny základní pojmy, které si má žák z hodiny odnést. Jsou jimi např. ekologie, životní prostředí, základní složky životního prostředí, ekologické problémy světa (související se základními složkami životního prostředí) a ochrana životního prostředí. Tématu o ochraně krajiny je v učebnici věnovaný dostatečný prostor. Pojmy jsou velmi srozumitelně vysvětleny a úkoly, které mají rozvíjet tvořivost a fantazii žáků a upevnit jejich poznatky, jsou originálně navrženy. Nedostatkem podkapitoly je opět rozsáhlý text. Kladnou stránkou je forma úkolů, která již není

pouhým opakováním a vyhledáváním v textu, ale utváří prostor pro nápady žáků a jejich prezentace a dále skýtá možnost vlastního pátrání po neznámých informacích z dostupných zdrojů. Opakováním je v tomto případě tzv. Ekohra, podobající se pravidly hry Člověče, nezlob se, kdy žáci, aby postoupili, odpovídají na nejrůznější otázky, které si již zodpověděli v předcházejících kapitolách.

Zmíněná cvičení jsou zaměřená především na dopady lidské činnosti spojené s nadměrnou spotřebou, tedy s konzumerismem. Tyto sledujeme dostačujícími, navrhne však činnosti zaměřené na poznání příčin znečišťování životního prostředí a na prevenci. Jejich cílem je v rámci témat ochrany přírody a konzumního způsobu života ukázat jejich vzájemnou souvislost a uvědomit si, že každý z nich má možnost i malými změnami ve způsobu života zmírnit dopady nadměrné spotřeby a plýtvání na životní prostředí. Otázky a úkoly na sebe záměrně navazují. Žákům je ponechán prostor pro fantazii a vlastní nápady. Posledními dvěma úkoly si vyučující ověří, jak žáci danou problematiku pochopili.

- 1) Lidé (především) v konzumních společnostech spotřebovávají, ba dokonce plýtvají velkým počtem jistých věcí. Dovedli byste uvést alespoň tři příklady takových věcí, o kterých si myslíte, že lidé spotřebovávají nejvíce?
- 2) Navrhni, jak by se nadměrné spotřebě a plýtvání dalo u tebou uvedených příkladů z prvního cvičení zabránit, nebo je alespoň omezit.
- 3) Zjisti a zapiš, co znamená termín recyklace.
- 4) Uveď alespoň dvě recyklovatelné suroviny.
- 5) Zjisti, co se dá z tebou uvedených recyklovatelných surovin dále vyrobit.
- 6) Úkol pro šikovné žáky: sepiš na papír seznam všech věcí, které od tebe za poslední tři dny putovaly do odpadkového koše či do popelnic. Vzpomeň si, co všechno jsi vyhodil. Obal od tyčinky? Prázdnou pet-lahev? Shnilé ovoce, zeleninu, či dokonce svačinu, která ti nechutnala? Přečtený časopis? Až budeš mít seznam hotový, čekají tě dva úkoly, při kterých je třeba zapojit fantazii. První úkol zní vybrat z odpadu všechny suroviny, které se dají recyklovat a dle toho je roztřídit (sklo, papír, plasty apod.).

Několik věci ti však na seznamu jistě zbylo. Vymysli, k čemu by se dále dali využít, nebo jak s nimi naložit tak, aby byly užitečné (užitek nemusí plynout z okamžitého použití).

- 7) Vlastními slovy vyjádři, jak souvisí konzumní způsob života se znečišťováním krajiny.
- 8) Shrň, jakým způsobem by lidé mohli zamezit (nebo omezit) znečišťování životního prostředí ve svém každodenním životě.

#### **5.4 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 8. ročník, téma Zdravý způsob života**

V kapitole Člověk hledající svůj svět najdeme podkapitulu, jejíž název zní Zdravý způsob života. Jako již tradičně žáci všechny základní informace o tématu vyčtou z textu, ve kterém se doví o dodržování 6-ti „Z“, neboli šesti zásad zdravého stravování. Následuje rozčlenění potravin na zdravé, méně zdravé a nezdravé a uvedení příkladů působení určitých látek obsažených v konkrétních potravinách na lidský organismus. Závěr tvoří vyprávění o účincích kouření. Jako shrnutí celého příběhu slouží komentář autora učebnice, který je zařazen před otázky a úkoly. Tímto se učebnice pro 8. ročník liší od učebnic pro 6. a 7. ročník. Otázky a úkoly slouží k upevnění poznatků o zdravé výživě, kouření, tvrdých a měkkých drogách. Žáci mají např. na základě znalostí 6 Z sestavit jídelníček pro svou rodinu na jeden týden, doplnit potravinovou pyramidu, spočítat, kolik peněz prokouří kuřák s denní spotřebou jednoho balíčku cigaret za rok, deset let apod.

Téma je velmi zajímavě zpracováno, ačkoliv průvodní text má opět rozsah několika stran. Žáci v něm naleznou mnoho užitečných informací o zdravých a nezdravých potravinách a jiných látkách majících vliv na lidské zdraví. Aktivita jsou zaměřeny především na rekapitulaci získaných poznatků a vyžadují přečtení předchozího textu, kladnou stránkou je však jejich praktické zaměření.

Abychom dětem lépe ukázali, co je to konzumní způsob života v souvislosti s životním stylem (máme na mysli stravovací návyky, pohybové aktivity),

zařadíme aktivity, při kterých budou mít žáci za úkol dané jevy také zhodnotit. Cílem navržených možností doplňujících aktivit na téma zdravého způsobu života v souvislosti s konzumním způsobem života je dát žákům možnost zkoumat a zhodnotit jejich kladné a záporné stránky. Po jejich vypracování by se žáci měli pokusit vlastními slovy říct, co je to konzumní způsob života v souvislosti se zdravým životním stylem a uvést příklady jeho příčin i důsledků.

- 1) Vezmi si papír a rozděl jej na dvě části. Na jednu část napiš výhody, které plynou z toho, když si rodina pravidelně své jídlo vaří. Na část druhou napiš nevýhody. Totéž udělej na druhou stranu, avšak nyní budeš psát výhody a nevýhody toho, když se rodina stravuje delší čas v restauracích, bistrech či rychlých občerstveních.
  - a) porovnej, u kterého z příkladů ti vyšlo více výhod a u kterého více nevýhod
  - b) podle svého uvážení u každého z příkladů seřaď výhody od nejdůležitější po méně důležité, nevýhody pak od největších po nejmenší
- 2) Regály obchodů často přetékaají nejrůznějšími laskominami. Lidé většinou vědí, že jsou nezdravé, ale i přesto je dále kupují. Napiš, jak si myslíš, že se výrobci snaží zvýšit spotřebu těchto nezdravých věcí.
- 3) Dnes jsou velmi populární rychlá občerstvení. Nabízí pestrou nabídku rychle vyrobených jídel a nápojů, které můžete zkonsumovat na místě, odnést či odvézt si je s sebou.
  - a) zamysli se nad tím, zda je pro lidský organismus zdravé jíst ve spěchu ve stoje u stolku, za chůze, či dokonce za jízdy v autě
  - b) zamysli se nad tím, proč jídla z rychlých občerstvení lidem tak chutnají. Přikláníš se k názoru, že je to kvalitou potravin, nebo různými přísadami, jako je např. kečup, hořčice, dressing, marináda?
  - c) vymysli vlastní alternativu zdravého hamburgeru, který bude obsahovat co nejméně nezdravých ingrediencí
- 4) Výrobci za účelem zisku často prodávají za nízkou cenu potraviny, které jsou nekvalitní nebo obsahují celou řadu náhražek a zvýrazňovačů chuti.



Tvým úkolem je navštívit obchod s potravinami, vyhledat alespoň tři druhy od každé z níže uvedených potravin a porovnat jejich složení, cenu a kvalitu z hlediska zdravého způsobu stravování.

- a) kuřecí šunka
  - b) párky
  - c) máslo
- 5) Na základě vypracování předchozího úkolu se rozhodni, zda je lepší kupovat kvalitnější potraviny v přiměřeném množství za vyšší cenu nebo méně kvalitní potraviny ve vyšším množství za menší cenu.
- 6) Zjisti, co jsou to biopotraviny a jak se jejich způsob zpracování liší od běžných potravin.
- 7) Na základě vypracování otázky č. 6 porovnej dopady na životní prostředí při pěstování biosurovin a surovin pěstovaných ve velkém.
- 8) Zaškrtni následující tvrzení, o kterých si myslíš, že jsou pravdivá.
- a) výhodou jídla připraveného mnou samým je to, že vím, jaké ingredience obsahuje a jaké je složení jeho surovin
  - b) jídla zakoupená v rychlém občerstvení bychom neměli jíst ani v malém množství
  - c) pěstování surovin ve velkém, aby se následně prodali za nižší ceny, neškodí životnímu prostředí
  - d) cílem výrobců nabízejících nezdravé potraviny nebo méně kvalitní potraviny za nižší ceny je zisk
  - e) jedním ze znaků konzumního způsobu života je hektický způsob stravování
  - f) všechna jídla nabízená v restauracích jsou nezdravá

#### **5.4 Milan Valenta: Občanská výchova, nakladatelství Práce, Občanská výchova pro 9. ročník, téma Tržní hospodářství**

Podkapitola patřící pod souhrnné téma Občan v právních a ekonomických vztazích se zabývá především vymezením termínů, jež jsou obsaženy v jejím názvu, který zní Jak jsme chtěli podnikat aneb dělba práce, lidské potřeby a druhy statků, tržní hospodářství, peníze a hodnota, podnikání, výroba a sektory

národního hospodářství. Žákům jsou informace opět poskytnuty ve formě příběhu, ve kterém najdou vysvětlení a příklady termínů, které jsme zmiňovali výše. Za textem následuje přehledná tabulka s nakreslenými příklady z oblasti výroby hmotných statků (stavebnictví, zemědělství) a služeb (doprava, školství). Následuje krátký komentář, který vysvětluje pojem výrobní činitelé, výroba a dělí je na výrobní vstupy, výrobní proces, výstupy výroby. Otázky a úkoly jsou zaměřeny na rekapitulaci nových pojmů, částečně formou přiřazení odpovědi, doplnění a zařazení pojmů a částečně formou doplňovačky a křížovky. Uveďme si příklady několika úkolů: přiřadit správné definice k pojmům ekonomie a ekonomika, doplnit správné měny k jednotlivým státům (resp. vybrat z nabízených možností), jmenovat hlavní sektory národního hospodářství, do křížovky doplnit odborný název příslušného ekonomického pojmu apod.

