



Centrum pro výzkum
toxických látek
v prostředí

Hodnotová řešení env. krize



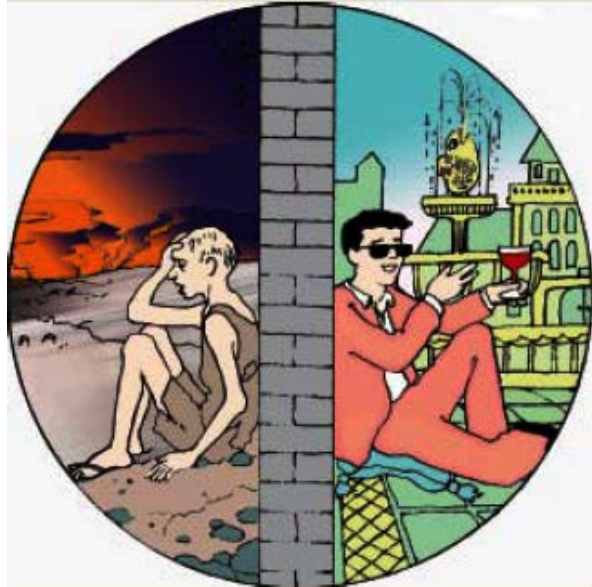
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Inovace a rozšíření výuky zaměřené na problematiku životního prostředí na PŘF MU (CZ.1.07/2.2.00/15.0213)
spolufinancován Evropským sociálním fondem a státním rozpočtem České republiky

Způsoby života v environmentální perspektivě

Blahobyť

- vysoká hmotná životní úroveň - **HDP**
- žádoucí stav společnosti vymaněné z hladu a bídy
- **po naplnění základních životních potřeb nutno vytvářet potřeby nové** (zabezpečení růstu HDP)
 - potřeba získávání „pozičního zboží“ (důkaz společenské pozice)
- vyjadřuje situaci sociálních skupin či státu (*stát blahobytu*)
 - často ústí do konzumerizmu - **environmentálně nepřijatelné**




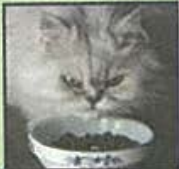



Centrum pro výzkum
toxických látek
v prostředí



Blahobyt

- neukazuje **nespotřební** kvality života, (např. zdraví, charakter sociálních vztahů, vzdělání, kulturní úroveň, životní prostředí...)

Luxury expenditures

	Product	Annual expenditure	Social or economic goal	Additional annual investment needed
	Makeup	\$18 billion	Reproductive health care for all women	\$7 billion
	Christmas presents for pets in the US	\$5 billion	Universal literacy	\$4 billion
	Perfumes	\$15 billion	Elimination of hunger and malnutrition	\$19 billion
	Ocean cruises	\$14 billion	Clean drinking water for all	\$10 billion
	Ice cream in Europe	\$11 billion	Immunizing every child	\$1.3 billion



Konzum - konzumní společnost

- **konzumní společnost** - *typ moderní společnosti, v níž jsou rozhodující sociální funkce určovány **spotřebou***
- nadměrný konzum - záliba ve vlastnění hmotných statků či službách
→ **dynamika nakupování a spotřeby** je environmentálně záhubná
- konzum některých služeb a volnočas. aktivit – automobilismus, rekreační a zábavní areály, sjezdovky, lunaparky → **E a H₂O**
- nezbytnou součástí je **reklama** – hnací motor, nepřipustí, abychom si mysleli, že máme už vše, co potřebujeme

→ nechat si vnutit reklamy znamená vzdát se volby rozhodování!

- na rozdíl od luxusu postrádá **estetickou a duchovní dimenzi a svobodnou volbu!!!**
- součástí je **plýtvání** – následek reklamy a neofilie (záliby v novém) – podmínkou kvantitativního růstu HDP



