

Západo česká univerzita v Plzni
Fakulta filozofická

Diplomová práce

**Životní styl bio, koncepce zdraví
a konzumerismus**
Pavla Králíková

Západo česká univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra sociologie

Studijní program Sociologie

Studijní obor Sociologie

Diplomová práce

**Životní styl bio, koncepce zdraví
a konzumerismus**

Pavla Králíková

Vedoucí práce:

Mgr. Ema Hrešanová, Ph.D.

Katedra sociologie

Fakulta filozofická Západo české univerzity v Plzni

Plzeň 2012

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literatury.

Plzeň, červenec 2012

Podkování

Na tomto místě bych ráda podkovoala participant m, kteří se podíleli na mém výzkumu, a bez jejichž úasti by tato práce nemohla vzniknout. Dkuji své vedoucí práce Mgr. Em Hrešanové, Ph.D. za užite ná doporu ení, inspiraci, podporu a trp livost.

Obsah

1	ÚVOD	1
2	REFLEXIVNÍ MODERNITA A INDIVIDUALISMUS	4
3	ŽIVOTNÍ STYLY V MODERNÍ SPOLEČNOSTI.....	9
	3.1 Koncepty životní styl a životní způsob	9
	3.2 Životní styly vztahující se k potravinám	11
	3.3 Konzumerismus	14
	3.4 Životní styly a koncepce zdraví	20
4	METODOLOGIE	27
	4.1 Výběr participant	29
	4.2 Sbírání a zpracování dat	30
	4.3 Etická stránka výzkumu	30
	4.4 Medailonky participant	31
5	BIO ŽIVOTNÍ STYL	34
	5.1 Motivy ke konzumaci biopotravin	34
	5.2 Pojetí bio jeho konzumenty	38
	5.2.1 Bio jako záruka kvality a pirozenosti	38
	5.2.2 Zdravá strava	40
	5.3 Lokální, sezónní a ekologická stopa	42
	5.3.1 Etické aspekty a celospolečenská rizika	45

6	KONCEPTY ZDRAVÍ	48
6.1	Zdraví jako normální stav	49
6.2	Zdraví jako rovnováha fyzické a psychické stránky	49
6.3	Zdraví jako rovnováha s přírodou	50
6.4	Zdraví jako radost nebo zodpovědnost	51
6.5	Funkcionální definice zdraví	52
7	KONZUMERISMUS A BIO KONZUMENTI	54
8	ZÁVĚR	59
9	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMEN	62
10	RESUMÉ	70

1 ÚVOD

„S každým rozhodnutím, které činíme při koupi potravin, vytváříme my, konzumenti jídla, svět, ve kterém chceme žít. Sousto po soustu“ (BIO m sí níku 2011).

Výše uvedený citát z Bio, m sí níku pro trvale udržitelný rozvoj, charakterizuje nejen jednu z hlavních myšlenek bio produkce a spotřeb, ale také vystihuje téma, na které je tato práce zaměřena. Bio, produkty ekologického zemědělství, způsob stravování, ale v jistém ohledu i způsob života, není v současné době neznámým pojmem. Naopak dá se říci, že povědomí o bioproduktech stoupá.

V roce 2009 dosáhl podíl biopotravin na celkové spotřebě potravin a nápojů v České republice 0,71 % (Hrabalová 2011). Česká republika patří k zemím s nízkým zastupem bio potravin na trhu. Nicméně je zaznamenáván růst v produkci a spotřebě bio potravin (Biofach 2008: 139). Bio potraviny tvoří sice malou část světové produkce, ale bio je v současnosti trendem, na který narážíme v každodenní realitě, a proto má význam bio zkoumat. Výzkum zaměřený na bio fenomén nám má že vyjevit hodnoty lidí, kteří bio produkty vyhledávají a zahrnují bio do svých každodenních životních praktik. Bio fenomén ovlivňuje životní styly lidí, má vliv na domácí i světovou ekonomiku a marketingové strategie. Ve světovém zkoumání bio fenoménu narazíme na podstatné otázky týkající se současné společnosti. Co nám bio fenomén říká o současné konzumní společnosti a životních stylech lidí?

Akoliv pojem životní styl v současnosti často zaznívá ve spojitosti s povrchní spotřebou prezentovanou v lifestyleových časopisech a reklamách, jedná se o něco mnohem hlubšího, než by se na první pohled mohlo zdát. Podle Anthonyho Giddense (1991) v době pozdní modernity lidé pouze nenásledují určitý životní styl, ale ve svém smyslu jsou nuceni si životní styl vybrat. Životní styl má být z tohoto úhlu pohledu definován jako více či méně propojený souhrn aktivit a praktik, které jedinec vykonává a přijímá nejen z důvodu utilitárních potřeb, ale proto, že

utvářejí její materiální podobu její i její konkrétní identity (Giddens 1991: 81). Životní styl se stal významným konceptem pro pochopení současného sociálního života lidí, též ve spojitosti se zdravím (Cockerham 2007). Životní styl jako předmět zkoumání při analýze sociálního života získal významnou pozici také (a především) díky práci *Distinction*, v níž Pierre Bourdieu (1984) vykresluje rozdíly mezi třídami ve Francii s ohledem na rozdílný vkus ve stravování a sportu.

Záměrem této práce je analýza fenoménu bio v kontextu současné pozdně moderní společnosti. Výzkumná otázka: „Co je životní styl bio?“ vyvolává další otázku po tom, zda vůbec existuje životní styl bio v žité zkušenosti bio konzumentů? Vzhledem k významnému propojování bioproduktů s dopadem na zdraví, které se objevuje jak v širší veřejnosti, tak i u mých účastníků, zaměřuji se na pojetí zdraví u spotřebitelů biopotravin. Na další analytické úrovni se ptám, jak fenomén bio vypovídá o současné společnosti, respektive s jakými rysy a jevy moderní společnosti je spjat? Pokouším se osvětlit roli bio jako fenoménu, který se dotýká témat, jako jsou konzumerismus a environmentalismus.

V první části práce se věnuji teoretickému vymezení zkoumané oblasti. Nejprve téma zasazuji do širšího kontextu současné pozdně moderní (reflexivní) společnosti. Popisuji koncept konzumerismu, který je užitečným nástrojem k pochopení bio spotřebitelů. Dalším nutným krokem je vymezení životního stylu (respektive životního způsobu) a konceptualizace zdraví.

V metodologické části seznámím s přehledem výzkumu. K poznání motivací a hodnot vztahujících se k životnímu stylu a zdraví účastníků jsem využila kvalitativní metodologii. Výzkum je zaměřen na významy, které účastníci popisují svým sociálním životním stylem. Kvalitativní výzkum umožňuje zahrnutí důležitých prvků a témat, která přinášejí sami účastníci. Při provádění výzkumu jsem se řídila principy zakotvené teorie v podobě, kterou navrhli Anselm Strauss a Juliet Corbin (1999). Především jsem uplatnila doporučení provádět kroky

sběru dat a analýzy neoddelené. Při analýze jsem hledala klíčová témata a podobnosti v procesu neustálé komparace. Participanti jsou spotřebitelé bio výrobků a také zástupkyň produkce bio zboží. Data byla získána pomocí semi-strukturovaných hloubkových rozhovorů. Kromě rozhovorů jsem také využila internetovou komunikaci. E-maily posloužily především jako triangulace sesbíraných dat pomocí rozhovorů.

Analytická část odkrývá významy, které participanti popisují bio životnímu stylu, jejich motivace a konceptualizace zdraví. Odhaluje kategorie, k nimž se vztahují významy, které participanti popsali. V závěru je životní styl bio zasazen do kontextu takzvaného zeleného a etického konzumerismu LOHAS (Životní styly pro zdraví a udržitelnost). Bio životní styl je jedním ze životních stylů sledujících hodnoty LOHAS, proto se také pokouším srovnat sociální a kulturní charakteristiky lidí, kteří tyto životní styly vyznávají.

