

# Kříčková\_Malíková\_Neumanová\_3.úkol

**1. Téma výzkumu:** Vliv socioekonomického statusu na konzumní spotřebu

**2. Cíl výzkumu:** Mezi nejzákladnější problémy naší doby patří dopady konzumního stylu života. V České republice vyvstal tento problém po rozpadu SSSR, kdy jsme se postupně začali přibližovat zemím západního světa. Cílem výzkumu je porozumět tomu, jak tráví jednotlivé skupiny obyvatel České republiky svůj volný čas a co jim dnešní konzumní společnost nabízí.

Pozor, zásadně, ani v náznavu, nikdy a nikomu neslibujte nic, co nemůžete splnit. Píšete-li, že cílem výzkumu je „porozumět“ evokuje to spíše kvalitativní metody zkoumání. Také když tvrdíte, že zjistíte, co nabízí lidem konzumní společnost, tak bych čekal něco jako analýzu nabídky, ale vám jde o to, jak lidé hodnotí/vnímají co jim nabízí konzumní společnost. Klidně napište něco jednoduchého a skromného, třeba, že vám jde o srovnání toho (většinou ve výzkumu něco srovnáváte s něčím, s tím se nespálíte) jak různé skupiny osob využívají a hodnotí možnosti, které nabízí konzumní společnost pro trávení jejich volného času. Nebo, pokud už máte opravdu konkrétně formulované téma, a to vy máte, stačí říci jinými slovy základní výzkumnou otázku, ale já bych spíše zvolil trochu obecnější téma i výzkumnou otázku.

-obecná výzkumná otázka: Ovlivňuje socioekonomický status trávení volného času?

-odvozené výzkumné otázky: Ve kterých oblastech způsobu trávení volného času konzum působí? Co nabízí konzumní společnost důchodcům? Na které skupiny obyvatel se nejvíce zaměřuje reklama?

Tu poslední odvozenou výzkumnou otázku nezjistíte pomocí vašich výzkumných strategií, musely byste analyzovat tu reklamu, navíc to je dosti obecná otázka, která bohatě stačí na samostatný výzkum.

## **3. Kontext výzkumu:**

Konzumem a konzumní společností se už v sociologii zabývali klasikové z přelomu 19. a 20. století, např.: T. B. Veblen, J. A. Schumpeter. Zatímco pro rannou buržoazní společnost bylo typické vlastnictví výrobních prostředků, vyjadřující určitá práva a povinnosti a mající dlouhodobý mezigenerační charakter, pro industriální společnost masové výroby je charakteristické vlastnictví spotřebních předmětů, symbolizujících sociální postavení a majících většinou jen krátkodobé trvání. V souvislosti s diskusí o společnosti masové spotřeby (společnosti blahobytu) v 60. a 70. letech ožila i diskuse o umělých potřebách.

Pro K. Marxe byly potřeby v podmínkách soukromého vlastnictví nástrojem podmanění a závislosti člověka.

Podle E. Fromma je třeba rozlišovat spotřebu humanistickou, jež odpovídá pravé lidské podstatě, a její neproduktivní opak jež člověka mění v *homo consumens*.

Podle J. K. Galbraitha potřeby dnes již nevycházejí z člověka, nýbrž jsou plodem téhož procesu, který je uspokojuje, totiž výroby a s ní spjatých zájmů. Z ekonomického hlediska je popřena marginalistická premisa, že intenzita potřeby klesá s jejím nasycením.

Obrovskou moc má reklama, ovládání spotřebitelů *skrytými přesvědčovači*, kteří stále rafinovanějšími způsoby vyvolávají nové potřeby pro zvýšení kapitálových zisků. Stále mocnější masoví výrobci tak mění podobu měst, sociální svět, životní styl a psychologii člověka.

Proti tomuto pojetí vystoupil G. Katona, který poukázal na vliv sociálního prostředí, v němž žijeme: potřeby z nás vyrůstají v procesu učení, reklama je účinná jen tehdy, působí-li

ve stejném směru. Podle něj je kritika společnosti blahobytu omylem, neboť právě dostupnost a hojnost výrobků rozmnožuje práva spotřebitele a staví jej po bok výrobce jako rovnocenného partnera: díky *příjmové revoluci* zvyšuje spotřebitel výdaje na nákup aut, dlouhodobou spotřebu a výdaje na bydlení, které jsou pro ekonomickou dynamiku stejně důležité jako výrobní investice.