Hodnota

= koncepce žádoucího ~ jak hodně něco chceme

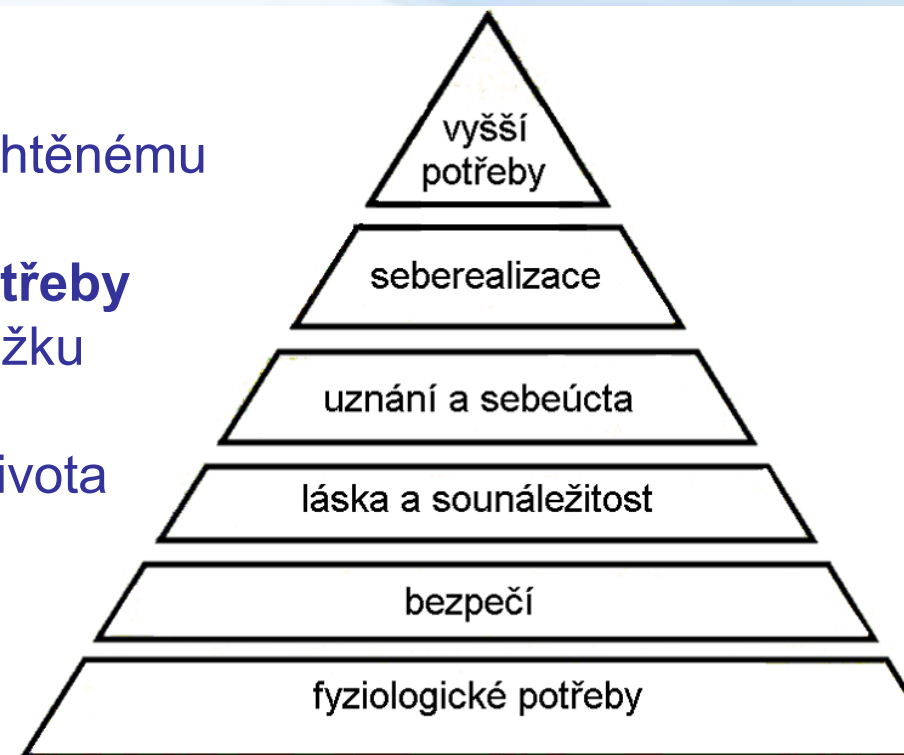
- vytváří zásadní **orientaci v životě**, určuje naše jednání na základě stálých hodnotových žebříčků (verbální x žité)

Budování hodnotových žebříčků

- během **socializace** (výchova) → zvnitřňování hodnot do našeho podvědomí
→ **cizí vůle hodnotu nezakládá**
- změna hodnotových žebříčků? - **motivace**

Potřeba

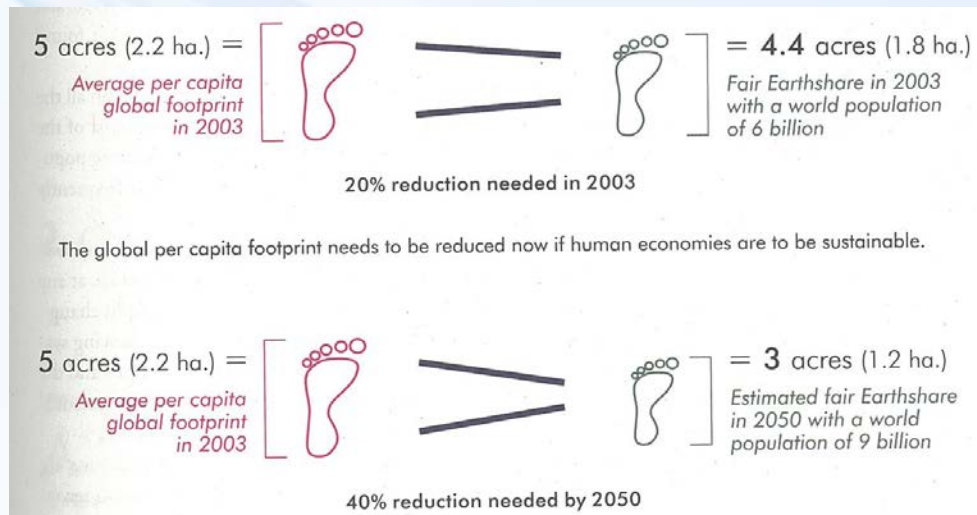
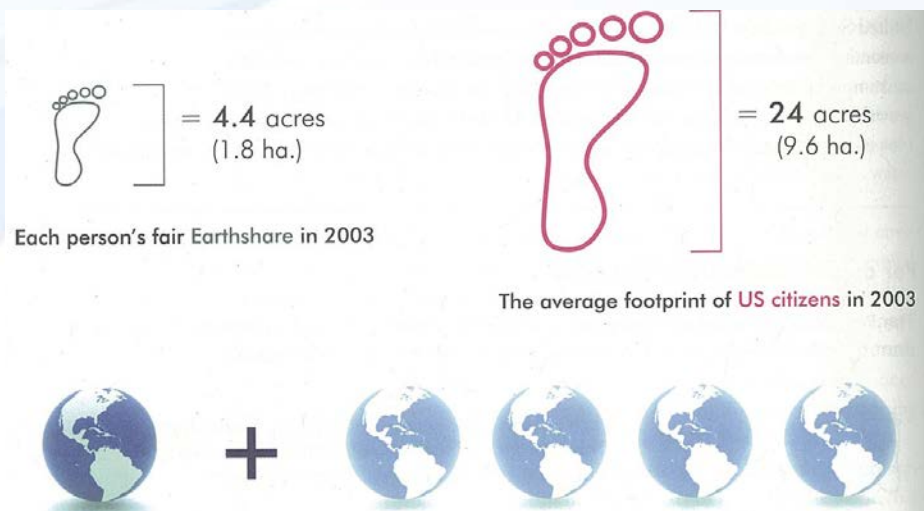
- spojena s hodnotami, vztahuje se ke chtěnému
→ výrazem **nedostatku**
- **materiální (fyziol.) x nemateriální potřeby**
- hodnoty a potřeby tvoří podstatnou složku **motivace lidského** jednání
- naplnění potřeb → základ šťastného života