Podkapitola je vystavěna velmi podobným způsobem jako jiné podkapitoly učebnic občanské výchovy nakladatelství Práce, jejichž strukturu jsme naznačili výše. Záporně opět musíme zhodnotit rozsah textu, avšak kladnou stránkou je záznam důležitých pojmů a jejich příkladů pomocí ilustrací doplněných pro větší srozumitelnost komentářem. Také otázky již z větší části netvoří úkoly, jejichž cílem by bylo jednoznačné odpovídání na zadané otázky. Žáci si látku zopakují zábavnější formou, např. doplněním křížovky, spojovačkou a doplňovačkou. Otázek a úkolů je však na tak rozsáhlé téma poměrně málo, proto doplníme další možnosti práce.

Cílem činností, které uvedeme, je objasnit termíny používané v souvislosti s konzumní společností, dále pak na základě žákovy každodenní zkušenosti objasnit příčiny a projevy konzumu, nastínit jeho možné dopady a zapřemýšlet nad tím, čím by dopady konzumního způsobu života mohl zmírnit jednatel, ale i lidstvo jako celek.

Abychom mohli žákům lépe objasnit termín konzumní společnost a uvést příklady z oblasti, kterou se tato kapitola zabývá, využijeme pojmy, které jsou v ní srozumitelně vysvětleny. Začneme od pojmu ekonomie, který je v učebnici definován takto: *„ekonomie je věda, která se zabývá vztahy ve výrobě, rozdělování, směně a spotřebě statků a služeb. Statky jsou věci, jež slouží*

*k uspokojování potřeb člověka“ (Valenta, 2002, s. 47). Odpovědi na následující otázky mají žáky dovést k usouvztažnění zmíněných pojmů z citace s příčinami a projevy konzumu. Na otázky odpovídá každý žák sám.*

- 1) Člověk má jisté základní potřeby, jejichž uspokojení zajišťuje jeho přežití.  
Z nabízených možností vyber, které to jsou:
  - a) jídlo
  - b) pohodlí
  - c) módní oblečení
  - d) spánek
  - e) pití
  - f) luxus
- 2) Mimo základní a jiné druhy potřeb existují tzv. uměle vyvolané potřeby. Zaškrtni nejvhodnější definici tohoto termínu.
  - a) potřeby, bez jejichž uspokojení by lidé jen stěží přežili
  - b) potřeby, po jejichž naplnění máme dlouhodobý pocit uspokojení
  - c) potřeby vyvolané především reklamou, díky níž si kupujeme věci a služby, které bychom jinak nepotřebovali
- 3) V jakém vztahu jsou tedy termíny uměle vyvolané potřeby a konzumní společnost?
  - a) konzumní společnost není zaměřená na uspokojování uměle vyvolaných potřeb
  - b) konzumní společnost předně uspokojuje uměle vyvolané potřeby. Uspokojení však nemá dlouhodobý charakter, proto reklama vyvolá potřebu novou, jejíž uspokojení se stane opět cílem konzumní společnosti
  - c) konzumní společnost se zabývá uspokojováním uměle vyvolaných potřeb jen zřídka
- 4) Jaký je v konzumní společnosti vztah ke spotřebě statků a služeb?
  - a) spotřeba statků a služeb je velmi nízká
  - b) spotřeba statků a služeb je průměrná
  - c) spotřeba statků a služeb je nadměrná

Žákům jsme tedy vysvětlili souvislosti mezi konzumní společností a zmiňovanými termíny. Aby si dokázali představit, jakým způsobem dochází k vyvolání umělé potřeby a touhy ji uspokojit, vypracují další úkol formou skupinové práce.

- 5) Představte si, že máte firmu vyrábějící cukrovinky a potřebujete zvýšit odbyt nově vyráběných slaných karamelů. Na arch papíru navrhnete reklamu pro toto Vámi nabízené zboží. Vymyslete vhodný název a zajímavý slogan. Vyjádřete, proč by si lidé měli koupit právě Váš výrobek. Váš výrobek nakreslete, aby zákazník věděl, jak vypadá. Reklamu dále ozvláštněte dle vlastní fantazie.

Poté, co budou žáci s návrhem reklamy hotovi, rozložíme je na lavice. Žáci si prohlédnou práce ostatních. Nakonec si stoupnou před reklamu té firmy, jejíž výrobek by si zakoupili. Vznikne tak několik skupinek a žáci z každé z nich uvádí důvody, proč by si zakoupili výrobek jimi vybrané firmy. Na závěr je dobré shrnout věci, jimiž žáky daná reklama zaujala, a říci, že podobně funguje reklama v konzumních společnostech: totiž že i když není prezentovaný výrobek nijak zvlášť výjimečný mezi ostatními, reklama jej výjimečným udělá a vyvolá tak následně potřebu si výrobek (nebo službu) zakoupit.

Následující aktivity jsou zaměřeny na výběr a diskuzi o výrobcích a službách, které žáci považují za předměty nadměrné spotřeby a na dopady konzumerismu.

- 6) Považuješ využívání uvedených služeb a výrobků za projev konzumerismu? Své tvrzení odůvodni.
  - a) havarijní pojištění
  - b) masová turistika
  - c) koktejly na hubnutí
  - d) prodej sazenic
  - e) poštovní služby
  - f) rychlé občerstvení
  - g) krém proti vráskám

- h) MHD
- 7) Jaké důsledky může mít přílišná spotřeba těchto výrobků a služeb?  
Vezmi v úvahu důsledky jak pro člověka, tak pro přírodu.
- a) neustálé nakupování moderního oblečení
  - b) výroba výkonnějších modelů aut
  - c) masová turistika
  - d) upřednostňování komunikace po sociálních sítích
  - e) sledování zábavných pořadů v televizi
- 8) Přírodní zdroje, které lidstvo využívá nebo je dále přetváří na různé produkty, jsou obnovitelné a neobnovitelné. Neobnovitelné přírodní zdroje jsou takové zdroje energie, jejich vyčerpání je očekáváno v několika staletích, zatímco jeho obnovení by trvalo mnohonásobně déle.
- a) zaškrtni, které neobnovitelné zdroje se pomalu vyčerpávají.  
půda   ropa   stromy   uhlí   voda   zemní plyn   rašelina
  - b) u zaškrtnutých zdrojů z úlohy a) zjisti dobu, za jakou jsou schopny se obnovit
  - c) napadají tě nějaké náhradní zdroje energie?
  - d) je hledání náhradních zdrojů energie jediným možným řešením?  
Zamysli se nad dalšími možnostmi řešení
- 9) Zamysli se nad výrobky či službami, o kterých víš, že je využíváš příliš často, a které mají negativní vliv na tebe, lidi ve tvém okolí či na přírodu. Z uvedených věcí vyber jednu, které bys byl/a ochoten/ochotna se vzdát.
- 10) Uveď příklad nebo příklady, jakou smysluplnou činností by se lidé mohli zabývat, kdyby se každý vzdali jedné své uměle vyvolané potřeby a získali by tak více volného času/více peněz/ apod.

### **5.5 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 6. ročník ZŠ a primu víceletého gymnázia, téma Domov a jeho okolí**

Podobně jako v učebnici pro 6. ročník od nakladatelství Práce je v této učebnici zařazena kapitola týkající se domova, především pak životního prostředí, ve kterém žijeme. Název kapitoly zní Domov je tam, kde..., podkapitola nese

název Životní prostředí. Na úvod podkapitoly je zařazen citát o přírodě a dále rozdělení životního prostředí na tři složky: přírodní, umělá a sociální. K těmto termínům jsou uvedeny konkrétní příklady. V učebnici nenajdeme souvislý text jako v učebnici nakladatelství Práce. Jednotlivé pojmy, které by si žáci měli pamatovat, jsou uvedeny na samostatné liště. Některé z nich jsou vysvětleny přímo, jiné si mají žáci sami dohledat, v této podkapitole konkrétně pojmy ekologie, fauna, flóra, ekosystém, ochrana přírody apod. Otázky a úkoly k tomuto tématu jsou na rozdíl od učebnice nakladatelství Práce zaměřeny více prakticky. Uveďme si několik příkladů: jak lze přispět k ochraně životního prostředí v obci, uvést výhody a nevýhody života ve městě a na vesnici a čemu žáci dávají přednost, se spolužáky vybrat problém, na jehož řešení se mohou podílet. Na liště jsou uvedeny informační zdroje, ze kterých žáci mohou čerpat. Na konci podkapitoly je umístěna tabulka se stručným shrnutím nejdůležitějších informací.

Jak už jsme zmínili výše, podkapitola neobsahuje dlouhé texty, pouze základní informace a základní termíny. Téma je podáno tak, aby se žáci informace dovídali aktivně, tedy aby si je samostatně vyhledali, diskutovali o nich a porovnávali je. V učebnici najdeme mnoho ilustrací i fotografií. Na závěr podkapitoly jsou shrnuty důležité informace. Forma podkapitoly je zpracovaná zajímavě, činnosti pro práci se žáky nejsou monotónní a navazují na sebe tak, aby si žáci uvědomili souvislosti mezi pojmy a termíny. Kladem je dále aktivizace žáka ve smyslu vyhledávání informací a další práce s nimi. Upozorněme však, že z nabízených aktivit je vhodné v rámci jedné vyučovací hodiny vybrat jen několik z nich, aby žáci nebyli množstvím činností příliš rozptýleni.

Vzhledem k tomu, že úkoly jsou velmi podobné jako v učebnici nakladatelství Práce, pro doplnění informací o konzumním způsobu života a jeho souvislostí zařadíme stejné činnosti, jaké jsme navrhovali v podkapitole mající název Domov a jeho přírodní okolí v učebnici občanské výchovy nakladatelství Práce.