Standartní balík předmětů dlouhodobé spotřeby je ve společnosti stále více rozšiřován a stále rychleji obměňován nad užitnou hodnotou a estetikou věcí stále více převažuje jejich sociální význam a technická dokonalost. (Velký sociologický slovník, 1996 : 1211)

No to je skoro malý esej, ale jedno z toho snad vidíte, že koncept „konzumní spotřeba“ je dosti ošidný analytický nástroj. Respektive, lze tvrdit, že každá spotřeba je konzumní, pokud není, tak tomu dáváte určité hodnotové zabarvení a musíte se výslovně odvolat na nějakou konkrétní antropologii, za tou si pak budete stát a plivat na všechny antropologie jiné, to je první legitimní možnost. Nebo to necháte na respondentech či jiných soudcích, ale pak se musíte smířit s tím, že konzumnost bude relativizována minimálně vzhledem k určitému sociálnímu prostředí, to je druhá legitimní možnost. Taky to můžete kombinovat, ale to jsem zvědav, jak jste to operacionalizovaly? Koukám, aha, podle vás je konzumní spotřeba to, co se platí, takže jste to nechaly na ekonomech, no když myslíte, že jsou to ti praví.

#### **4. Strategie výzkumu:** dotazníky, rozhovory s respondenty cílové populace

metody sběru dat a analýzy můžete klidně upřesnit, je to důležitá součást projektu, je potřeba aby bylo vidět jak zjistíte odpovědi na své výzkumné otázky, třeba jak zjistíte pomocí dotazníku odpověď na tu výzkumnou otázku: „Ve kterých oblastech způsobu trávení volného času konzum působí?“ Já bych to teda nedokázal, asi bych tu otázku smazal a snažil bych se na ni zapomenout, ale možná vás něco napadá, klidně mi to napište. Také je třeba upřesnit, že provedete kvantitativní analýzu získaných dat za použití SPSS.

**-cílová populace, respondenti-** rodiny s dětmi patřící ke středním vrstvám, ekonomicky aktivní svobodní jedinci ze středních vrstev žijící v domácnosti jednotlivce, důchodci (jen ti, kteří nemají kromě standartních důchodových dávek od státu žádný jiný příjem)

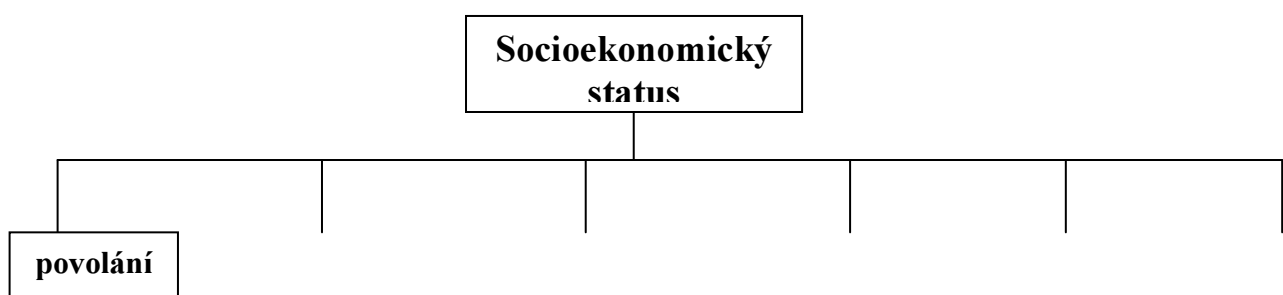
Je třeba za prvé vymezit populaci nejen sociálně, ale také prostorově, třeba populace ČR, za druhé je třeba zdůvodnit, proč jsou součástí populace jen tyto skupiny obyvatelstva a ne nějaké jiné (asi to souvisí s nějakou předběžnou hypotézou o rozložení socioekonomického statusu v populaci, to je ale třeba se minimálně odvolat na nějakou literaturu), a za třetí je třeba popsat metodu výběru výběrového souboru: jak jej vyberete a kolik bude mít lidí.