Ekologicky příznivý způsob života

- založen na změně žebříčku **hodnot a potřeb**

→ snížení hmotné spotřeby (suroviny, energie, odpady, tox.) = ek. stopy



Životní způsob a environmentální etika

- env. příznivé chování – více než vedlejší produkt živ. postojů zralých lidí
- nutná vymahatelnost pomocí **sociální normy** vštěpované výchovou → šíření **nápodobou a módou**
- environmentální etika - **normou** „zelených“ (*Pestří a zelení*)
→ počet stoupá – šíří se tak projevy altruismu vůči živým bytostem



Alternativní životní způsoby

- alternativní k většinové kultuře a životnímu stylu – **odlišné hodnoty**
- hodnoty zpravidla **nemateriální** povahy

Drobné kroky nebo radikální změna životního způsobu?

- způsob vyvolání změny postojů a životního stylu:
 - I) ne příznaky prohlubující se env. krize
 - neorientujeme se na **budoucí generace**
 - II) nelze stavět na strachu ani **prožití env. krize** (povodně?)
 - III) ne environmentální vědomí a **informovanost** (max. 5 %)
- **schůdná je cesta drobných kroků**
 - vnímavost k praktickým návodům ekologických poraden
 - ekol. šetrné prostředky, technologie, recyklace, biopotraviny...
 - nejschůdnější postup k ek. zásadním proměnám lidského života
 - rozsáhlé devastace životního prostředí ale vyžaduje **↑ změnu**
- env. příznivý způsob někdy vnímán jako neradostný a asketický
- člověk někdy dochází k závěru, že sám env. krizi nevyřeší



Environmentálně uvědomnělý způsob života

I) dle **domácích technologií** – přibývá energ. šetrných spotřebičů (úspora)

II) dle **spotřebních vzorců** - důležitá env. informovanost + ochota měnit spotřební návyky (x tzv. „ekologické plýtvání“)

- **ideační hodnota věcí x užitková hodnota**

→ souvisí s etickým a politickým pozadím výroby (velkochovy, x biopotr., fair-trade, veget., lokální potraviny...)

III) dle **spotřeby zboží a služeb**

→ **konzum. x dobrovolná skromnost**

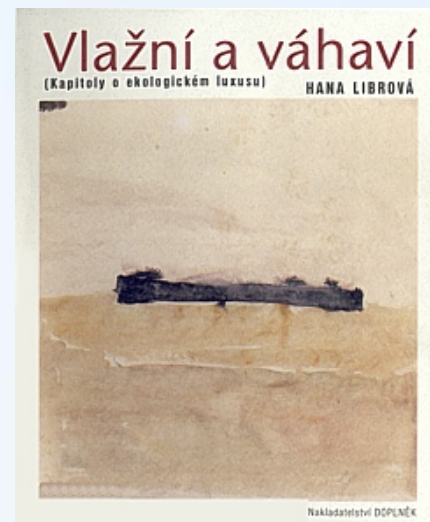
Dobrovolná x záměrná skromnost

- **dobrovolně skromný** - kdo žije ve skromných poměrech vědomě a dobrovolně, na základě svého **rozhodnutí**, ačkoli by mohl žít jinak (*Pestří*)

- env. příznivé necíleně - až druhotně

- **záměrná skromnost** → lidé vědomě z env. motivů omezují své vzorce i objem spotřeby hmotných statků či služeb, které narušují ŽP (*Zelení*)

- častá je **kombinace** obou



Dobrovolná skromnost x chudoba

dobrovolná skromnost – dobrovolnost, soběstačnost, pestré mezilidské vztahy, aktivní podíl na veřejných věcech (obce...) **x chudoba?**