## **5.6 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 7. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Média**

V učebnici občanské a rodinné výchovy pro 7. ročník a víceletá gymnázia je několik dílčích témat, která žákům mohou lépe objasnit problematiku konzumní společnosti. Prvním takovým tématem jsou Média, což je i název podkapitoly, která je součástí tématu Život mezi lidmi. Podkapitola není příliš rozsáhlá, obsahuje však základní informace a několik úkolů, které slouží k lepšímu pochopení látky. Média jsou charakterizována jako různé sdělovací a komunikační prostředky sloužící k získávání informací a zpráv. Následně jsou uvedeny konkrétní příklady, např. televize, telefon, noviny, internet. Dále jsou uvedeny různé účely různých médií. Při vypracovávání úkolů žáci využívají především svých zkušeností. Důraz je kladen na kritický přístup k médiím a na výběr informací, protože média nemusí být vždy objektivní. Otázky, které následují za textem, slouží k zamyšlení se nad vlastním vztahem k médiím. Na liště umístěné na okraji stránky jsou uvedeny doplňující informace a úkoly, např. uvést, co je to veřejné mínění či najít ve slovníku význam slova médium. V závěru kapitoly jsou opět shrnuty důležité informace.

Podkapitola není příliš rozsáhlá, poskytuje však všechny důležité informace, které by žáci měli znát. Úkoly jsou řazeny v logickém sledu tak, aby žáci k definicím uváděli příklady, při kterých využijí svých poznatků a zkušeností, což zvyšuje možnost lepšího zapamatování poznatků. Mimo charakteristik základních pojmů jsou uvedeny doplňující informace, které zdůrazňují kritický přístup k médiím, což platí i o úkolech, které se k informacím vztahují. Celková struktura a obsah kapitoly jsou zajímavě zpracovány, avšak úkoly jsou tentokrát většinou ve formě odpovídání na otázky. Proto doplníme nejen otázky a úkoly, které látku vztahují k problematice konzumní společnosti, ale také činnosti zaměřené na tvořivou práci žáka.

Je nesporné, že média jsou důležitým faktorem ovlivňujícím velké množství lidí. V konzumní společnosti je to především reklama vyvolávající neustále nové potřeby a popohánějící tak konzumní mašinerii. Cílem navrhovaných cvičení je

proto zamyslet se, jakým způsobem a v jaké míře ovlivňují média a především pak reklama náš způsob života. Poslední dvě cvičení se kromě reklamy vztahují k charakteristickým rysům konzumní společnosti. Abychom objasnili termíny uměle vytvořená potřeba, příčiny a dopady konzumního způsobu života a vztáhli je k pojmu reklama, můžeme žákům nabídnout aktivity 1-7, které jsme navrhovali k tématu Tržní hospodářství pro učebnice 9. ročníku nakladatelství Práce. Po těchto aktivitách zařadíme několik otázek, jejichž odpovědi žáci najdou ve svém každodenním životě a které slouží jako shrnutí.

- 1) Z uvedených možností zaškrtni, v jakém typu médií na tebe působí reklama nejvíce. Svou odpověď zdůvodni.
  - a) televize
  - b) noviny
  - c) rádio
  - d) internet
- 2) Ovlivnila tě někdy reklama natolik, že sis koupil něco, co jsi nepotřeboval? Pokud ano, uveď, jaký výrobek/službu sis zakoupil a proč.
- 3) V jaké oblasti si myslíš, že reklama ovlivňuje společnost nejvíce? (např. automobilový průmysl, mobilní telefony, potraviny apod.)
- 4) Kupuješ si raději výrobky, které znáš z reklamy, nebo výrobky, které nejsou příliš mediálně prosazované?
- 5) Zamysli se nad pravdivostí následující úvahy: aby reklama splnila svůj cíl, totiž aby prodala nabízený výrobek/ službu, prezentuje nejen jeho/její kvalitu a výhody odlišující ho/ji od ostatních výrobků/služeb, ale umocňuje dojem, že když si jedinec výrobek/službu zakoupí, bude šťastnější, úspěšnější, přitažlivější, veselejší apod. Pokud se ti tato úvaha zdá pravdivá, uveď konkrétní příklad reklamy, ve které se s tímto můžeme setkat.
- 6) Z následujících možností vyber, čeho ještě reklama využívá proto, aby zaujala.
  - a) vážnost
  - b) humor



## **5.7 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 7. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Ochrana přírodního a kulturního bohatství**

Téma ochrany životního prostředí je rozděleno do dvou podkapitol. Jedna nese název Ochrana přírodního a kulturního bohatství, druhá poněkud dramatičtější název Zachraňme Zemi. Ochrana přírodního a kulturního bohatství na Zemi je v učebnici velmi kvalitně zpracováno. Vysvětleny jsou jednak příčiny přeměny životního prostředí, jednak dopady těchto přeměn. Nejsou však podány všechny informace, žáci si je mají z dostupných zdrojů anebo ze svých zápisků z jiných předmětů zjistit. Na závěr jsou žáci dotazováni, jakým způsobem by se sami mohli podílet na ochraně našich památek a přírody či kam se případně obrátit. Ve shrnutí je vyzdvíženo, že všechny krásy okolo nás vznikaly po mnoho let, ale zničit je lze mnohem snáze. Ochranu životního a kulturního prostředí bychom ale neměli nechávat pouze na organizacích, ale podílet se na ní i svojí činností. Podkapitola je doplněna několika fotografiemi sloužícími pro plnění zadaných úkolů.

Další část kapitoly Přírodní a kulturní bohatství nazvaná Zachraňme zemi je převážně prakticky zaměřená. Hned v úvodu je zdůrazněno, že pokud budeme plýtvat surovinami a znečišťovat okolní prostředí, nezachráníme ani sebelepší organizace. Abychom byli k přírodě ohleduplní jako lidstvo, musíme nejdříve začít u sebe. Navrženo je několik aktivit formou projektů, jejichž cílem je žákově zapojení se do zlepšování podmínek přírodního okolí domova např. brigádou v lese, tříděním odpadů či návrhem na úsporu vody v domácnosti.

Problematika ochrany životního prostředí je žákům velmi srozumitelně vysvětlena. Dostatečný prostor je věnován jednak poskytnutým informacím a jednak souvisejícím činnostem. Úkoly jsou prakticky zaměřeny a ukazují možný směr, kterým se vydat a pomáhat mírnit dopady lidské činnosti na životní prostředí.

Jak už jsme zmínili, téma je velice kvalitně zpracováno, a proto doplníme už jen několik cvičení, jejichž cílem je uvědomit si souvislost mezi současným stavem životního prostředí a konzumním způsobem života. K tomu využijeme

cvičení 1, které je zaměřené na objasnění příčin plýtvání a znečišťování a které jsme navrhovali jako další možnost práce k tématu Ochrany přírody pro učebnici občanské výchovy pro 7. ročník ZŠ nakladatelství Práce. Jako ukázka, jak tyto dopady zmírnit lze využít úlohy 3-6 z navrhovaných možností práce ke stejnému tématu pro učebnici občanské výchovy pro 7. ročník nakladatelství Práce. Tyto úkoly je možno využít jako doplňkové, protože jak jsme již zmínili výše, je toto téma v učebnici pro 7. ročník nakladatelství Fraus zpracováno velice kvalitně. Vyučující si ověří, jak žáci problematiku pochopili, využitím cvičení 7-8 z navrhovaných možností práce téhož tématu a téže kapitoly uvedených výše.

### **5.8 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 7. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Majetek v našem životě**

Nyní se budeme věnovat zpracování a dalším možnostem práce třech podkapitol tématu Majetek v našem životě. První podkapitola nese název Naše potřeby. Její struktura je obdobná jako u podkapitol, kterým jsme se věnovali výše – informace, otázky, úkoly a ilustrace jsou zde především nástrojem k uvědomění si rozdílu mezi potřebami, které slouží k zachování života, a mezi ostatními typy potřeb. K tomu je využita např. forma úvahy a porovnávání.

Podkapitola je zpracována velmi kvalitně. Členění jejích částí je v takovém sledu, aby si žáci byli schopni uvědomit jednotlivé souvislosti. Zájem o tematiku podporují ilustrace a fotografie. Důraz je kladen na vlastní hodnocení jevu a na schopnost rozlišení důležitého od méně důležitého.

Vzhledem k propracovanosti problematiky navrhujeme pouze cvičení, která ji usouvztažňují s tématem konzumní společnost. Pro vysvětlení této souvislosti využijeme cvičení 1-4 navrhovaná pro 9. ročník v kapitole Jak jsme chtěli podnikat učebnice nakladatelství Práce. Cílem je vysvětlit význam a povahu potřeb v konzumní společnosti. Dále navrhujeme možnosti, jejichž účelem je zhodnocení vlastního postoje žáků k produktům, které konzumní společnost nabízí, a ke zhodnocení jejich užitečnosti v rámci uspokojování našich potřeb.

- 1) Seřad' následující statky a služby podle jejich významu v tvém životě. Začni od těch nejméně významných, bez kterých by ses eventuelně obešel/obešla, až po ty, které jsou pro tebe důležité k uspokojení tvých potřeb.
  - a) mobilní telefon
  - b) naučná kniha
  - c) CD tvé oblíbené skupiny
  - d) internet
  - e) zájmový kroužek
  - f) nový MP3 přehrávač
- 2) Statky a služby, které se nejlépe prodávají v konzumní společnosti jsou zaměřeny především na uspokojování potřeby bavit se. Dovedl/a bys uvést alespoň 4 příklady, které služby a statky to jsou?
- 3) Napiš alespoň tři příklady nějakého statku nebo služby, které sis zakoupil po tom, co jsi na ne viděl/četl/slyšel reklamu. Proč sis je zakoupil? Splnily tvá očekávání? Koupil by sis je, kdyby ses o nich prostřednictvím reklamy nedozvěděl?
- 4) Do příští hodiny vypracuj následující úkol. Shlédni alespoň 10 reklam. Zapiš si, jaký výrobek/službu reklamy nabízely a jakým způsobem je nabízely. Měl jsi chuť si po zhlédnutí reklam některý výrobek/některou službu zakoupit? Proč? Který výrobek/kterou službu by sis naopak nezakoupil? Proč?

Téma Majetek a vlastnictví volně navazuje na téma předchozí, vztahující se k potřebám, konkrétně k potřebě vlastnit. Podkapitola je orientována na různé role majetku v našem životě, na určování jednotlivých forem vlastnictví a na rozdíly v chování lidí k soukromému a veřejnému majetku.

Přínosem je, že Téma Majetek a vlastnictví neklade důraz pouze na definici základních a doplňujících pojmů, ale i na odlišení případu, kdy může být majetek prospěšný a kdy může být příčinou lidského neštěstí nebo příkoří.

Tato problematika je zpracována obdobně, jako tomu bylo v učebnici pro 7. ročník nakladatelství Práce, proto pro objasnění role majetku v životě lidí v konzumní společnosti navrhuje využit stejných cvičení.