2 REFLEXIVNÍ MODERNITA A INDIVIDUALISMUS

Jaká je souasná společnost¹ a její charakteristiky? Zní otázka, kterou je nutné si položit předtím, než bude analyzován fenomén bio, protože znalost kontextu pomůže pochopit souvislosti fenoménu. V soudobé literatuře je obvykle souasná fáze vývoje lidstva označována jako modernita (s různými vlastky).

Rozumíme pojem modernita a modernizace tak, jak navrhuje Machonin, podle něhož je „...*nutno odlišit pojmy modernizace jako objektivního procesu právního charakteru, modernity jako té fáze vývoje, jež je v jejím průběhu dosahována (a dříve i později dalšími fázemi modernizace a novou, obměněnou modernitou korigována i přetvářena) a moderny jako hnutí, usilujícího o modernizační pokrok podle své dobové podmínky a subjektivní představy modernity (modernity jako ideálu).*“ (Machonin 2005: 187; zvýrazněno v originále)

Pojem modernizace jako historického procesu bývá často datován do doby přelomu osmnáctého a devatenáctého století, jsou spojovány s epochou osvícenectví, severoamerické války za nezávislost a Velké francouzské revoluce (Machonin 2005: 185). Modernizace je specifickým vývojovým procesem, v jehož rámci se dějí změny v práci, v sociálních aspektech, změny ve strukturách moci. S tímto procesem je spojen intenzivní hospodářsko-technický, vědecký, kulturní, vzdělávací vzestup, rozvoj občanských svobod a lidských práv, prosazování demokracie jako „ideální“ správy společnosti. Jsou rozvíjeny snahy o vyšší životní úroveň, životního tempa, dochází k posunu od zastaralých tradic k novým ideálům, je kladen důraz na víru v pokrok a v autoritu vědy.

Jevo charakteristických pro modernizaci je celá řada, například Machonin uvádí následující: „byrokratizace, demokratizace, diferenciaci,

¹ Termín „společnost“ používám ve významu euroatlantické civilizace, popř. společnosti České republiky.

globalizace, hospodářský růst, informatizace, individualizace, industrializace, inovace, intenzivní komunikace, kultivace emocionality, liberalizace, marketizace, masová spotřeba, meritokratizace, mnohost příležitostí, mobilizace, morální proměny, multi- i transkulturalita, postmaterialistické změny hodnot, profesionalizace, racionalizace, reflexivita, rizikovost, rostoucí role aktér (subjektu), revoluce v umění, otevřenost, sekularizace, sexuální revoluce, sociální spravedlnost, sociální stát (stát blahobytu) – v poslední době naopak jeho zeshňování i demontáž, strategické plánování, technokratizace, trvale udržitelný rozvoj, urbanizace, vdecké a expertní vědění, vdecké objevy a jejich využití všeobecné nebo pouze mírové využití, vdecko-technická revoluce, v domovní ekonomika i společnost, vzdělanostní expanze, změny sektorové struktury, změny organizačních struktur“ (Machonin 2005: 188).

V rámci tématu životních stylů v modernitě se tato práce dotýká zejména jevu a procesu jako individualizace, konzumerismus, morální proměny, reflexivita a rizikovost. Proces modernizace má kořeny v euroamerickém kontextu, ale péřevaha badatelů se shoduje, že se postupně rozšiřuje i na další kontinenty a probíhají u něj kvalitativní proměny (Machonin 2005: 185).

Moderní společnost se mění v souvislosti s transformací kapitalismu a dostává se tím do své druhé fáze, která bývá označována jako reflexivní, tekutá, radikalizovaná moderna. Jedním z výrazných jevů, jehož podoba se díky transformaci modernity změnila, je individualismus (Bartoš 2007: 507). Individualismus je pojem vysvětlovaný ve třech rovinách: jednak jako postoj, který upřednostňuje jednotlivce před všemi kolektivy (rodinou, sdružením, občanskou společností i státem); za druhé jako politická teorie a doktrína, která zdrazňuje práva jedince a vyžaduje omezení regulující moci státu; za třetí jako filozofická koncepce, podle níž je individuum cílem o sobě a jeho posláním je seberealizace a sebekultivace. Individualismus je v sociologii chápán jako podstatná charakteristika moderní společnosti, v níž se jedinec stává základním vztažným bodem (Velký sociologický slovník 1996: 421–422).

Bartoš (2007) shrnuje historické momenty, které zvýšily rozsah a intenzitu individualismu. Umožnil to vznik moderního státu a trhu, i jejich vlivu; rozvoj hodnot svobody, rovnosti a tolerance; dále pak industriální revoluce a její vliv na podobu práce a dělbu rolí; „objevení“ modernismu a psychoanalýzy; transformace trhu a konzumní revoluce, komunikační revoluce; krize ideologií v politické vědomí a konec velkých ideologií.

Proces individualizace zapírá i změny v budování identity osobnosti. Podle Baumana si člověk svou identitu kupuje (Bauman 2002: 134). Prostřednictvím materiálních věcí a své spotřeby jedinec získává svou identitu. V tekuté modernitě také spíše k docílení podřízenosti standardům fungují principy lákání a svádění než nátlak a nucení.

Giddens popisuje novou modernitu jako vlastek reflexivní. Lidé na sobě musí ustávit a pracovat (na svém jednání, vystupování, vzhledu a podobě) a podrobovat reflexi dosažené výsledky (Bartoš 2007: 507). Individua mají schopnost každodenní reflexe, i když nemusí být vždy diskurzivní nebo v domě. Reflexivita modernity je „...zvláštním případem reflexivního osvojování si reprodukčních podmínek sociálního systému, kdy se myšlení a jednání neustále odrážejí jedno v druhém“ (Giddens cit. dle Martuccelli 2008: 427). To, co je charakteristické pro modernitu, není přijímání nového jako takového, ale předpoklad systémové reflexivity, což samozřejmě zahrnuje reflexi povahy reflexe samotné (Giddens 2010: 41).

Pozdní modernita je plná paradoxů, protichůdných zkušeností a jevů: přemíslování a nové umístění, intimita a neosobnost, rostoucí specializace a nové uchopení tohoto vědomí, privatizace nebo partikularismus jedinců a radikální angažovanost v sociálních hnutích. Existence v modernitě je souborem ontologické jistoty a existenciální úzkosti. V jejím kontextu jsou lidé nuceni stavět svou identitu tak, že si sami vytvoří spojitku mezi svou individuální zkušeností a sociální změnou. Vracejí se ke svým minulým prožitým zkušenostem, zahrnují je do svých biografii, aby mohli v přítomnosti zachovat kontinuitu svého já a udržet

souvislý příběh o sobě samých. K integraci minulosti a předvídání budoucnosti ve vztahu k přítomnému jsou jedincům k dispozici reflexivní prostředky jako terapie, příručky, články v časopisech, pomoc odborníků, televizní pořady, internetová fóra a podobně (Martuccelli 2008: 434-436).

Z důvodu zodpovědnosti jedince za vlastní fyzický vzhled roste význam životosprávy. Rozšiřují se možnosti a způsoby každodenní sebereprezentace. V nich kterých případech přílišná úzkost plynoucí z přílišné sebekontroly a touhy po sebevyjádření vede k patologiím jako je mentální anorexie (Giddens 1991: 103-108). Životní styly jsou v každém aspektu osobního života alespoň částečně určovány volbou individua. Všichni jsou konfrontováni s ostatními alternativními životními styly. Jistota a ustálenost normality se mění. Zkušenost, která byla v blízké minulosti pokládána za normální a není podepřena tradicí, je nadále už jen jednou zkušeností z mnoha (Martuccelli 2008: 437).