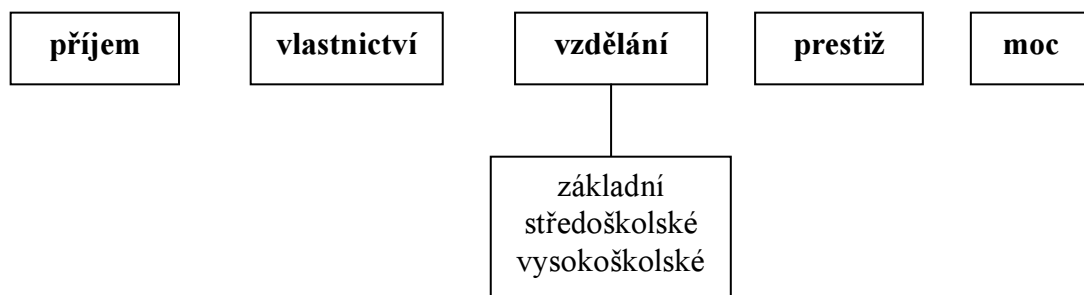
#### **5. Koncepty:** socioekonomický status, konzumní spotřeba (=konzum)

**-socioekonomický status:** souhrnné vyjádření sociální pozice člověka v určité společnosti. Jedná se o znak člena, který vystihuje všechny aspekty jeho sociálního postavení- povolání, příjem, vlastnictví, moc, vzdělání a prestiž.

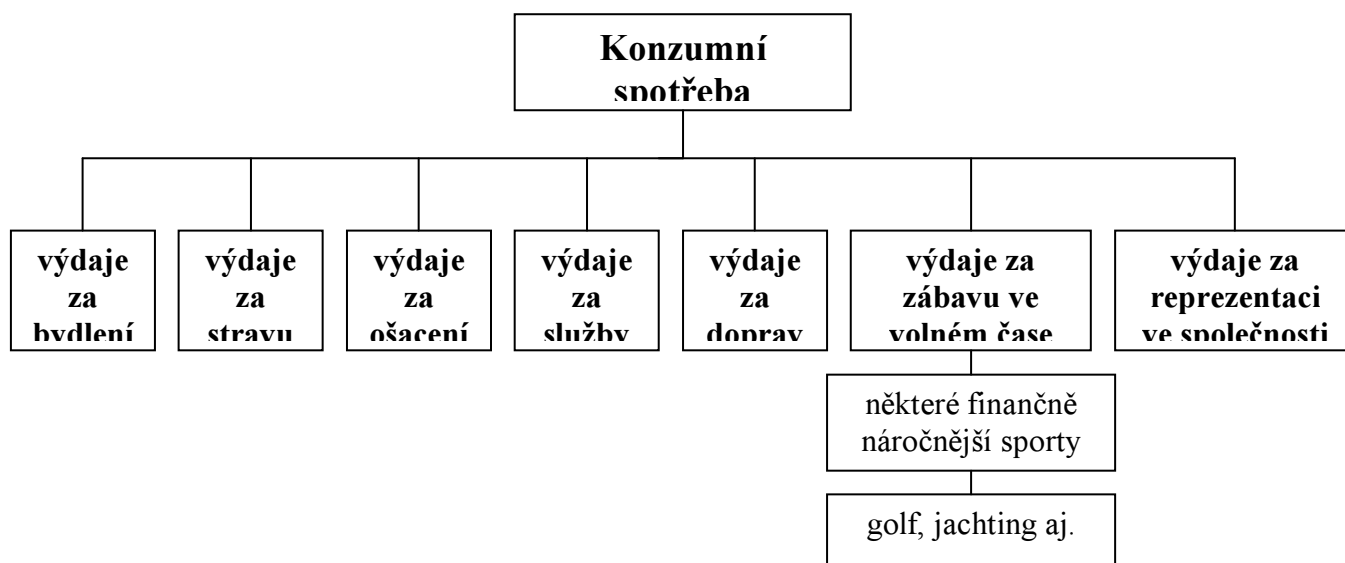
**-konzumní spotřeba:** je úzce svázána s životním stylem, jsou to celkové výdaje na spotřební statky(výdaje za bydlení, výdaje za stravu, výdaje za ošacení, výdaje za služby, výdaje za zábavy ve volném čase, výdaje za dopravu, výdaje za reprezentaci ve společnosti)

#### **6. Operacionalizace, indikátory:**





Jestli tomu dobře rozumím, tak jste rozhodnuty použít jako indikátor socioekonomického statusu pouze nejvyšší dosažené vzdělání? Myslím si, že to je nedostatečné a vy si to myslíte také, proč jste jinak tak omezovaly populaci pro výběr?