Nyní svou pozornost zaměříme k poslední části kapitoly Majetek v našem životě nazvanou stejně jako monografie Ericha Fromma Mít nebo být. Tato podkapitola přímo souvisí s tématem konzumní společnosti a jejích projevů a prochází napříč některými souvisejícími tématy, jež jsme si uvedli výše. Tuto kapitolu zmiňujeme za účelem ukázat, jaké možnosti práce na téma konzumní společnost zvolili autoři učebnic občanské a rodinné výchovy nakladatelství Fraus.

V podkapitole tentokrát nenajdeme tolik informací a charakteristik, jako tomu bylo u jiných témat v učebnicích nakladatelství Fraus, protože převážně prakticky zaměřená. První část otázek a úkolů se věnuje lidským potřebám. Jejím cílem je, aby žáci zhodnotili, které materiální věci opravdu k životu potřebují, tedy jsou pro ně nepostradatelné, a které pouze chtějí, jsou tedy pro ně méně důležité. Uvedme si příklad jednoho úkolu, který má žákům pomoci k utvoření si názoru: vypsát do sešitu všechno, o čem si žáci myslí, že potřebují k tomu, aby byli šťastní, a následně se zamyslet, kterých pěti věcí by se případně vzdali, kdyby museli. Poté ze svého seznamu vyškrtnou ještě další věci, až jim zbude jen 10 věcí. Svůj seznam si žáci ještě jednou přečtou a zamyslí se, zda by se jenom s nimi cítili dobře a jak moc by jim ostatní věci chyběly. Dalším zajímavým úkolem je pouvažovat, jak by s výhrou milion korun naložili různí lidé, např. důchodci, herečka, ochránci přírody apod. Žáci tak vlastními úvahami dospějí k závěru, že každý člověk má jiné potřeby a jiný žebříček hodnot. Poslední část otázek a úkolů je zaměřena k tématu životní úrovně. Informací, která je v kapitole zdůrazněna a která je také uvedena v závěrečném shrnutí, je to, že životní úroveň člověka je v současné době posuzována podle spotřebovaných věcí, avšak nemělo by to být jediným kritériem. V jednom z posledních cvičení mají žáci porovnat životní úroveň lidí na fotografiích. Zde jsou zachyceni: matka s dítětem, lidé v africké vesnici a modlící se buddhisté. Cílem je také zamyslet se, zda žijí

spokojený život a svou odpověď zdůvodnit. Závěr kapitoly tvoří porovnání známek vysoké životní úrovně nyní a před sto lety.

Úkoly podkapitoly Mít nebo být se vztahují k nejrůznějším tématům, které již byly v hodinách občanské výchovy s žáky probírány a které se vztahují k jednomu z charakteristických projevů současné společnosti – konzumu. Žáci jsou vedeni k tomu, aby si uvědomili, co má v životě hodnotu. Majetek, peníze ani spotřeba nejsou hodnoceny jako špatné věci, avšak žáci sami mají zvážit, kdy mohou být „dobrým sluhou, ale špatným pánem“. Kapitola je zaměřena především k praktickým činnostem, které žákům umožní lépe pochopit pojmy, které s problematikou konzumu souvisejí a kterými jsou např. životní úroveň, potřeby, žebříček hodnot, majetek apod.

Vzhledem k tomu, že téma je velice jednoduše, srozumitelně zpracováno a je uvedeno vše podstatné, ponecháme jej bez doplňujících cvičení.

### ***5.9 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 8. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Služby a výrobky***

Původ výrobků a služeb denně uspokojujících naše potřeby vysvětluje dílčí část tématu Hospodaření nazvaná Přejete si, prosím? V úvodu podkapitoly je uveden základní rozdíl uspokojování potřeb mezi dřívějšími dobami a dneškem – dříve člověk uspokojoval své potřeby z větší části sám, avšak dnes se tak děje prostřednictvím velkého množství podniků, které vyrábějí nejrůznější zboží nebo poskytují rozmanité služby. Prvním úkolem pro žáky je sepsat si seznam věcí, které potřebují každý den, porovnat jej se svými spolužáky a zamyslet se, zda tam ostatní mají něco, co já bych nepotřeboval. Následně žáci podumají, kde se věci z jejich seznamu vyrábějí a jak se k nim dostanou. Téma pokračuje definicemi pojmů výroba, výrobní faktory a výrobní či nevýrobní odvětví. Podle fotografií pak žáci mají odlišit výrobní a nevýrobní činnosti. Navazují otázky, které žáky dovedou k porovnání rozdílu získávání služeb a výrobků v minulosti a nyní, a po kterých následují informace o dělbě práce a obchodu, kterého se týká poslední část otázek. Vyberme několik příkladů: oblíbili jste si nějaký obchod nebo

obchody? Čím vás zaujaly? Jakým způsobem se obchody snaží zaujmout zákazníky? Ve shrnutí jsou ještě jednou připomenuty pojmy potřeby, statky, služby, obchod a také to, že jak budeme spokojeni, záleží na vzájemné vstřícnosti.

Zajímavé zpracování dává žákům příležitost zjistit, že ne vše, co nyní mají, bylo dříve samozřejmostí. Zároveň se zamyslí, co všechno je třeba k výrobě určitého statku nebo k poskytnutí určité služby a k jejich prodeji. Toto téma se vztahuje k jiným, již probíraným souvislostem a uvedené otázky a úkoly slouží k utřídění již známých informací.

Některé otázky a úkoly se tématu konzumní společnost a její projevy dotýkají, či s ním přímo souvisí, proto uvedeme jen několik málo doplňujících činností, které nastíní souvislosti mezi pojmy uvedenými v učebnici, o nichž jsme psali výše, v rámci problematiky konzumu. Cílem uvedených cvičení je přivést žáky k zamyšlení se o tom, jak se lidem žilo bez nadstandardních služeb a výrobků dříve, a o tom, že ne všechny jsou nezbytné a nenahraditelné, jak nám často konzumní společnost sugeruje. Dalším záměrem je vyzkoušet si, jak přilákat zákazníka a přesvědčit ho ke koupi výrobku nebo služby, která pro něj postradatelná je, a zjistit, že podobným způsobem se snaží konkurenční podniky lákat ke koupi výrobků a služeb nás.

- 1) Uveď tři výrobky, které si kupuješ nejčastěji. Co všechno je zapotřebí k jejich výrobě? Kupuješ si je, protože je chceš nebo protože je potřebuješ?
- 2) Uveď alespoň 5 výrobků a služeb, bez kterých si myslíš, že se lidé dříve obešli.
- 3) Jak bys dnes nahradil tyto výrobky a služby, kdyby sis je nemohl z nějakého důvodu pořídit?
  - a) kuchyňský robot
  - b) holicí stroje
  - c) lednice
  - d) kadeřník
  - e) osobní trenér
  - f) opravář obuvi

- 4) Představ si, že máš firmu prodávající sportovní oblečení. Tvé výděvky nejsou nijak špatné, ale ty je chceš zvýšit. Navrhni, jakými způsoby bys zaujal své zákazníky. Můžeš si vybrat z následujících možností.
  - a) sehraje se spolužáky televizní reklamu
  - b) navrhni reklamní leták
  - c) navrhni zajímavě řešenou výlohu svého obchodu
- 5) Pokud se ti nějaká věc rozbije, pokoušíš se jí spravit, odneseš jí do opravy, nebo si jednoduše koupíš novou?
- 6) Do příští hodiny vypracuj následující úkol. Udělej si procházku svým městem, nebo městem, ve kterém je tvá škola (pokud bydlíš ve velkém městě tak svou čtvrtí), a spočítej, kolik je v něm:
  - a) drogerií
  - b) cukráren
  - c) chovatelských potřeb

Popiš, jakým způsobem se tyto obchody snaží přilákat své zákazníky. Z každého typu obchodu uveď, který se ti líbil nejvíce a proč.

### **5.10 Občanská výchova a Rodinná výchova, nakladatelství Fraus, Učebnice pro 9. ročník ZŠ a víceletá gymnázia, téma Globální problémy lidstva**

Výše zmíněný název podkapitoly je druhou částí tématu nazvaného Globální svět. Podkapitola Ohrožené životní prostředí je opět jednou z mála, která se zabývá přímými souvislostmi s tématem konzumní společnosti, v tomto případě konkrétně jejích dopady jak na lidstvo, tak na životní prostředí. Některé možnosti další práce na tuto problematiku jsme již v práci uváděli, proto se nyní zaměříme na zhodnocení, jak tuto problematiku prezentuje učebnice a jaké možnosti práce autoři zvolili.

Do problematiky jsou žáci uvedeni prostřednictvím krátké úvahy. V té se píše, že je sice přirozené, že se lidé snaží žít v dostatku, pohodlí a zvyšovat svou životní úroveň, ale bohužel si neuvědomují, že tak činí na úkor budoucích generací i svého zdraví. Formou znečišťování a poškozování životního prostředí si na sebe v podstatě kladou lidé past, a to je velmi nezodpovědné, protože ohrožují

nejen sami sebe, ale i své okolí. Tuto úvahu mají žáci doplnit konkrétními příklady, jak člověk poškozuje životní prostředí a jaké to může mít následky. Současně mají vyhodnotit, které ekologické problémy jsou podle jejich názoru nejzávažnější a jak se na nich podílí oni sami nebo jejich okolí. Protože je toto téma velice obsáhlé, na liště jsou k dispozici další úkoly a informace. Dobrý způsob, jak se zamyslet nad příčinami, možnými důsledky a návrhy řešení nabízí tabulka, kam mají žáci své nápady zapsat. Cílem je dospět k závěru, který je shrnut pod tabulkou, totiž že si musíme uvědomit, že každý problém, tedy i ekologický, musíme začít řešit nejdříve u sebe. Další návrhy a možnosti práce se týkají úspor energií. Zde se nabízí činnosti jako např. zjistit, kolik energie spotřebuje měsíčně domácnost, ve které žáci žijí a zda by se tato energie dala nějak ušetřit. Výroba plakátu propagujícího šetrné chování k životnímu prostředí je rovněž jednou z nabízených možností další práce, podobně jako napsání básničky na téma ekologické chování.