Životní styly i identity jsou (alespoň částečně) výsledkem volby. Individua mají „...svobodu vytvářet si anebo demonstrovat své identity podle libosti. Anebo to tak alespoň vypadá“ (Bauman, 2002: 134). V nejistém moderním světě dosahují lidé svých identit skrze spotřebu konzumního zboží. Podle Baumana je pro konzumní společnost charakteristické připodobovat každou činnost k nákupu. Lidé neustále hledají nové a vylepšené životní příklady a návody a toto pátrání je svým způsobem také druhem nákupu (Bauman 2002: 118). To vše je umožněno pomocí nabídkami trhu. Moderní stát a trh nastavuje novou společenskou logiku, v níž se jedinec považuje za svrchovaný cíl, existující pouze sám pro sebe (Lipovetsky 2003: 262). Což na jednu stranu vyvolává domněnku naprosté svobody v nezměrném množství voleb, ale na druhou stranu je jedinci ukládána zodpovědnost sama za sebe a své zdraví.

Modernita je dialektikou přítomnosti a absence, místního a globálního (Martuccelli 2008: 430). Oproti tradičnímu spojení času a prostoru pevně vrstlých do lokálních kontextů, se modernita vyznačuje

oddělením času a prostoru (Giddens 2010: 23-26). Objevuje se ale další ještě nezmíněný paradox modernity, a to na jedné straně globalizace světa, s ní spojená univerzalizace a približování jednotlivých částí planety, ale souasně zdrazování autenticity a významnosti lokálního². Biofenomén je tématem, v němž se potkávají otázky globálního charakteru (ekologická ochrana celé planety) a lokálního (důležitost místních a sezónních potravin). V souvislosti s globalizačním procesem se eší právě ekologicko-sociální témata povstávající z napětí a rozdílů mezi vyspělými konzumními státy a rozvojovými zeměmi. Pozdní modernita s sebou přináší skrytá, avšak všudypřítomná rizika. Nezamýšlené důsledky se týkají oblasti ekologické, sociální stejně jako ekonomické. Tyto důsledky modernizace, které ohrožují přežití, jsou univerzální a platí pro každého bez rozdílu (Beck 2011: 110). Hledají se řešení. Na individuální rovině se snaží některé jedinci přispět tím, že přijímají skromný životní styl nebo kupují produkty, které jsou ekologicky a sociálně eticky nezávadné.

²Na takzvanou glokalizaci, paradoxní průvodní jev globalizace, upozorňuje Robertson (1995). Příkladem může být jakákoliv nadnárodní společnost prodávající své produkty po celém světě, užpřesobující na které zboží lokálním požadavkům. A koliv přispívá globálně, jedná i lokálně, tak aby lokální specifika nalákala místní zákazníky.

3 ŽIVOTNÍ STYLY V MODERNÍ SPOLE NOSTI

Životní styly spolu se zdroji identit se v pozdní moderní společnosti mění. Tato kapitola uvádí koncept životního stylu a životního způsobu. Je zaměřena na životní styly orientované na potraviny, bio životní styl je jedním z nich. Dále je problematizována otázka konzumerismu a jeho rozdílných pojetí. V neposlední řadě se dotýká tématu zdraví, z hlediska životních stylů, ale také jeho konceptualizace.

3.1 Koncepty životní styl a životní způsob

Jelikož je středem zájmu životní styl bio, je podstatné upřesnit, co je míněno pod pojmem životní styl. Kategorie životního stylu je velice široká, zahrnuje množství různých aspektů a oblastí života. Podle Dubského, Duffkové a Urbana (2008: 66-69) se můžeme v sociologii setkat s následujícími pojetími a rozlišeními mezi termíny *životní způsob* a *životní styl*.³

První možností je nerozlišovat ve významu mezi životním způsobem a stylem. Jsou tudíž autory používány jako synonyma. Dále je možné v literatuře rozeznat dva proudy smýšlení: Zaprvé je životní způsob zkoumán především s ohledem na socio-ekonomickou dimenzi (jsou sem zahrnovány elementární existenční otázky, životní úroveň, práce, spotřební vzorce) a je významově odlišný od životního stylu, u něhož je zdůrazňována dimenze kulturologická (volný čas, hodnoty, tradice, mezilidské vztahy). V druhém myšlenkovém proudu je životní způsob

³ Je možné se také setkat s termínem *životní sloh*, jehož užití ale není v současné sociologické produkci frekventované. Koncept životního slohu je spojen se jménem Karla Honzika, který ho považuje za soustavu vzájemných forem objevujících se ve společnosti v konkrétní historické epochu. (Blíže viz Honzík, Karel. 1958. *Co je životní sloh*. Praha: československý spisovatel.)

pojmán více abstraktně, spíše jako vysoce obecná kategorie, přičemž životní styl je jeho podkategorií. Životní styl má pak konkrétní podobu, je téměř jakýmsi plánem, vnitřně spojuje jednotlivé stránky stylu života, a už na rovině jednotlivce i skupiny (Duffková, Urban, Dubský 2008: 69).

Duffková (2006: 2) definuje životní způsob „jako systém významných činností a vztahů, životních projevů a zvyklostí typických, charakteristických pro určitý subjekt.“ Životní styl je pak konzistentním životním způsobem, jednotlivé složky (jako například zásadní činnosti, vztahy, zvyklosti) jsou vzájemně propojeny v jeden uspořádaný celek. Představuje do jisté míry sjednocený způsob života individua. Životní styl skupiny reprezentuje zobecněné typické rysy životního způsobu, jež jsou společné pro většinu příslušníků dané skupiny (Duffková 2006: 2-3).

Dle Kubátové (2010: 20) je příklon k používání jednoho i druhého konceptu otázkou teoretického zakotvení. Životní způsob představuje kvantitativní souhrn složek života (činností, vztahů, aspektů) a jeho teoretickým základem je pozitivismus i funkcionální strukturalismus. V mnohých výzkumech je životní způsob operacionalizován v ekonomickém smyslu v souvislosti se životní úrovní, jedním z indikátorů je například vybavenost domácnosti (Machonin 1996: 107).⁴ Životní styl podle tohoto teoretického dělení zahrnuje kvalitativní charakteristiky životního způsobu, významy, které lidé přisuzují realitě, a na jejichž základě žijí a interpretují dění v okolním světě. Toto pojetí životního stylu je doménou fenomenologie, symbolického interakcionismu (Kubátová 2010: 16).

Ještě je potřeba zdůraznit jeden zásadní termín v souvislosti s životním způsobem a stylem, a to hodnoty. Librová (1994) je jednou z autorek, která neklade důraz na rozlišení mezi životním způsobem a stylem. Podtrhává však důležitost hodnotové preference jako podstatné složky motivací lidského chování. Používá zjednodušenou definici

⁴ Machonin operuje s ukazatelem vybavenosti domácností, ale používá pouze pojem životního stylu, u něhož rozlišuje ekonomickou a kulturní složku, pojem životní způsob nepoužívá.

životního způsobu jako souhrnu lidských hodnot. Pokračuje ve své úvaze a dodává, že ekologicky příznivý způsob života pak musí být, v návaznosti stejné logiky, radikální změnou hodnot individua (Librová 1994: 13). Hodnoty lidí, žijících a stravujících se bio, jsou jedním z hlavních předmetů zájmu v následujícím výzkumu.

Pro účely mého výzkumu jsou do konceptu životního stylu zahrnuty a sledovány především tyto složky a aspekty: hodnoty (týkající se především zdraví a ekologického přístupu k životu), konzum, stravování. Zajímám se především o hodnotovou stránku. Nicméně ekonomický aspekt není přehlédnut, a to z důvodu provázanosti volby životního stylu se strukturálními podmínkami. Na druhou stranu pro zachování principu zakotvené teorie je ponechána otevřenost možnostem a nepřekvapivým i neočekávaným kategoriím vyplývajících z dat. Z výše uvedeného tedy vyplývá, že životní styl pojmám z kvalitativní perspektivy s důrazem na hodnotovou složku.