No to je sofistikované schéma, ale máte nějakou představu jak byste ty jednotlivé druhy výdajů zjišťovaly a jak byste je vůbec od sebe odlišily? To by chtělo ještě dotáhnou do konce

**7. Vědecké zdůvodnění zájmu:** Výsledky je možné využít v rámci protestů proti globalizaci nebo pro činnost některé reklamní agentury. Tento výzkum by měl upozornit na omezenou schopnost přírodního prostředí absorbovat zplodiny masového konzumu a zdůrazňuje, že absorpční schopnosti jsou hluboko pod úrovní zásob neobnovitelných zdrojů, jež mohou být ke konzumu ještě teoreticky využity.

Jestli by to použila reklamní agentura nejsem schopen posoudit, ale to ostatní s vaším výzkumem asi moc nesouvisí, vždyť váš výzkum je o sociálních nerovnostech, jak by se dal použít pro ekologii? Možná by těm co udají nejvyšší příjmy mohli Greenpeace zkusit poslat složenku, ale jinak nevím.

## 8. Literatura:

- An.: Ideální komodita. In: Přítomnost, jaro/2003, s.49-50.
- An.: Nemohu přestat nakupovat. In: 100+1, č.4/97b, s.18.
- An.: Zmírnění konzumu jako prestižní forma stylu života v Holandsku. In: Sociologický časopis, 30, č.4/94, s.513.
- Baudrillard, J.: The consumer society. Sage Publications, London 1998.

- Blažek, B.: Tváří v tvář obrazovce. Slon, Praha 1995.
- Davis, S.G.: The theme park: global Industry and cultural form. Media, culture, society, 18, July 1996, č.3, s.399-422.
- Inglehart, R.: Changing values, economic development and political change. International social science journal. Fundamental values across Nations, September 1995, No.145, s.375-404.
- Librová, H.: Zmírnění konzumu jako prestižní forma stylu života v Holandsku. Sociologický časopis, 30, 1994b, č.4, s.513-521.
- Pácl, P.: Sociologie životního způsobu. Státní pedagogické nakladatelství, Praha 1998.
- Ritzer, G.: Medializace společnosti. Academia, Praha 1996.
- Rosenkranz, D., Schneider, N.F.:Konsum. Leske+Budrich, Opladen 2000.
- Sczepański, J.: Spektrum společnosti. MF, Praha 1968.
- Štěpánek, Z.: Ekonomické nástroje trvale užitečného rozvoje. In: Nováček, P.(ed): Perspektivy trvale udržitelného života, Sborník přednášek. UP, Olomouc 1997, s.144-148.
- Valach, M.: Ekologická krize – svět na předělu.“ In: Nováček P.(ed): Prospektivy trvale udržitelného života, Sborník přednášek. UP Olomouc 1997, s.61-64.

Komentář k literatuře viz úkol č. 2

Shrnutí:

Vztah mezi výzkumnými otázkami a výzkumnou strategií není dobře zvládnutý, některé otázky nelze vašim výzkumem odpovědět, operacionalizace je nedostatečná, je potřeba více a přesnějších indikátorů, je třeba také upřesnit metody sběru a analýzy dat, stejně tak způsob výběru vzorku. Kontext je zbytečně dlouhý. Zcela chybí oddíl: Kdy bude výzkum proveden a jak budou jeho výsledky uvedeny ve známost?

Nicméně je vidět, že jste si daly s projektem práci, a že jste si osvojily jeho strukturu. Za váš návrh projektu získáváte 7 bodů z možných 15.

S pozdravem Kamil Mareš.