Podkapitola Ohrožené životní prostředí ukazuje především důsledky lidského jednání a klade důraz na odpovědnost každého jedince za zmíněné důsledky. Žáci jsou vedeni k tomu, aby se zamysleli nad příčinami tohoto problému, k čemuž jim pomáhají fotografie související s tématem. Podkapitola poskytuje žákům několik důležitých informací a pojmů, se kterými se dále pracuje. Ne všechny informace jsou žákům přímo předestřeny, některé si mají za úkol aktivně vyhledat v dostupných zdrojích. Aktivizovat je cílem většiny výše zmíněných cvičení a úkolů zaměřených především na zamezení poškozování životního prostředí počínající plněním jistých zásad nejdříve jedincem, poté širším okruhem lidí. Informace o ohroženém životním prostředí jako důsledku konzumního způsobu jsou dle mého názoru žákům podávány zajímavou formou a jejich rozšíření zajišťují výše uvedená cvičení a úkoly. Zmiňované činnosti podporují tvořivé nápady a společně s aktivním vyhledáváním informací pomáhají žákům vytvořit si k dané problematice osobní přístup.

Kapitola, jejíž název zní Příliš mnoho lidí- příliš mnoho problémů, je závěrečnou podkapitolou tématu Globální svět a navazuje na kapitolu ohrožené životní prostředí. Věnuje se jednak projevům konzumní společnosti, ale také



jiným globálním problémům týkající se společenství lidí, které však s konzumem více či méně souvisejí. Protože autoři učebnice již nabízí možnosti práce související s naší problematikou, zaměříme se na jejich prezentaci a zhodnocení podobně jako v předchozí kapitole.

Na úvod je zmíněn jeden zásadní problém lidstva, dá-li se to tak říci, na který navazují další informace a úkoly. Tímto problémem je neustálý růst počtu obyvatel na planetě Zemi. Pro lepší představu jsou v následující tabulce zaznamenány různé časové údaje a k nim odpovídající počty obyvatel na Zemi, z nichž mají žáci vytvořit graf, a dále se zamyslet nad příčinami populační exploze. Doplňující úkoly a informace na liště vztahující se k problematice velkého počtu obyvatel zahrnují např. vyhledání míst s největší a nejmenší hustotou obyvatel, vysvětlení pojmu globalizace a vyhledání názorů na globalizaci v tisku apod. Následující část podkapitoly se věnuje problematice tzv. ekologické stopy. Zde opět narážíme na téma životního stylu, zejména na porovnání životních stylů v chudých a bohatých zemích. Problém konzumu, bohatství a chudoby je nastíněn takto: *„Zatímco lidem z méně rozvinutých států musí stačit k životu málo, lidé z vyspělých zemí často spotřebovávají podstatně více, než skutečně potřebují. Tím zatěžují nejen své zdraví, ale i planetu Zemi. Dalo by se říci, že nežijeme jen na úkor budoucnosti a našich dětí, ale i na úkor obyvatel chudých zemí“* (Janošková a kol., 2004, s. 71). Za textem je tradičně položeno několik otázek, na které mají žáci odpovědi buď vyhledat, nebo je vymyslet. V tomto případě by měli uvést nebo vyhledat některé organizace zabývající se problémem chudoby, sami navrhnout, jakým způsobem by se měl problém chudoby řešit a v rámci své odpovědi uvést, zda by byli ochotni také nějak přispět atd. Nyní se dostáváme k jádru problému zahrnujícího jednak problematiku konzumní společnosti a jednak globální problémy lidstva. Jsou jím čtyři výroky na tuto tematiku, ke kterým mají žáci vyjádřit své stanovisko.

V závěru podkapitoly je ještě zmíněn vážný celosvětový problém, kterým jsou válečné konflikty a hrozba světového terorismu. Ve shrnutí se dočteme, že všechny globální problémy jsou vzájemně propojeny a na jejich řešení bychom se měli podílet my všichni.

Podkapitola, jejíž strukturu jsme výše popsali, je zatím jediná (mimo podkapitoly Ohrožené životní prostředí v učebnici pro 9. ročník ZŠ nakladatelství Fraus), která se současně zabývá příčinami, projevy a následky konzumního způsobu života. Základní informace, na níž dále navazují otázky a úkoly, jsou prezentovány velice srozumitelným způsobem s konkrétními příklady tak, aby jim žáci 9. třídy rozuměli. Poměr informací a doplňujících cvičení je v rovnováze. Většina otázek, které jsou pokládány, nemají jednoznačnou odpověď. Důležité při jejich zodpovídání je, aby si žáci vytvořili určitý postoj, který dokážou obhájit. Tak, jako v předchozí podkapitole, která byla součástí tématu Globální svět, je kladen důraz na odpovědnost každého jedince za důsledky jeho životního stylu. Prezentování žákova postoje není orientováno pouze na sdělování jeho názoru, ale i na to, jak ho vyjadřuje svým chováním. Několik úkolů je zaměřeno na vyhledávání informací souvisejících s tématem v médiích. Tím si žáci uvědomí jednak rozsah problému a jednak jeho aktuálnost a naléhavost. Právě to také podtrhují dramatické fotografie, které podkapitulu provází. Učebnice občanské a rodinné výchovy pro 9. ročník ZŠ a víceletá gymnázia dle mého názoru podává informace zajímavou formou, která žáky neuvrhne do pasivity a která problematiku nejen vysvětluje, ale uvádí i mnoho důležitých souvislostí.

### **5.11 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 6. a 7. ročník ZŠ, téma Masová kultura**

Podkapitola Masová kultura je jednou z částí kapitoly Kulturní dědictví. Další části této kapitoly pojednávají především o tom, co je to kultura, odlišení kultury hmotné a duchovní, dalšími významy slova kultura, odlišnými kulturami a kulturními vzorci podobně jako kapitoly učebnic předchozích dvou nakladatelství. Na rozdíl od nich je však tématu Masová kultura v učebnici nakladatelství Fortuna vymezena samostatná podkapitola. Pojdme si nyní ukázat, jakým způsobem je zpracovaná a jaké možnosti práce nabízí.

Ještě než se v podkapitole začne s vysvětlováním pojmu masová kultura, mají žáci navrhnout, co termín to vlastně znamená. Následující text nejdříve začíná s uváděním konkrétních příkladů různých věcí, které v minulosti vzbuzovaly zájem lidí (např. skupina Beatles), a doplní příklady ze současnosti

(Michael Jackson). Je zmíněné, že to, co přitahuje zájem velkého počtu lidí, se zároveň může projevat i v jejich chování a vzhledu. Tak jsme se dostali k definici pojmu masová kultura, jak jej uvádí autoři učebnice. K definici se vztahuje další z úkolů, ve kterém mají žáci uvést další příklady toho, co lze považovat za masovou kulturu a jaké projevy chování mohou svědčit o tom, že jde o masový jev. Další část podkapitoly je věnována masmédiím. Po několika konkrétních příkladech masmédií neboli masových sdělovacích prostředků, je uvedena další možnost charakteristiky pojmu masová kultura. Otázky k zamyšlení, které následují vzápětí, jsou zaměřeny na vztah žáků k jednomu typu masmédií – televizi. Poslední tři části podkapitoly poukazují na kladné a záporné stránky masových sdělovacích prostředků, a to na příkladu televize. V závěru kapitoly je shrnuto, že o masmédiích nelze jednoznačně soudit, zda jsou dobrá či špatná, ale že vždy musíme mít na paměti jejich kladné a záporné stránky a umět si správně informace vybírat.

Učebnice pro 6. a 7. ročník ZŠ nakladatelství Fortuna je jediná, ve které najdeme samostatnou podkapitolu věnující se tématu masová kultura, která úzce souvisí s tématem konzumní společnosti a jejích projevů. Informace jsou podávány srozumitelně, v přiměřené míře a s konkrétními příklady. Zápornou stránkou však je uvádění všech informací, které se tématu týkají. Žák nemá možnost zamyslet se nad problematickými jevy či si související informace sám dohledat, protože otázky a úkoly jsou však zaměřeny především na doplňování příkladů. Žák tedy ve výuce spíše pasivně přijímá uvedené informace. Podkapitola není doplněna žádnými ilustracemi ani fotografiemi. Zmiňme, že řada učebnic je doplněna pracovními listy, ve kterých jsou uvedeny další možnosti práce k daným tématům, avšak k výše zmíněnému tématu další možnosti uvedeny nejsou.

Níže jsou navrženy další možnosti práce, ve kterých budou žáci více aktivní a prostřednictvím navrhovaných činností budou prezentovat své názory a postoje k dané problematice. Jejich cílem je ukázat souvislosti mezi masovou kulturou, masmédií a konzumní společností. Žáci si uvědomí, že konzumace masové kultury má na člověka nebo přírodu, případně na obojí vždy nějaký dopad. Rozliší, zda je tento dopad spíše pozitivní nebo spíše negativní a pokusí se

vymyslet, kdy by kultura, která přitahuje velké množství lidí, měla méně negativních důsledků.

- 1) Jakým způsobem mohou následující příklady ovlivnit názory, myšlení nebo chování lidí?
  - a) reklama na „jedinečný“ mycí prostředek
  - b) pořad o zábavných a morbidních internetových videích
  - c) pěvecká televizní soutěž
  - d) informace v rádiu o nově vycházející desce známého zpěváka
  - e) informace v novinách o brzkém zvýšení ceny mouky
- 2) Masová kultura často láká pouze na příslib zábavy a humoru. Dokázal/a bys uvést příklady, ve kterých je to patrné?
- 3) Jakými způsoby by přílišná „konzumace“ následujících příkladů masové kultury mohla působit na člověka, nebo na přírodu?
  - a) internetový kreslený seriál známý pro užívání vulgárního jazyka
  - b) velké hudební festivaly pod širým nebem
  - c) moderní architektura využívající jako stavební materiál převážně dřevo
  - d) graffiti
  - e) návštěva velkých zábavních parků
- 4) Zahraj si na kritika přílišného konzumování masové kultury a vytvoř televizní spot/ leták, který varuje před jejími negativními důsledky na chování a názory lidí.
- 5) Zahraj si na kritika přílišného konzumování masové kultury a vytvoř scénku představující televizní spot/ leták, který varuje před jejími negativními důsledky na životní prostředí.
- 6) Vymysli příklady kultury, jejíž masová konzumace by tolik nezatěžovala přírodu a negativně nepůsobila na lidi. Můžeš se nechat inspirovat následujícími oblastmi:
  - a) hudba
  - b) film
  - c) móda

- 7) Představ si, že už vychovááš dítě. Existuje v současné době nějaký příklad masové kultury, o kterém si myslíš, že by tvé dítě negativně ovlivnil a nechtěl/a bys, aby s tímto jevem přišlo do styku? Proč? Jakým způsobem bys tomu zabránil/a?
- 8) Zkus jeden týden vydržet bez jedné z těchto věcí:
- a) oblíbený seriál/pořad
  - b) oblíbeného časopisu/novin
  - c) oblíbené internetové sociální síť
  - d) internetu

Po týdně sděl své dojmy. Chyběla ti ona věc, které ses na týden vzdal/a? Co ti na ní chybělo nejvíce/nejméně? Bylo na tom něco pozitivního/negativního? Co jsi dělal/a s nabytým časem?