3.2 Životní styly vztahující se k potravinám

Grunert (2006) chápe životní styl jako prostředníka mezi hodnotami a prostředím. Hodnoty lze považovat za relativně stálé, mění se pomalým tempem. Jedincovo vnímání prostředí je variabilní a záleží na konkrétní situaci. Individua se snaží dosahovat své hodnoty i v rozvíjejících se nových podmínkách v průběhu života. Z tohoto důvodu můžeme hovořit o změnách se životních stylech. Životní styl je pokusem o dosažení rovnováhy mezi změnami v prostředí a naším vlastním hodnotovým systémem (Grunert 2006).

Pro účely výzkumu vztahu hodnot a spotřebitelského chování v oblasti nákupu potravin je využíván *nástroj pro zkoumání životních stylů zaměřených na potraviny (the food-related lifestyles instrument; FRL instrument)*. FRL instrument byl vytvořen v Centru pro výzkum

spotřebitelských vztahů v oblasti potravin (*The Centre for Research on Consumer Relations in the Food Sector, MAPP*). Měří postoje konzumentů ohledně nákupu, přípravu jídla a spotřebu potravinových produktů. Ukazuje, jak lidé uplatňují své hodnoty v oblasti konzumace potravin (Buckley et al., 2005). FRL instrument má podobu dotazníku s 69 položkami. Měří 23 dimenzí životního stylu v pěti hlavních oblastech: způsob nakupování, metody vaření, aspekty kvality, situace spotřebu, motivy k nákupu (př. Scholderer et al. 2004; Wycherley, McCarthy, Cowan 2008).

Dotazník je využíván ke zjištění, které skupiny konzumentů vyhledávají jaké druhy potravin. Informace o těchto pěti oblastech upřesňují představu o spotřebitelích a jejich chování a hodnotách, doplňují obrázky o konzumentech, o nichž byly doposud známy jen socio-demografické proměnné. Respondenti jsou v analýze rozděleni do segmentů dle konkrétních charakteristik. Podle výsledků mezinárodních srovnávacích výzkumů se nemusejí v každé zemi vyskytovat všechny segmenty konzumentů (viz například Buckley et al. 2005). Často se objevují tyto skupiny konzumentů: *dobrodružní (adventurous)*, *nedbalí (careless)*, *konzervativní (conservative)*, *racionální (rational)*, *svařinováři (snacking)* a *neangažovaní (uninvolved)* konzumenti (Buckley et al. 2005).

Předmětem výzkumů jsou například speciality (k nimž bývají zaryby právně biopotraviny; Wycherley, McCarthy a Cowan 2008), funkční potraviny⁵ (Szakály et al. 2012), konzumaci masa a jeho náhražek (Grunert 2006) i vztahu životního stylu a obezity (Pérez-Cueto et al. 2010). Validita výzkumného nástroje byla potvrzena zejména v západních evropských zemích, ve Velké Británii, Francii, Nizozemsku, Dánsku, Španělsku (Scholderer et al. 2004), ale například i v Maarsku (Szakály

⁵ Funkční potraviny jsou potraviny, které mají nejen výživovou hodnotu, ale jsou i přínosem pro zdraví. Obsahují přidávané složky, jež jsou zdraví prospěšné. Zlepšují obecný zdravotní stav organismu, například probiotika, nebo snižují riziko některých nemocí, například jsou produkty snižující hladinu cholesterolu (Siró et al. 2008).

et al. 2012). Platnost instrumentu byla ověřována i mimo Evropu, například v Ín , kde byla použita upravená verze (Grunert et al. 2011).

Akoliv byl FRL instrument vytvořen především pro účely marketingového výzkumu, mže v mnohém přispět i v sociologické debatě o životních stylech zaměřených na jídlo a stravování. Díky tomuto nástroji můžeme odhalit, jaké skupiny konzumentů vyhledávají bio produkty. Dle výzkumu autorů Wycherley, McCarthy a Cowan (2008) provedeného ve Velké Británii se o bio zboží zajímají lidé patřící do skupin *dobrodružní (adventurous)*, z nichž padesát procent konzumuje biopotraviny nejméně jednou týdně a často. Lidé v segmentu *dobrodružní* se velice zajímají o potraviny a obzvláště o speciality. Je pro ně důležitý sociální faktor stravování, rádi se stravují mimo domov a s přáteli. Nejdůležitější jsou pro ně aspekty zdraví, chuť,erstvost, ekologicky zpracovávané potraviny a zejména poměr kvality a ceny (kde je kvalita rozhodující). Patří sem lidé ve středním věku, s vyšším vzděláním, zaměření na plný úvazek, z ABC1⁶ sociální skupiny, respektive nižší střední, střední a vyšší střední třídy (Wycherley, McCarthy, Cowan 2008).

Bio životní styl je životní styl, v jehož ústředí stojí hodnoty spojené s ekologickým zemědělstvím, zpracováním a výrobou produktů, se zdravím a etickým zacházením se zvířaty. Tyto hodnoty a postoje bio konzumentů budou rozebrány v analytické části, v níž budou zkoumány také motivy ke konzumaci bio a role konzumerismu.

⁶ Schéma používané ve Velké Británii pro demografickou klasifikaci populace.

3.3 Konzumerismus

Konzumerismus se stal předmětem mnoha teoretických debat a je rozvíjen jako koncept v rámci různých teorií. Yiannis Gabriel a Tim Lang (2006) upozorní na to, že konzumerismus je používán v rozdílných kontextech, přičemž tedy s pohledem pojetí konceptu konzumerismus a tvrdí, že některé typy se mohou v určitých aspektech i překrývat. Avšak žádný z těchto konceptů není sám o sobě vyčerpávající a všezahrnující.

První vyzorovaný typ konzumerismu představuje *morální nauku* ve vyspělých zemích. V rozvinutých státech se stala spotřeba v podstatě nezpochybnitelnou součástí života. Podle tohoto úhlu pohledu konzumerismus zprostředkovává svobodu, moc a štěstí, které náleží ke konzumentovské schopnosti si vybrat a užívat zboží a služby. V rámci tohoto diskurzu zabírají styl, vkus, fantazie a sexualita první místo. Gender nemá tak výsadní roli a důležitost třídy mizí (Gabriel, Lang 2006: 8).

V druhém pojetí konzumerismu vystupuje *ideologie demonstrativní spotřeby*. Nejen že se konzum stal základním měřítkem pro hodnocení dobrého života, ale také funguje jako mechanismus ustanovování sociálních a statusových rozdílů, v němž zasahuje do stratifikační funkce náboženství, práce i politiky. Demonstrace materiálního zboží stanovuje sociální pozici a prestiž svého vlastníka (Gabriel, Lang 2006: 8).

Tento rámec konzumerismu tvoří *ekonomickou ideologii globálního vývoje*. Konzumerismus se stal klíčovým prvkem mezinárodních vztahů od obchodu, pomoci až k zahraniční politice. Starost o konzumenty je považována za podstatnou část ekonomického rozvoje v různých zemích světa (Gabriel, Lang 2006: 8-9).

Další oblastí, ve které je s konzumerismem operováno, je *sféra politická*. Převodně konzum ve své rétorice používala pouze politická pravice, ale nyní se s ním můžeme setkat v celém politickém spektru.

Moderní stát vystupuje jako garant práv konzument a minimálních standard , také jako hlavní poskytovatel zboží a služeb. Poskytování a vytvá ení tržních prostor (toho, co bylo d íve vnímáno jako veřejné zboží a služby) je nyní novou rolí státu (Gabriel, Lang 2006: 9).