- idea skromnosti častá v antické filozofii, islámu, křesťanství, judaismu, taoismu, konfucionismu, starověké mytologii i u přírodních národů

Skromnost jako součást sociální prestiže statusu

- př. holandští lékaři - skromnost a ekologický luxus je prestižní záležitostí, **konzumenství odmítáno** jako **neetické, většinové a vulgární**
- ek. příznivé chování bohatých je otázkou společenské prestiže, ale i osobních postojů → orientace **mimo materiální** hodnoty
- společnost už není rozvrstvena do tříd, ale podle **životního stylu** → chudší vrstvy se snaží napodobovat bohatší
 - nápodoba může být účinnější než ek. výchova
 - šíření pod vlivem **módy** je rychlejší a efektivnější
- společenské **elity** → **vliv** na legislativu, politiku i ekonomiku



„Z toho vidíš, že chudí nejsou tak docela ubozí, jak si myslíme; jsou opravdu blaženější, než si představujeme a než my sami jsme“

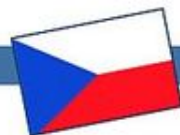
Karl Gutzkow



Centrum pro výzkum
toxických látek
v prostředí

1 CHUDOBA MÁ HODNĚ PODOB

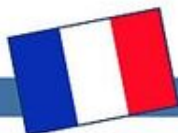
Česká republika



- Pod hranicí chudoby žije 995 565 osob, což je 9,8 procenta obyvatel (údaj vychází z metodiky EU).
- V Česku se vyjadřuje míra chudoby počtem lidí pobírajících dávky v hmotné nouzi. Životní minimum je ve výši 3126 korun pro jednotlivce, existenční minimum 2020 korun pro dospělou osobu.
 - V roce 2007 pobíralo dávky v hmotné nouzi asi 70 tisíc domácností, tedy 1,7 procenta.
 - Pro dva dospělé a dvě děti činí životní minimum 9650 korun.



Francie



- Pod hranicí chudoby žije kolem 3,7 milionu lidí (6,3 procenta).
- Hranice chudoby činí 681 eur (asi 17 025 korun) pro osobu na měsíc, 1703 eur (42 575 korun) pro pár s dvěma dětmi.

Německo



- U západních sousedů žije pod hranicí chudoby 13 procent populace.
- Jejich příjem je menší než 781 eur (19 525 korun) čistého příjmu.

Keňa



- Pod hranicí chudoby zde žije 46,1 procenta lidí.
- Ti musí vyžít s jedním dolarem denně, za což si pořídí jen opravdu nejzákladnější potraviny.



Luxus – hybatel změn životního způsobu?



- **možná ano**
- vzácné **zboží, služby a trávení volného času** dříve výsadou nejbohatších – nyní dostupné i nižším vrstvám
→ ohrožení statutotvorné funkce → nutno tedy **luxusní statky neustále proměňovat** – co je dnes vzácné?

6 nových luxusní kategorií

ČAS – kdo je pánem svého času?

POZORNOST – chtějí všichni (i média)

PROSTOR – poloprázdný pokoj?

KLID – za klid (v práci, bydlení i restauraci) i platíme

BEZPEČNOST – požadavek bezpečnosti x izolace

PŘÍRODA

- čistá voda, vzduch, kvalitní potraviny...
- zdroj **estetických** zážitků, citového a intelektuálního naplnění
- vztah k ní založen na **pocitu libosti** → prvek luxusu
x vědomí existenční závislosti středověkého rolníka
- o ochranu ŽP se zasazuje i bez pocitu přímé závislosti





Výběrová náročnost

- odlišné pojetí dobrovolné skromnosti
- člověk náročný, ale na určité věci
 - např. na **kvalitu vody, ŽP, veřejnou dopravu, radost ze života**
- není o askezi, ale o **radosti ze života místo z majetku**
 - „**zelený konzument**“ - ekologicky šetrné výrobky atd., ale stále zvýšená spotřeba, až **plýtvání**



Postmaterialismus

- **změny v hodnotách** - Holandsko, SRN, Dánsko x USA a Kanada
- přesun od **materialistických** hodnot (hmotný blahobyt a bezpečí, orientace na ekonomickou prosperitu, dodržování sociál. pořádku) k hodnotám **postmaterialistickým** (svobodná seberealizace, podíl na správě věcí veřejných, tvorba humánnější společnosti, tvorba ŽP)
- změna hodnot probíhá (pomalu) především u mladších generací, které vyrůstaly ve větší **ekonomické a spol. jistotě** (ne za války)
 - **ekonomická prosperita přispívá k šíření postmat. hodnot a naopak** (x ropná krize v 70. let)