### **5.12 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 6. a 7. ročník ZŠ, téma Majetek**

Se souhrnným tématem majetek souvisejí v učebnici dvě podkapitoly nazvané Majetek v životě člověka a životní úroveň, jejichž strukturu nyní nastíníme.

Obě kapitoly tvoří souvislý text, který je členěn do několika částí. První část vztahující se k tématu majetek vysvětluje, proč lidé chtějí majetek vlastnit a dále se věnuje problematice lidských potřeb. Další část je věnována způsobu získávání majetku, tedy práci. Poslední zmínkou k tématu majetek je jedna z jeho forem – peněžní úspory a v jejich souvislosti je vysvětlen pojem vlastnické právo. Otázky a úkoly nejen v učebnici, ale i v pracovních listech slouží opět ke shrnutí informací a zdůraznění důležitého.

Kladnou stránku podkapitoly Majetek v našem životě je, že jsou v ní velmi srozumitelně vysvětleny pojmy a termíny, které se k tématu vztahují. K těmto výrazům je vždy uvedeno několik konkrétních příkladů, se kterými se již žáci s největší pravděpodobností setkali, a tak se nepohybují pouze v rovině abstraktních pojmů. Zápornou stránkou je, že se s informacemi dalšími způsoby nepracuje. Otázky a úkoly slouží pouze ke shrnutí a opakování informací, o

kterých se žáci dočetli. Navrhovaná cvičení v pracovních textech slouží opět ke shrnutí informací nebo mohou být využity jako motivace.

Protože informace uvedené v učebnici nakladatelství Fortuna jsou téměř totožné s informacemi v učebnicích zbylých dvou nakladatelství, využijeme pro práci se žáky cvičení, která jsme navrhovali k tématu Majetek pro učebnici Občanské výchovy pro 7. ročník nakladatelství Práce.

Dostáváme se k poslední podkapitole tématu Majetek, vlastnictví a hospodaření, která nese název Životní úroveň a která velmi úzce souvisí s předchozí podkapitolou a je do jisté míry rekapitulací i ostatních podkapitol výše zmíněného tématu. Jednotlivé části textu se věnují především definici pojmu životní úroveň, možnostem zjišťování její úrovně, rozdílům životní úrovně mezi jednotlivými skupinami společnosti a jejich kompenzací. Otázky a úkoly jsou tentokrát více zaměřeny na vlastní názory žáků, tedy především na to, zda lze životní úroveň posuzovat pouze na základě uspokojování materiálních potřeb a spotřeby.

Daná problematika je sice srozumitelně vysvětlena žáci jsou však opět v roli pasivního příjemce informací. Doplnujících cvičení je nabídnuto velmi málo.

Navrhujeme několik úkolů a jiných aktivit, které poukazují na souvislost mezi životní úrovní a projevy konzumního způsobu života, při nichž budou žáci více aktivní. Cílem nabízených možností práce se žáky v hodinách občanské výchovy je zamyslet se, co všechno by jim stačilo ke spokojenému a plnohodnotnému životu a které potřeby jsou vyvolány např. jenom reklamou. Žáci se pokusí určit několik hodnot, které v konzumní společnosti dominují a porovnat je s hodnotami lidí, kteří nežijí ve vyspělých státech. Do své úvahy mohou zahrnout své názory, hodnocení, kritiku, ale i předsevzetí.

- 1) Představ si svůj pokoj a všechny věci, které v něm máš. Nyní vyber 6 věcí, o kterých si myslíš, že se bez nich neobejdeš a odůvodni proč. Které věci ti zbyly? Proč sis je kupoval (jaké potřeby jsi jimi uspokojil)? Dokázal by ses bez nich dlouhodoběji obejít?

- 2) Představ si nějakou věc, kterou velmi chceš. Jedná se o věc, kterou chceš nebo kterou potřebuješ? Myslíš, že by jí potřebovalo např. dítě stejného věku jako ty, které žije v Etiopii/Indii?
- 3) Zjistí průměrnou mzdu v ČR, Nepálu, Švédsku a v Namibii. Na základě této informace se zamysli, co všechno si můžeš dovolit mít a co by si děti z uvedených zemí asi nemohly dovolit, nebo čeho by naopak mohly mít více než ty.
- 4) Lidé žijící ve vyspělých zemích často spotřebovávají více, než potřebují, a žijí nadstandardně. Myslíš, že to má nějaký vliv na chudé země? Jaký?
- 5) Uveď několik příkladů věcí, o kterých si lidé myslí, že jim zajistí vyšší životní úroveň. Myslíš, že se právě díky tomu tyto výrobky dobře prodávají?
- 6) V televizi často sledujeme reklamy na nejrůznější výrobky, které jsou prezentovány tak, že pokud je lidé budou mít, budou šťastnější/ úspěšnější/ přitažlivější, zkrátka zvýší se jejich životní úroveň. Dovedl/a bys uvést nějaké příklady? Myslíš, že s těmito výrobky se skutečně zvedne životní úroveň nebo si to lidé budou pouze myslet?
- 7) Životní úroveň zahrnuje také uspokojování duchovních potřeb. Dovedl/a bys vybrat, na uspokojování které potřeby je konzumní společnost orientována především?
  - a) dělat radost jiným
  - b) zábava
  - c) mít úspěch v práci
- 8) Velká spotřeba věcí a služeb, sloužící ke zvýšení životní úrovně, může mít velmi neblahé důsledky na příští generace. Ve skupince vymyslete plakát, na který znázorníte, čeho by se lidé mohli vzdát (co zas až tak ke spokojenému životu nepotřebují) a naopak jak by toto své omezení mohli kompenzovat (např. zaměřit se více na uspokojování určitých duchovních hodnot).
- 9) Napiš krátkou úvahu na téma Životní úroveň a konzumní společnost.

### **5.13 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 6. a 7. ročník ZŠ, téma Člověk a konzumní společnost**

Poslední podkapitola, které se v této učebnici budeme věnovat, nese název Člověk a konzumní společnost. Je řazena k tématu Globální problémy lidstva a dotýká se problematiky dalších kapitol souhrnného tématu, které se věnují např. ohrožené přírodě, společenským problémům, roli techniky v našem životě, kultuře apod.

Jednotlivé části podkapitoly jsou řazeny logicky v takovém sledu, aby žáci pochopili zásadní rozdíly mezi tradičním a moderním způsobem života. Oba typy životů jsou konfrontovány v úvodu kapitoly. Postupně je naznačeno, že z důvodu nového způsobu a dělby práce, které byly zavedeny v důsledku rozvoje vědy, techniky a průmyslové výroby, se proměnily i hodnoty lidí. Tak se téma postupně stáčí k problematice konzumní společnosti: „*v takové společnosti jsou lidé přesvědčeni, že mají právo na co největší spotřebu všeho možného a že tato spotřeba je učiní šťastnými*“ (Horská a kol., 1997, s. 93). K tomu jsou samozřejmě uvedeny nejen příklady konzumace potravin a kulturního zboží, ale i konzumace lidských vztahů: lidé si přestávají být doopravdy blízcí, jejich vztahy a přátelství mají často krátké trvání, protože považují druhého člověka za prostředek uspokojování svých vlastních potřeb a přání. V souvislosti s konzumem je zmíněna role masové reklamy. Závěr kapitoly tvoří úvaha o vztahu konzumu a lidského štěstí. Nabízené otázky a úkoly slouží především k ověření si toho, jak žáci problematiku pochopili.

Podkapitola je členěna tak, aby žáci pochopili, jak docházelo k proměnám způsobu života a hodnot lidí. Základní rysy konzumní společnosti jsou srozumitelně vysvětleny a doloženy na příkladech z běžného života, avšak nejsou zde uvedeny příčiny ani dopady konzumního způsobu života v současném světě. Doplňujících cvičení je bohužel málo, ani v pracovních listech nenajdeme další možnosti práce na uvedené téma, proto nastíníme několik možností, jak se žáky v hodinách občanské výchovy pracovat.

Příklady slouží jako další alternativy práce se žáky na téma konzumní společnost. Žáci jsou aktivní formou vedeni k utvoření si představy, co to



konzumní společnost je a jak se její členové chovají. Dále si uvědomí jednak příčiny takového chování a jednak jeho dopady. Porovnájí život lidí žijících ve vyspělých zemích a lidí žijících v chudších zemích a zamyslí se nad tím, co je v životě opravdu důležité a zda by mohli některé věci postrádat, či je nahradit tak, aby co nejméně škodili životnímu prostředí, lidem okolo, ale i jim samotným.

- 1) Zakroužkuj slovo, které bys k vysvětlení pojmu konzumní společnost nepoužil/a.  
reklama, ekologický, manipulace, porozumění, uniformita, spotřeba, masmédiá, originalita, tradice, nedostatek, technika
- 2) Který z těchto lidí se nejspíš chová jako typický konzumní člověk?
  - a) občan Japonska, kupující si každý půl rok nový mobilní telefon
  - b) občan z Chile, žijící se rybolovem
  - c) britská popová hvězda, která 4x týdně večeří ve fast foodu
  - d) americká herečka, která adoptovala 4 africké děti
  - e) soused sledující až do noci zábavné pořady
- 3) Nyní se sám/sama zamysli, zda se z tebe také v určitých situacích stává konzument. Udělej podle pravdy křížek u následujících možností tam, co děláš nebo využíváš často, občas, téměř nikdy a nikdy.

	často	občas	téměř nikdy	nikdy
„nekonečný seriál“				
internetová soc. síť				
zábavní park				
vyhazování přebytečného jídla				
nakupování oblečení				
PC hry				

Pokud ve tvých odpovědích převažuje odpověď často, jsi velmi závislý/á na moderní technice a způsobu zábavy. Pokud převažuje občas, nejsi na moderních vymoženostech tolik závislý/á, jenom je využíváš ke zpestření či když je to nevyhnutelné. Pokud u tebe převažují odpovědi téměř nikdy a nikdy, zřejmě máš alternativní způsoby, jak nakládáš se svým časem a nejsi typický konzument.