V poslední době pojetí konzumerismu akcentuje *sociální hnutí usilující o prosazení a ochranu práv spot ebitel* . Konzumentská podpora a ochrana spot ebitel se vyvinula spolu s m nícími se vzorci a podobou spot eby. N kte í konzumenti a jejich zastánci se v dnešní době odklonili od výhradního zájmu sledování kvality a ceny zboží a p istoupili ke kritice nespoutané spot eby ve sv t s omezenými zdroji a k ehkým p írodním prostředím. Hovo í se tak o nové vln konzumerismu s radikální a etickou agendou (Gabriel, Lang 2006: 9).

Politickému, etickému a ekologickému aspektu pojetí konzumerismu v nuje pozornost například Noreena Hertz (2003). Autorka upozor uje na faktické zvýšení zájmu a snahy podporovat eti nost a ekologi nost produkt . Britští a ameri tí konzumenti prokázali ochotu bojkotovat neetické postupy firem . Jsou dokonce naklon ni nekupování produkt eticky nekorektních firem a p íplatit si za zboží vzniklé p í eticky správném výrobním procesu (Hertz 2003: 138).

Kvalita a bezpe nost produkt jsou up ednost ovány nejen z d vodu zajištění spot ebitelské d v ry, ale také umož ůjí p ístup k mezinárodnímu obchodu a p edevším podporují zdravotní stav populace. Záruka kvality je požadována a o ekávána v rámci celého et zce potravní produkce od p stitele, chovatele, poskliz ových center, p es zpracovatelský pr mysl, po hypermarkety i drobné prod ejce. V tšina základních požadavk na kvalitu potravin je ve vysp lých zemích zakotvena v jejich legislativním systému a už v podob zákon , vyhlášek a na ízení i povinných standard . V eské republice se jedná zejména o zákon o potravinách a tabákových výrobcích a zákon o vinohradnictví a vina ství. Zahrnují jednozna né definice jakostních parametr výrobk , produk ních a manipula ních postup , p edepsané metodiky zjiš ování

shody a stanovují postihy za nedodržení. Legislativa je minimální zárukou etiky. Nicméně k získání důvěry zákazníků a dobrých pověstí již jenom dodržování zákonů nepostačuje, u potravin je stále ještě usilováno o etické závazky (Kopec 2006).

Etická kritéria v produkci potravin jsou zacílena na několik oblastí. Sme k zákazníkovi jsou vyžadovány principy jako nadstandardní jakost a zdravotní bezpečnost potravin, nezávadné výrobní technologie. Sme k pracovníkům potravinového řetězce jsou to lidská práva, pracovní prostředí, péče o zdraví a kvalifikaci, sociální spravedlnost, spravedlivá odměna. Sme k trhu jsou zdrazňovány zase etické tržní, partnerské a mezilidské vztahy. A sme k životnímu prostředí je sledována ochrana před znečišťováními, péče o biodiverzitu a je akcentován také globálně udržitelný rozvoj produkce (Kopec 2006).

Trend podpory etičnosti a ekologičnosti výrobků silný jako ve společnostech Spojených států amerických, Velké Británii i Německu (jak zmiňuje Hertz 2003) nebyl ve společnosti České republiky prozatím potvrzen, nicméně se objevuje zájem českých spotřebitelů o informovanost v oblasti výživy a informace ohledně výživových hodnot jednotlivých výrobků. V roce 2011 sledovalo údaje na obalech produktů 90% oslovených konzumentů (z celkového počtu 1 058 žen i mužů ve věku 20–50 let). Dvě třetiny z nich také dostaly údaje o složení potravin. Více než polovina spotřebitelů zúčastněných výzkumu zná nutriční označení GDA⁷ a třetina využívá označení GDA jako vodítko při nákupu. Nejvíce se konzumenti soustředí na informace o trvanlivosti (88%) a pak na informace o složení produktů (68%). Chybějí-li na obalech výrobků údaje o složení, nakupující takovým potravinám nedůvěřují (Spotřebitel chce být informován 2011). Důležitost informovanosti spotřebitele ukazuje, že lidé o své spotřebě přemýšlejí a zajímají se o údaje o potravinách.

⁷ GDA (Guideline Daily Amounts), neboli doporučené denní množství, je označení informující o obsahu energie. Procenty vyjádřený podíl doporučeného denního množství

Obeznamenost eských spotebitel v oblasti certifikovaných produkt ovšem není, v porovnání se tením údaj o složení výrobku, tak rozsáhlá. Podle výsledk z pr zkumu společnosti STEM/MARK zná zna ku BIO 27% respondent (z celkového po tu 1006 r eprezentativního vzorku populace eské republiky). V obeznamenosti se mezi spotebiteli pak vede s 80% zna ka Klasa, následují zna ky Czech Made (zná 29 %), a eský výrobek (zná 26 %). Zbývající ti i zna ky (Regionální potravina, Fairtrade, Ekologické zemědství), na jejichž znalost byli respondenti dotazováni, zná mén než desetina respondent a 12 % eské populace nezná ani jednu ze zna ek. Jak se ukazuje, ve společnosti eské republiky není certifikovaná zna ka výrobku nejvýznamn jším faktorem p i rozhodování o nákupu produktu, tém polovina respondent se p i svém rozhodování ne ídí ani jednou z uvedených zna ek. Zákazníci se p ikloní k nákupu výrobku ozna eným zna kou Klasa, další zna ky nehrají až tak zásadní roli v rozhodovacím procesu. Zna ka BIO rozhoduje p i nákupu pouze u 5% dotázaných, zna ka eský výrobek u 8%, eský výrobek garantovaný komorou u 7%, Czech Made u 4%, Regionální potravina u 1%, Fair trade u 1%, Ekologické zemědství v bec nerozhoduje. V tšina spotebitel se p iklání k názoru, že zna ení výrobk pomáhá zlepšovat kvalitu produkt v eských obchodech (Tisková zpráva STEM/MARK 2011).

Sou asné hospodá ské politiky (zejména západních zemí) mají sklon o ekávat, že konzumenti p i svých nákupech zvažují ší i sociálních otázek, jako jsou zdraví, kvalita jídla, blaho zví at, finan ní úspornost, d tská práce, místní komunity, udržitelnost vývoje životního prost edí. Tato o ekávání mají i širokou podporu ve ejnosti. Lidé asto uvád jí, že zastávají tyto hodnoty, nicmén se ukazuje, že ve svém výsledném nákupním chování tyto hodnoty nereflektují. Nesoulad mezi up ednost ovanými hodnotami a skute ným jednáním má n kolik možných vysv tlení. Konzumenti mohou nap íklad vykazovat nedostatek

energie, cukr, tuk, nasycených mastných kyselin a sodíku obsažený v p esn stanoveném množství produktu. Užití zna ení GDA je pro výrobce dobrovolné (Foodnet 2012).

osobního prostředí, nebo se mohou vyskytovat tržní bariéry, jako je málo poskytovaných informací i vysoké ceny. Nesoulad mezi hodnotami a vykazovaným jednáním je možné také vidět jako nedílnou charakteristiku konzumní kultury, kde významy znamenají víc než materialita (Kjærnes 2012).

Unni Kjærnes (2012) podotýká, že je podstatné zkoumat konzumentskou kulturu nejen na úrovni jedince, ale také zahrnout do úvah sociální a politické procesy. Obrací pozornost k otázkám sociální distribuce zodpovědnosti. Zasazuje rozhodovací proces individua o nákup do širšího kontextu vztah mezi politikou, trhem a konzumní kulturou. Důležitou roli hrají také důvěra a moc zmínit podmínky potravinového etice. Podle autorky je vhodné se ptát, zda si lidé myslí, že dělají správnou věc, a že by ostatní měli vzít také zodpovědnost. Nebo zda si lidé myslí, že specifické nákupy nejsou úžinnou formou jednání. Ve veřejném prostoru se objevuje též názor, že etické značky (certifikované výrobky) jsou jedním z dalších způsobů prodejců zvýšit svůj profit. Autorka proto zdůrazňuje, že lidé mohou mít rozdílné představy o tom, co je dobrý skutek a kdo nese zodpovědnost, neboť jejich jednání znamenat odpor i nezájem. Proto je třeba sledovat nejen vliv konzumentů, ale také jak ostatní aktéři a instituce ovlivňují spotřebitelské chování (Kjærnes 2012).