Hlavní dimenze proměn životního způsobu

I) Turizmus

- **tvrdý turizmus**: vychází z neklidu moderního člověka někam cestovat, všechno vidět a vše si užít → rostou náklady na turistiku, dovolené
- **měkký turizmus**: výsledek rostoucí ochoty lidí zřít se výhod civilizace ve prospěch přírody a hostitelských zemí, poznání skutečné ciziny

Tvrdý turizmus

masové cestování

málo času

rychlé dopravní prostředky

daleko

pevný program

řízení zvenku (cest.kancelář)

importovaný styl života

„pamětihodnosti“

pohodlně a pasívně

žádná nebo malá duševní příprava

bez znalosti domácího jazyka

pocit převahy

nákupy

suvenýry

pohlednice a prospekty

zvědavost

hlasitý

Měkký turizmus

individuální, rodinné cesty, cesty s malou skupinou přátel

dost času

přiměřené a pomalé dopravní prostředky

blízko

spontánní rozhodnutí podle situace

řízení zevnitř

styl života blízký dané zemi

zážitky

s úsilím a aktivně

příprava vztahující se k dané zemi

se znalostí domácího jazyka

radost z učení se od domácích

přivést dárky hostitelům

vzpomínky, nové zážitky, kresby

malby

takt

tichý



II) Nový pohled na jídlo a vaření

Vegetariánství - motivace: **zdravotní** (omezení tuků, cukrů, nebezpečí)

ekologická - 2ha půdy uživí 1 masožravce, 14 vegetariánů, 50 veganů

etická – spiritualizace lidského bytí

→ odmítnutí velkochovů, uvědomělé zmenšování ek. stopy

- počet vegetariánů vzrůstá: ČR (2002): 1 – 2 %

→ jedna z **nejdynamičtějších změn v životním stylu**

- **vegetariánství výsadou bohatších**

- v rozvojových zemích roste konzumace masa



Střídmost v jídle (Západ)

- ale malé uvědomění pozadí vzniku jídla

→ vztah mezi jídlem a jeho původem zatemňován

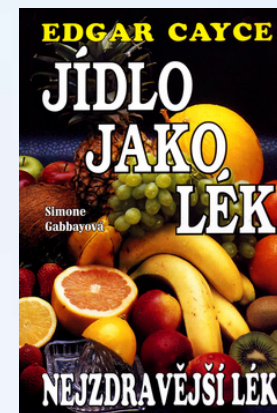
- intenzivním zemědělstvím a chovem se člověk sice vymanil z těžké dřiny na polích, ale také odcizil původu potravy, jejíž **kvalita klesá x kvantita roste**

Vlastnoruční příprava jídla

- jídlo vychutnat, podílet se na vzniku → **čas x další zisky**



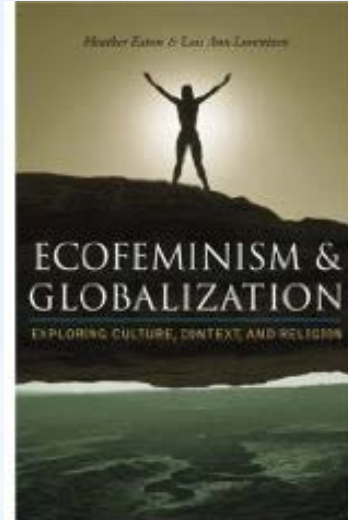
Centrum pro výzkum
toxických látek
v prostředí



III) Proměny mužské a ženské role v env. souvislostech

Ekofeminismus

- hnutí spojující myšlenky **feminismu a ochrany přírody**
- navazuje na přesvědčení feminismu 18. -19. stol. o ponížení a útlaku žen ze strany mužů, doplněno paralelou útisku přírody
 - **příroda spolutrpitelekou žen**
- ekofeminismus x dominantní a vykořisťující postavení mužů, kteří racionalitou, soutěží, agresivitou a arogancí zavedli svět do ekologické krize
- prosazení **ženského přístupu** – více intuitivní, **soucitný, bližší přírodě**



Nová maskulinita

- od 60. let postupná proměna mužství - nové pojetí muže
 - spojení mužské **fyzické síly, pevného postoje, rozhodnosti** s ženskou schopností **altruismu, trpělivosti a lásky**
 - využívá takové chování ve vztazích k ostatním lidem i přírodě
- „**soucitná autorita**“ → silný a odvážný muž schopný soucitu (ek. aktivisté?)