- 4) Představte si, že zakládáte firmu vyrábějící kuchyňské roboty/ kosmetický salon/ svíčky. Vytvořte poutavou reklamu, kterou byste nalákali zákazníky. Reklama může mít takovouto formu:
- a) scénka, která představuje televizní reklamu
  - b) plakát/leták
  - c) scénka představující teleshopping
  - d) reklama v rádiu

Až budete s dílem hotovi, předved'te jej spolužákům a sledujte, jaké výtvary a scénky předvedli oni. Rozhodněte, jaký jimi nabízený výrobek byste si koupili a proč. Zamyslete se nad tím, co jste do své reklamy použili, abyste přilákali zákazníky. Myslíte, že jsou podobným způsobem lákáni zákazníci v reálném životě?

- 5) O čem si myslíš, že jich mají lidé v konzumní společnosti přebytek? Co bys naopak řekl, že jim chybí (nemusí to být pouze výrobky a služby)?
- 6) Zamysli se nad tím, zda by některé věci, o kterých jsi ve cvičení 5) napsal, že jich mají lidé v konzumní společnosti přebytek, mohly být užitečné lidem v méně bohatých zemích. Jaké věci by to byly? Jakým způsobem by mohly být využity?
- 7) Vypiš, jaké dopady na člověka a přírodu mají nebo by mohly mít následující příklady projevů konzumerismu:

	dopady na člověka	dopady na přírodu
přejídání se		
stavba nových silnic		
výroba rychlejších automobilů		
trávení příliš mnoho času na internetu		
stavba velkých supermarketů		
častá návštěva diskoték		

- 8) Jaké alternativy bys zvolil/a k těmto dalším projevům konzumního způsobu života, aby méně zatěžovaly životní prostředí a měly menší negativní vliv na člověka?
- návštěva fitcentra
  - časté cestování automobilem
  - sledování internetových seriálů
  - návštěva solária
  - vyřazení „nemoderního“ oblečení
  - poslouchání hudby z i-Podu
- 9) Nacvič přednášku pro menší děti, ve které jim vysvětlíš, proč je dobré se nechovat jako typický konzument a nabídni jim nějaké užitečné rady. Přednášku můžeš realizovat pouze v rámci třídy, nebo skutečně před dětmi z nižších ročníků.
- 10) Vymysli akrostich na výraz KONZUMNÍ SPOLEČNOST.

### **5.14 Občanská výchova, nakladatelství Fortuna, Učebnice pro 8. a 9. ročník ZŠ, téma Tržní hospodářství**

Dostáváme se k podkapitole nazvané Tržní hospodářství, která je řazena k tématu Stát a hospodářství a která také úzce souvisí s problematikou konzumní společnosti. Nastíníme způsob, jakým je podkapitola zpracována, jaké informace

a doplňující úkoly žákům nabízí a ukážeme způsoby, jak dané téma uvést do souvislosti s konzumem.

V první části podkapitoly se žáci dovídají, proč je nutné získávat nebo vyrábět nové statky a služby: je to z důvodu uspokojování lidských potřeb. Na to navazuje charakteristika hospodářské činnosti zahrnující výrobu, procesy rozdělování, směny a spotřeby. Dále je nastíněn základní ekonomický problém, který zní co, jak a pro koho vyrábět, který poměrně úspěšně řeší trh. Následuje charakteristika pojmu trh, který je jako ve většině jiných učebnic charakterizován jako místo, kde se střetává nabídka a poptávka. Aby tomuto vysvětlení žáci lépe porozuměli, jsou pojmy nabídka a poptávka srozumitelně vysvětleny a pomocí schématu, který zobrazuje, kdo na trhu nabízí, poptává, prodává a kupuje, se mohou ve fungování trhu lépe orientovat. Závěr podkapitoly je věnován charakteristice pojmů cena, zboží, trh práce a finanční trh. Úkoly vztahující se k textu slouží k tomu, aby si žáci zopakovali nové pojmy a informace např. vyjmenováním činností, jež řadíme pod hospodářské činnosti či vysvětlením podstaty trhu. V pracovních listech další možnosti práce uvedeny nejsou.

Téma je jako již tradičně v učebnicích občanské výchovy nakladatelství Fortuna zpracováno způsobem výčtu informací a charakteristik pojmů. Množství informací je přibližně stejné jako v jiných učebnicích, žák se však opět stává pasivním recipientem, případně v zadaných úkolech opakuje to, co se z textu dozvěděl. Kladnou stránkou je srozumitelnost, která plyne z řady příkladů uváděných k termínům.

Pro další možnosti práce se žáky na téma tržní hospodářství a konzumní způsob života využijeme cvičení navrhovaná pro téma Jak jsme chtěli podnikat, které je obsaženo v učebnici občanské výchovy nakladatelství Práce pro žáky 9. ročníku.

## Závěr

V úvodní kapitole první části diplomové práce jsem nastínila možnosti, jak lze charakterizovat pojem konzumní společnost. Všichni autoři, jejichž díla byla využita v této práci, se shodují, že konzumní společnost je taková společnost, ve které dominuje kult spotřeby, jemuž členové takové společnosti podřizují své normy a hodnoty. Názory, proč se lidé podřizují, se většinou shodují: podle Baumana i Veblena, z jejichž monografií jsem v první kapitole čerpala nejvíce, jsou důvodem přizpůsobování se společenské konvence. Důležitým obecně přijímaným faktem je, že se jedná o ochotu přizpůsobit se.

V další kapitole jsem stručně nastínila vývoj konzumní společnosti, abych mohla lépe charakterizovat její současné projevy. Zaměřila jsem se především na proměnu systému průmyslu a hospodářství a s nimi související proměnu hodnot střední třídy od počátku 18. století do 70. let 20. století.

Těžištěm první části práce bylo nastínit životní styl ve vztahu k dominantním hodnotám soudobé společnosti, čímž jsem se zabývala ve třetí kapitole.

Nejdříve jsem se zabývala rolí techniky ve vyspělém světě a důsledky jejího nadměrného konzumu. Jedním z pohledů na roli techniky byl pohled již zmiňovaného Baumana, který za její neblahý dopad považuje především ztrátu vědomostí o fungování věcí, které nás obklopují. Poněkud odlišný pohled má Shumacher, který za největší problém přetechnizovaného světa považuje odcizení se své práci. Technika člověka jednak ochudila o tvořivou práci a jednak důsledkem dělby práce způsobila, že člověk nevidí konečný výsledek a nemůže proto být na svou práci pyšný. Aby se lidé nějak odreagovali a shodili ze sebe břemeno něčeho, co je netěší, vrhají se po práci často do náruče bezduché zábavy. Za východisko je mnoha autory považován krok zpět, kdy by ne všechnu práci za člověka vykonávaly stroje a lidé by tak nebyli jejich otroky.

Na předchozí téma jsem navázala podkapitolou, která pojednává o jednom z charakteristických rysů konzumní společnosti – nejistotě. V této podkapitole konkrétně o nejistotě v oblasti práce a jejích dopadů na životy lidí. Podle

Baumana je hlavním problémem vynakládání většího úsilí k využití příležitosti, pokud je nejistota v oblasti práce vysoká. Toto stanovisko zastává i Reich, který uvádí, kam až jsou lidé ochotni zajít: aby byli úspěšní, snaží se získat co nejvíce kontaktů, a to i mezi blízkými osobami a příbuznými, čímž mění své osobní vztahy. Zmínila jsem též dopady na rodinu a především na děti a zdůraznila, že každý má možnost výběru svých preferencí.

Podle autorů, z jejichž děl jsem čerpala informace pro další podkapitulu, je příčinou neustálé spotřeby inovace. Shodují se, že lidé sice mají stále nějaké nové potřeby, avšak jejich vznik je podmíněn nabídkou nové služby či výrobku. Zaznamenala jsem také oblasti s nejvyšší mírou inovace. Vysoká míra inovace je mnoha autory považována za problematickou kvůli neblahým dopadům na životy lidí, ale i na přírodu. Východisko Pongs a Librová spatřují v přerušení stupňování, tzn. vzdát se představy, že vše musí být vylepšeno. V rámci tématu inovace jsem zmínila problém omezených přírodních zdrojů a roli konzumně orientovaného člověka v dnešním světě, kterou Bauman trefně nazval rolí lovce.

V další podkapitole jsem se zabývala jedním z nejpatrnějších důsledků konzumního postoje a aktivity – individualizací. Nastínila jsem, co pojem znamená a jaké jsou příčiny toho, že se ze života v konzumní společnosti stává individuální záležitost. Zároveň jsem vybrala několik příkladů, na kterých jsem tento proces doložila.

Dále jsem se ve své práci zaměřila na jednu z charakteristických vlastností konzumenta, a to na jeho závislost. Ukázala jsem některé aspekty jevu a porovnála názory několika autorů, které se k závislosti v moderní společnosti vztahují.

Jedním z důsledků konzumně orientované společnosti, který jsem popisovala v následující podkapitole, je tzv. narcismus, nebo jinými slovy vyhraněný individualismus. Popsala jsem, co to znamená být narcisem v konzumní společnosti a také příčiny narcistického chování, které souvisí především se zmírňováním norem a kladením důrazu na rozkoš a blahobyť, tedy hodnotami charakterizujícími zmiňovaný typ společnosti.

V podkapitole nazvané Humor nad zlato jsem se zabývala proměnou humoru a jeho „využíváním“ v konzumní společnosti. Lipovetsky, Ritzer a Petrussek se shodují, že humor a komika se staly novodobým lákadlem. Lipovetsky dále poukazuje na proměnu humoru ve smyslu snížení jeho duchaplnosti. V souvislosti s humorem jsem zmínila pojem hédonismus a ukázala ho též v kontextu konzumní společnosti.

Závěr první části práce tvoří úvaha nad příčinami zklamání a neutuchající touhy po novém a zároveň nad tím, proč se zklamání lidé konzumního způsobu života neoprostí.

V první části práce jsem se snažila charakterizovat termín konzumní společnost a postihnout její projevy. Hlavním cílem práce bylo zhodnotit zpracování látky související s tematikou konzumní společnosti ve vybraných učebnicích a navrhnout další možnosti práce se žáky v hodinách občanské výchovy ve smyslu jejich pochopení souvislostí mezi daným tématem a problematikou konzumu. Naplnění cíle jsem věnovala druhou část práce. Nyní shrnu jeho výsledky.