Autor, který vyzdvihuje naopak individualitu konzumenta a jeho touhu po konzumu, je například Gilles Lipovetsky (2007). Charakterizuje společnost jako „civilizaci touhy“. Tento nový typ modernosti má za cíl zlepšování podmínek a lepší život, dosahování osobního štěstí a soukromého uspokojení. Objevuje se tak hyperkonzument, „... z valné části oproštěný od staré kultury společenských vrstev a s nepředvídatelnými zálibami a nákupy. Od spotřebitele podléhanému sociálnímu statusovému tlaku vývoj přešel k hyperkonzumentovi, jenž si žádá emocionální zážitky a lepší život, vysokou životní úroveň a kvalitu zdraví, známé značky a autenticitu, bezprostřednost a komunikaci“ (Lipovetsky 2007: 16). Právě nová fáze spotřebního kapitalismu,

hyperkonzumní společnost, jak ji Lipovetsky nazývá, postavila do úst edního postavení spotebitele, u n jž jednou z mnoha tužeb je touha po kvalitním jídle, rozmanitých chutí, nejlépe p írodního p vodu. Zárove je v této době lov k veden k tomu shán t si informace a doh lížet na to, jakou stravu požívá (Lipovetsky 2007: 258).

Individualizovaný jedinec nese zodpov dnost za sv j život a je nabádán k sebekontrolě, jež má být založena na p íjímání v deckých poznatk . Prevence a zachování zdraví jsou z nejd ležit jších hodnot, které jsou ve společnosti zd raz ovány (Lipovetsky 2007: 316), proto se také da í p írodní a alternativní medicín . V souvislosti s vyvýšením zdraví na nejvyšší dosahovanou hodnotu dochází k medikalizaci spot eby. Zdravotní rysy získává zboží v oblasti zdraví, turistiky, bydlení i kosmetiky (Lipovetsky 2007: 60-61). Vid no z druhého úhlu pohledu dochází zárove ke komercializaci zdravotní pé e (Hrešanová 2008).

Životní styl bio spoluvytvá í tyto zm ny v požadavcích a hodnotách ve společnosti. Lidé se uchylují k uv dom lému výb ru kvalitní stravy, shán jí si informace a zajímají se aktivn o své zdraví. Lipovetsky (2007: 60) tvrdí, že vývoj poptávky a chování v oblasti zdraví je odrazem úpadku prestižního chápání spot eby. Podle n j upadají tendence se s pole ensky odlišovat, protože se spot eba soust edí hlavn na jedince a jeho zdraví.

S výrokem ohledn stírání hranic mezi lidmi díky spot eb ve zdraví si dovolím polemizovat, domnívám se nap íklad, že ne každý má prost edky na stejn kvalitní spot ebu zdravotní pé e. Využívání zdravotnických služeb nap í společenskými skupinami závisí na konkrétním zdravotnickém systému státu a dostupnosti služeb. Nap íklad jakékoliv zavedení spoluú asti pacient má za následek snížení kvality pé e o osoby s nižšími p íjmy. Zdravotní pé e v eské republice je zajiš ována zejména státem, reformní opat ení jako regula ní poplatky u léka e pak p íspívají ke stratifikované spot eb .

Vzhledem k tomu, že bio je často asociováno se zdravím, rozhodla jsem se zaměřit úžeji na zdraví. Proto se v následující podkapitole věnuji: konceptu zdraví v perspektivě sociologie zdraví a nemoci a životním stylům orientovaným na zdraví.

3.4 Životní styly a koncepce zdraví

Životní styl se stal v západních společnostech velice rozšířeným vysvětlením příčin zdraví a nemocí. Pojem životního stylu dominuje v medicínském i laickém výkladu zdravotního stavu. Způsob, jakým se stravujeme, zda pravidelně cvičíme, zda kouříme, jestli pijeme alkohol, to vše je považováno za hlavní faktory ovlivňující zdraví. A v současné společnosti je to bráno jako samozřejmá součást života. Diskuse o tom, co bychom měli dělat pro své zdraví, nás neustále bombardují (Hansen, Easthope 2007).

Konec dvacátého století přinesl určité koncepty životního stylu do oblasti veřejného zdraví a epidemiologie. Došlo tak ke zdůraznění rozmanitosti faktorů působících na zdraví i nemocí, respektive způsobů působících nemocí. Ilov k tomu že žádný faktor sám ovlivnit, a tak v důsledku takto chápaného životního stylu, je podtrhávána důležitost zodpovědnosti za vlastní zdraví (Hansen, Easthope 2007: 8). Zdravý životní styl je vyžadovaný a je považovaný za způsob preventivního opatření chronických nemocí i předčasné smrti. Lidem je připomínána v tšich zodpovědnost za vlastní zdraví (Cockerham 2007: 49).

Za tímto společenským požadavkem, jak tvrdí Cockerham (2007: 50), stojí zejména ve těchto oblastech: změna v považujícím typu nemocí, transformace modernity, zejména sociálních identit. V rámci epidemiologické tranzice se změnila povaha nemocí zodpovědných za mortalitu ve většině zemí světa od akutních nemocí k chronickým. Chronické nemoci jako srdeční choroby, rakovina, mrtvice, diabetes

a podobně nemohou být definitivně vyléčeny medicínskými postupy, proto je apelováno na jedince, aby se vyvaroval určitých způsobů chování. Kouření, alkoholová i drogová závislost, stravování se tunými jídly, případně i nechráněný sex mohou vést ke zdravotním problémům a k předčasné smrti (Cockerham 2007: 50).

Druhou změnou jsou aspekty jevy tvorby nové formy modernity (Bauman 2002; Giddens 1991). V pozdní modernitě je oslabována moc tradičních autorit, jako je medicína, a kontrola nad vlastním zdravím je tak vkládána do rukou jedinců pomocí konceptu životního stylu. Nad medicínským trhem slábne vliv profesionálů a lékařů, už nejsou jedinými rozhodčími na tomto poli. V rozhodovacím procesu ohledně léčby je zdrazována role pacientů. Díky moderním technologiím je medicínské vzdání rozšířeno do veřejného prostoru (Cockerham 2007: 50). O slovo se hlásí různé pacientské organizace a spolky. Proces reflexivní modernity vytváří tlak na širší dialog mezi experty - vědci, veřejnými osobami, sociálními teoretiky a mezi laickou veřejností - pacienty, členy různých skupin a hnutí (Giddens 1991; Popay et al. 1998: 59).

Laické zkušenosti se zdravím a nemocemi přináší do medicínské debaty novou dimenzi, především zkušenostní. Laikové jsou informováni o zdravotních záležitostech a mohou vyvíjet sofistikované modely, které mohou představovat výzvu vůči tomu, co je nabízeno oficiální medicínskou vědou. Nejedná se jen o individuální reflexi, ale laický hlas může nabýt i kolektivní dimenze v podobě různých kampaní za zdraví, a už v lokálních komunitách, na národní i mezinárodní úrovni. V mnoha kampaních dnes spolupracují experti s laickými skupinami, jindy jsou zase v opozici (Bury, Gabe 2004: 4). Organizace pacientů fungují nejen pro cíl sdílení zkušeností s nemocí, ale také shromažďují informace a stanovují vzdání o zdraví a nemoci (Brown, Zavestoski 2005: 65).

Těto oblasti transformace v pozdní modernitě je sociální identita. V předcházející době byl život člověka ovlivněn především tradiční pozicí i zaměstnaneckým statutem. V dnešním světě pozdní modernity je zdrojem

identity prá v životní styl a s ním spojený konzum. Podle sou asné rétoriky platí, že to, co lidé kupují a konzumují, odráží, jací jsou oni sami (Cockerham 2007: 50-51). Životní styl jako systém propojených praktik a inností p edstavuje nejen napln ní utilitárních pot eb, ale také dává materiální formu ur ité naraci o identit (Giddens 1991: 81).

Zdravý životní styl m že být chápán jako forma konzumu, ve kterém je zdraví využíváno pro n co dalšího jako t eba pro delší život, práci, nebo radost z vlastní fyzické kondice. Zdravý životní styl (mající r zných podob) je podporován široce p sobícím pr myslem, který nabízí zdravotní pot eby i služby, a podporuje, i p ímo vybízí ke konzumu (Cockerham 2007: 50). Na druhou stranu m že být hodnota zdraví vnímána jako cílová hodnota sama o sob .

Konzum a zájem o zdraví se odráží i v textech laické kultury a v jejich pojetí životního stylu. Hansen a Easthope (2007) rozpoznali dva hlavní p ístupy k životnímu stylu a zdraví: „pr mysl svépomoci, zdraví, krásy a fitness“ a „alternativní/holistickou medicínu“. V rámci t chto dvou pojetí životního stylu je pojmáno zdraví odlišnými zp soby. V prvním p ípad být zdravý znamená vypadat štíhle a mlad . V p ípad alternativní medicíny je kladen d raz na uv dom ní si d ležitosti individua a jeho vlastní p i inlivosti a sebereflexe v dosahování zdraví.

Nettleton (2006: 38) uvádí, že p i snaze o definování zdraví m žeme nalézt pozitivní i negativní definice. P íkladem pozitivní definice zdraví je vymezení Sv tové zdravotnické organizace, tj. WHO (World Health Organization), íká, že zdraví je „stav úplné fyzické, psychické a sociální pohody, nikoliv pouze nep ítomnost nemoci i t lesné chyby“ (Definition of Health 2012). Takové definování zdraví pomáhá zachytit komplexní realitu lov ka (nejen jeho biologickou ást), zahrnuje i subjektivní (psychickou) a sociální stránku vnímané situace. Biomedicína, která vychází z ist biologické p edstavy o fungování t la a rovnováhy organismu, vymezuje zdraví jako absenci nemoci, je tudíž zástupcem

negativní definice zdraví. Dalším možným dělením je rozlišení na definice funkcionální a zkušenostní. Funkcionální pojetí bere zdraví jako podmínku pro výkon sociálních rolí (Parsons 1951). Naprosto odlišnou perspektivou je ta, která dává důraz na zkušenost a vnímání sebe sama (Kelman 1975 cit. dle Nettleton 2006: 38).

Alternativní možnost ve snaze o definování zdraví přináší přístup, který zkoumá, jak sami lidé vnímají tento pojem. Laické koncepte zdraví jsou klíové pro tuto práci. Teprve v posledních dekádech je pozornost sociologům věnována k lidskému jednání vztahujícímu se ke zdraví. Přesvědčením a výrazem ohledně zdraví je v sociologii zdraví a nemoci přisuzována značná důležitost, která je na druhou stranu také kritizována (Calnan 2004).

Kupříkladu Crawford (1984 cit. dle Calnan 2004) ve své studii koncepcí zdraví v americké střední třídě uvádí dvě kontradiktorní koncepte zdraví. První se vztahuje k manifestaci zdraví a péče o něj skrze sebekontrolu, disciplínu, odříkání. Stav zdraví je tudíž odrazem pevné vůle a práce sama na sobě. V druhém případě je zdraví spojováno se štěstím. Být zdravý znamená být šťastný a užívat si života bez (zdravotních) omezení.

Williams (1983 cit. dle Nettleton 2006: 38) identifikoval tři laické koncepte zdraví: jako absence nemoci, dimenze síly i slabosti, nebo jako funkční zdatnost. Podobné kategorie našla Herzlich (1973 cit. dle Nettleton 2006: 38), hovoří o zdraví ve vakuu, které připomíná koncept zdraví jako absence nemoci; dále je to rezerva zdraví vnímaná jako biologická kapacita i schopnost těla odolávat a vyrovnávat se s nemocemi; v poslední řadě je zdraví chápáno jako rovnováha, normální (ideální) zdravý stav, který je ovšem zřídka dosažen. Nettleton (2006) upozorňuje, že Flick (2000) k této klasifikaci přidává ještě čtvrtou koncepci

a to zdraví jako životní styl, v němž je zahrnuto stravování, fyzická kondice a podobně.

Staiton-Rogers (1991 cit. dle Nettleton 2006: 41) identifikuje osm alternativních přístupů ke zdraví objevujících se ve společnosti: 1) tělo jako stroj, kde se nemoc přirozeně a reálně objevuje; 2) tělo pod útokem, v obléhání virů a bakterií a/nebo pod stresem v moderním světě; 3) nerovnost v přístupu ke zdraví (popřípadě ke zdravotním službám); 4) kulturní kritika medicíny, jsou kritizovány souvislosti a dopady skutečnosti, že biomedicína je dominantní tradicí v západních společnostech; 5) podpora zdraví skrze životní styl; 6) silný individualismus, který zdrazňuje práva jedince na uspokojivý život; 7) Boží moc, která chápe zdraví jako odměnu, výsledek správného žití a duševní blaho; 8) síla odhodlání, zodpovědnost dosahovat svého zdraví.

Lidé, kteří věří, že je zdraví možné kontrolovat, se tím spíše chovají podle doporučení oficiálních zdravotních organizací. Ohnisko kontroly zdraví je multidimenzionální, tyto dimenze jsou vnitřní kontrola, mocní druzí a šance. Lidé, kteří věří, že mohou kontrolovat své zdraví, si také myslí, že zdraví je výsledkem jejich jednání více než lidé, kteří věří, že je zdraví v rukou lékaře nebo osudu (Wallston et al. 1978). Podobně si Hansen a Easthope (2007: 93) všimají, že lidé přikládají životnímu stylu příčinu dobrého zdraví, ale nemoc je způsobena vnějšími okolnostmi, událostmi, které nejsou pod přímou kontrolou jedince jako je osud, neštětí, biologické příčiny jako viry a podobně.

Mnozí autoři a autorky dodávají, že je především třeba zkoumat koncepcí zdraví s ohledem na širší sociální a kulturní kontext (Calnan 2004; Cockerham 2007; Nettleton 2006). Jedním z důležitých aspektů je socio-ekonomická situace jedince. Konzum zdravotních potřeb a služeb spojených se zdravím závisí na finančních podmínkách individua. Například Savage se svými kolegy (et al. 1992) přicházejí s teorií

rozdílnými životními styly – asketickým, postmoderním a konvenčním. Inspirací jim je Pierre Bourdieu (1984) a jeho teze o sociálních odlišnostech reprezentovaných rozdílným vkusem společnosti. Zmíněné životní styly kategorizují právě podle vkusu.

Asketický styl je spjat s konzumem různých forem zboží a služeb, které souvisí se zdravím a cvičením. Lidé zastávající tento styl jsou typicky zaměřeni v oblasti vzdělávání, péče o zdraví, sociálních služeb. Mají vysoký kulturní kapitál, ale nízký ekonomický. Jejich vkus se odráží v aktivitách, jako je například lezení po horách, bruslení, stolní tenis, pěší turistika, jóga, je jim vlastní kultura autenticity a přirozena. Zatímco lidé a asketickým stylem mají vysoký kulturní kapitál a nižší ekonomický, typičtí jedinci s postmoderním stylem života mají vysoké příjmy a pracují v soukromém sektoru. Tito lidé kladou důraz především na estetický vzhled, který spojují se zdravím, ale zároveň vyznávají i požitkářství zejména v jídle a pití. Osoby zastávající konvenční styl pak pracují ve veřejných službách a provozují sporty jako bowls⁸ a squash. Savage se spoluautory dodávají, že kulturní kapitál se stává dležitějším pro každého člena společnosti, a proto zdravý životní styl asketický (tj. kdo má nejvyšší kulturní kapitál) se stává předlohou změnám v životních stylech obecně (Savage et al. 1992: 104-131).