Začnu učebnicemi občanské výchovy od nakladatelství Práce. Hlavní problém vidím v příliš dlouhých textech, které jsou umístěny na úvod každé kapitoly. Příběhy jsou sice zajímavé, avšak při dlouhém čtení žáci často ztrácejí pozornost i orientaci v textu. Otázky a úkoly, které by mohly být v hodině využity, až na výjimky vyžadují přečtení příběhu a jsou opakováním informací. Kladně hodnotím přehledné a mnohdy vtipné ilustrace sloužící k lepšímu pochopení látky. Užitečná jsou závěrečná shrnutí, ze kterých je patrné, co si má žák z hodiny odnést. Z těchto učebnic bych pro práci v hodině využila pouze některé úkoly a cvičení a pro zápis do sešitů bych využila závěrečná shrnutí. Cvičení, která jsem navrhla, mají žáky především aktivizovat, tedy aktivně je zapojit do vyhledávání informací. Aktivity jsou dále zaměřené na „práci v terénu“, která mimo jiné přispěje k vytvoření vztahu k dané problematice.

Nyní přejdu k učebnicím nakladatelství Fraus. Tyto učebnice patří mezi nejpoužívanější a myslím si, že oprávněně. V učebnicích jsou poskytnuty pouze

základní informace k tématu, aby se žáci pro svou práci měli od čeho „odrazit“. Doplňující informace a zajímavosti mají žáci většinou vyhledat, je jim však nabídnuto několik zdrojů, ze kterých mohou čerpat. Poměr poskytnutých informací a informací, které si mají žáci zjistit, je v rovnováze. Žákova pozornost je udržována průběžně pokládanými otázkami a rozmanitými aktivitami. Informace a aktivity od sebe nejsou izolovány jako v učebnicích nakladatelství Práce, tzn. v kapitole nejsou informace zvlášť a otázky zvlášť. Charakter otázek a cvičení přispívá k vytvoření vlastního názoru a vztahu k probírané látce. Kapitoly jsou doplněny zajímavými ilustracemi a fotografiemi, které zvyšují jejich zajímavost. Myslím si, že učebnice nakladatelství Fraus plně vyhovují požadavkům moderního vyučování. Struktura kapitol dle mého názoru učiní učení zábavné jak pro žáky, tak pro vyučujícího. Upozornila bych pouze na jedinou věc, a to na výběr aktivit. Vyučující by měl zvážit, kolik aktivit v hodině využije, aby nebyli žáci jejich přemírou příliš rozptýleni. Cvičení, která jsem navrhla, mají většinou doplňující charakter, protože látka je, jak jsem již zmínila, zpracována velice kvalitně.

Posledními učebnicemi, na které jsem se zaměřila, byly učebnice nakladatelství Fortuna. Látka je v učebnicích zpracována jediným způsobem. Všechny informace jsou žákům poskytnuty v textu, což považuji za nepřijatelné a nudné. Kladnou stránkou textů je, že jsou velmi srozumitelné, protože nabízí mnoho konkrétních příkladů, na kterých je látka vysvětlena. Mohly by proto být využity např. jako zdroj některých informací pro výpisky. Otázky v učebnicích, ale i v pracovních textech, které jsou součástí řady učebnic, jsou zaměřeny především na rekapitulaci poznatků. Ilustrace ani fotografie nejsou v učebnicích žádné. Tyto učebnice bych proto osobně využila jako doplňkový materiál. Cvičení, která jsem navrhla, jsou většinou využita pro předchozí dvě nakladatelství. Jejich cílem je žáky v hodině aktivizovat, nechat jim prostor pro získání informací a pomoci vytvořit si názor a vztah k dané problematice.

S vyučováním občanské výchovy mám již nějaké zkušenosti. Doposud jsem vyučovala podle učebnic nakladatelství Práce a Fraus. Mně osobně se lépe vyučovalo podle nakladatelství Fraus proto, že nabízí mnoho možností a



inspirace, jak se žáky danou látku probrat. Dané informace nejsou prezentovány jako dogma, ale žák je veden k jejich kritickému zhodnocení, přemýšlení a rozmanitými prostředky je podněcován jeho zájem o látku. A právě to považuji za základ moderního vyučování.

## Seznam použité literatury

BAUMAN, Zygmunt. *Globalizace*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 1999. 157 s. ISBN 80-204-0817-7.

BAUMAN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2004. 290 s, ISBN 80-204-1195-X.

BAUMAN, Zygmunt. *Myslet sociologicky: netradiční uvedení do sociologie*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2000. 249 s. ISBN 80-85850-90-7.

BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernost*. 1. vyd. Praha: Mladá fronta, 2002. 343 s. ISBN 80-204-0966-1.

BAUMAN, Zygmunt. *Tekuté časy*. 1. vyd. Praha: Academia, 2008. 109 s. ISBN 978-80-200-1656-0.

BAUMAN, Zygmunt. *Úvahy o postmoderní době*. 2. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2002. 165 s. ISBN 80-86429-11-3.

DAHLKE, Ruediger. *Čím onemocněl svět? : moderní mýty ohrožují naši budoucnost*. 1. vyd. Praha: Ikar, 2004. 270 s. ISBN 80-249-0380-6.

FROMM, Erich. *Mít, nebo být?* 1. vyd. Praha: Aurora, 2001. 242 s. ISBN 80-7299-036-5.

HORSKÁ, Viola a kol. *Občanská výchova pro 6. a 7. ročník základní školy*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 1997. 176 s. ISBN 80-7168-383-3.

HORSKÁ, Viola a kol. *Občanská výchova pro 8. a 9. ročník základní školy*. 2. vyd. Praha: Fortuna, 2005. 216 s. ISBN 80-7168-951-3.

HOŘEJŠOVÁ, Danuše. *Pracovní texty pro hodiny Občanské výchovy v šestém ročníku základních škol*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 1993. 104 s. ISBN 80-7168-074-5.

HOŘEJŠOVÁ, Danuše. *Pracovní texty pro hodiny Občanské výchovy v sedmém ročníku základních škol*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 1994. 104 s. ISBN 80-7168-114-8.

HOŘEJŠOVÁ, Danuše. *Pracovní texty pro hodiny Občanské výchovy v osmém ročníku základních škol*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 1994. 80 s. ISBN 80-7168-116-4.

HOŘEJŠOVÁ, Danuše; SAMEK, Bohumil. *Pracovní texty pro hodiny Občanské výchovy v devátém ročníku základních škol*. 1. vyd. Praha: Fortuna, 1996. 80 s. ISBN 80-7168-303-5.

JANOŠKOVÁ, Dagmar a kol. *Občanská výchova 6 s blokem Rodinná výchova*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2003. 136 s. ISBN 80-7238-207-1.

JANOŠKOVÁ, Dagmar a kol. *Občanská výchova 7, Rodinná výchova 7*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2004. 128 s. ISBN 80-7238-325-6.

JANOŠKOVÁ, Dagmar a kol. *Občanská výchova 8, Rodinná výchova 8*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2006. 152 s. ISBN 80-7238-528-3.

JANOŠKOVÁ, Dagmar a kol. *Občanská výchova 9, Rodinná výchova 9*. 1. vyd. Plzeň: Fraus, 2004. 128 s. ISBN 80-7238-528-3.

KELLER, Jan. *Vzestup a pád středních vrstev*. Praha: Sociologické nakladatelství, 2000. 123 s. ISBN 80-85850-95-8.

LIBROVÁ, Hana. *Pestří a zelení: (Kapitoly o dobrovolné skromnosti)*. 1. vyd. Brno: Veronica, 1994. 218 s. ISBN 80-85368-18-8.

LIPOVETSKY, Gilles. *Éra prázdnoty*. 3. vyd. Praha: Prostor, 2003. 311 s. ISBN 80-7260-085-0.

LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2007. 443 s. ISBN 978-80-7260-184-4.

MARTÍN, Nieves a kol. *Spotřebitelská výchova ve třídě – základní příručka*. E-CONS Comenius 3. 64 s. ISBN 978-80-254-0149-1

PETRUSEK, Miloslav. *Společnosti pozdní doby*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 2006. 459 s. ISBN 80-86429-63-6.

PONGS, Armin. *V jaké společnosti vlastně žijeme?: společenské koncepce – srovnání. Svazek 1*. 1. vyd. Praha: ISV, 2000. 263 s. ISBN 80-85866-59-5.

REICH, Robert. *Slušná společnost: ekonomický pohled na svět*. Břeclav: Moraviapress, 2003. 128 s. ISBN 80-86181-60-X.

REICH, Robert. *V pasti úspěchu*. 1. vyd. Praha: Prostor, 2003. 423 s. ISBN 80-7260-096-6.

RITZER, George. *Mcdonaldizace společnosti: Výzkum měnící se povahy soudobého společenského života*. 1. vyd. Praha: Academia, 1996. 176 s. ISBN 80-200-0571-4.

SCHUMACHER, E.F. *Malé je milé, aneb, Ekonomie, která by počítala i s člověkem*. 1. vyd. Brno: Doplněk, 2000. 284 s. ISBN 80-7239-035-X.

ŠAFR, Jiří; ŠPAČEK, Ondřej. *Odlišnosti kulturního vkusu společenských vrstev - co nás baví ve volném čase?*. *Socioweb* [online]. 2008, 6, [cit. 2010-04-11].

Dostupný z WWW:

<<http://www.socioweb.cz/index.php?disp=temata&shw=307&lst=116>>.

VALENTA, Milan. *Občanská výchova pro 6. ročník*. 2. vyd. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Práce, s.r.o., 1997. 112 s. ISBN 80-208-0424-2.

VALENTA, Milan. *Občanská výchova pro 7. ročník*. 2. vyd. Praha: Vydavatelství a nakladatelství Práce, s.r.o., 1998. 119 s. ISBN 80-208-0438-2.

VALENTA, Milan. *Občanská výchova pro 8. ročník*. 3. vyd. Praha: SPL - PRÁCE, 1999. 120 s. ISBN 80-86287-12-2.

VALENTA, Milan. *Občanská výchova pro 9. ročník*. 2. vyd. Praha: ALBRA, 2002. 104 s. ISBN 80-86287-13-0.

VEBLEN, Thorstein. *Teorie zahálčivé třídy*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství, 1999. 344 s. ISBN 80-85850-71-0.