Ovlivnění sociální pozicí člověka na jeho koncepci zdraví popisuje například i Calnan. Uvádí, že když lidé mají popsat svůj běžný den, tak se obvykle nezmiňují o zdraví. Zdraví není prioritou v každodenním životě, dokud se neobjeví problém u dané osoby nebo jeho rodiny (Calnan 2004: 62). Odpovědi na otázku: „Co je zdraví?“ jsou obvykle ovlivněny sociální pozicí respondenta. Sociodemografické charakteristiky jako sociální třída, věk, gender, vzdělání ovlivňují vzorce chování spojeného se zdravím.

⁸ Bowls je společenská hra populární ve Velké Británii, podobná francouzskému pétangue. Cílem je přiblížit svou hrací kouli nejbližší jacku (malé kuličce).

Například lidé s vyšším socio-ekonomickým statusem mají tendence popisovat zdraví v pozitivních termínech, zatímco lidé s nižším socio-ekonomickým statusem popisují zdraví spíše v negativním smyslu (jako nebyť nemocný) a jako něco, co je mimo jejich kontrolu. S ohledem na gender se definice zdraví liší tak, že ženy spojují zdraví spíše se schopností vypořádat se s domácností a muži spíše s výkony v oblasti sportu. Rozdíly v definicích zdraví se projevují tak, že starší lidé více spojují zdraví s funkční schopností, to jest schopností vykonávat hodnou práci a různými činnostmi (Bowling 2002: 21). V západních společnostech mají lidé s nižším socio-ekonomickým statusem tendence spíše vnímat povodce zdraví a nemoci pocházející z vnější přírody a mimo jejich kontrolu (například životní prostředí, bakterie), zatímco lidé s vyšším socio-ekonomickým statusem upřednostují vysvětlení, že individuální chování způsobuje zdraví i nemoc, a to zmiňují vliv stravování (Bowling 2002: 22).

Ann Bowling (2002: 20-21) na základě výsledků z množství kvalitativních i kvantitativních studií dokládá, že zdraví je laicky vykládáno různými způsoby. Zdraví v laických vysvětleních figuruje jako absence nemoci (což se kryje s bio-medicínským modelem); jako síla; lidé zdrazují i funkční aspekt zdraví, kdy ho vidí jako umožnění vykonávat normální, každodenní role; pro někoho znamená zdraví být fit (například ve vztahu ke cvičení); pro někoho zase schopnost vypořádat se s krizemi a stresem; mít zdravé návyky a vitalitu; být sociálně aktivní; hygienické a dobré podmínky pro život a osobní vývoj; stav dobré psychické i fyzické rovnováhy.

Skupiny s vyšším socioekonomickým statusem mají větší pravděpodobnost, že budou vést zdravé životní styly, než lidé z nižších socio-ekonomických skupin. Životní styly jsou částečně určovány postupem jedince k finančním zdrojům, člověk musí mít dostatek zdrojů, aby mohl vést určitý životní styl. Když přemýšlíme o životním stylu,

musíme brát také v potaz ostatní faktory, které nemá jedinec pod kontrolou jako znečištění, ceny jídla, dostupnost sportovního vyžití a podobně (Bowling 2002: 34).

4 METODOLOGIE

K zodpovězení následujících výzkumných otázek jsem zvolila kvalitativní výzkumnou metodologii: *Co je bio životní styl? (Existuje životní styl bio v žité zkušenosti bio konzument?) Jaké mají lidé motivy ke koupi biopotravin? Jaká jsou pojetí zdraví u lidí kupujících bio?* Zajímají mě motivace a hodnoty vztahující se k životnímu stylu a zdraví. Zvolila jsem kvalitativní přístup z důvodu povahy zkoumaného tématu, ale také z osobního přiklonu k této formě výzkumu. Cílem kvalitativního typu výzkumu je zkoumání lidí v jejich přirozeném sociálním prostředí. Výzkum je zaměřen na významy, které účastníci popisují svým sociálním životem. Výhodné je využití kvalitativního oproti kvantitativnímu přístupu v situacích, kdy existuje málo znalostí o dané oblasti, témata jsou senzitivní nebo složitá, nebo pokud je vyžadována maximální příležitost k objevování a generování induktivních hypotéz. Oproti kvantitativním dotazníkům a vysoce strukturovaným technikám, umožňuje kvalitativní výzkum zahrnutí důležitých prvků a témat, která popisují sami účastníci, taktéž umožňuje zahrnout subjektivitu jedinců, která bývá v kvantitativním pojetí opomíjena. Další výhodou výzkumníků je dostat se blízko ke zkoumanému materiálu a možnost získání informací, jež jdou do hloubky (Bowling 2002: 352).

Při provádění výzkumu jsem se řídila principy zakotvené teorie v podobě, kterou navrhli Anselm Strauss a Juliet Corbin (1999). Spíše jsem následovala principy zakotvené teorie, než bych „dělala zakotvenou teorii“, protože k provádění zakotvené teorie v celé její hloubce a šíři je

nutná určitá výzkumnická zkušenost. Inspirovala jsem se jejich radami a pokyny za jinými badateli. Především jsem uplatnila doporučení provádět kroky sběru dat a analýzy neodkladně. Při analýze jsem hledala klíčová témata, podobnosti, ale odlišnosti jsem neignorovala, naopak tyto napomáhaly k dalšímu uvažování nad objevenými tématy a kategoriemi.

Participanty jsou spotřebitelé bio výrobků a také zástupkyň produkce bio zboží. Data byla získána pomocí semi-strukturovaných hloubkových rozhovorů. Kromě rozhovorů jsem také využila internetovou komunikaci. E-maily posloužily především jako triangulace sesbíraných dat pomocí rozhovorů.

Jako další zdroj dat posloužily internetové stránky zaměřené na bio produkty a na bio životní styl. Webové stránky posloužily v první fázi výzkumu jako senzitivizující materiál. Díky nim jsem získala pohled o tom, jaké vci se dávají s bio do souvislosti. Jejich úloha nicméně pokračovala i v pozdější fázi výzkumu a to jako triangulační prvek. Někteří účastníci mi totiž sdělili několik internetových zdrojů, které sami navštíví, čímž v průběhu rozhovoru odkázali na nějaké konkrétní stránky, abych si ověřila, respektive rozšířila informace, které mi sami podali. Považuji za přínosné doplnit získaná sdělení účastníků zdroji, které sami využívají. Napomáhá to celostnímu obrazu o smyslu jejich myšlení. Nicméně je důležité podotknout, že materiál z doporučených internetových stránek slouží jako rozšiřující výzkumný materiál, rozhodně ne jako vedlejší zdroj.

4.1 Výběr participant

Nakupování a hledání konkrétního zboží a služeb je součástí dnešních životních stylů (Bauman 2002), proto jsem zvolila jako hlavní kritérium výběru participantů konzumaci bio potravin. Nekvantifikovala jsem především, jak často, a jaké množství bio potravin si musí respondenti za jakou dobu kupovat, protože hlavním zájmem je kvalitativní stránka věci, tj. jak se identifikují s bio životním stylem. Co pro ně bio životní styl znamená. Pro doplnění pohledu na síť spotřebitelů jsem požádala o participaci také provozující obchodu s bio zbožím. K výběru participantů jsem využila sociální síť a metodu snowball.

Výzkumný vzorek vypadá následovně: Co se týče zaměstnaneckého statusu, výzkumu se zúčastnily tři i studentky (lišící se mírou zapojení do pracovního trhu), jeden pracující, dvě ženy na „rodě ovské dovolené“ (z toho jedna je osoba samostatně výdělečně činná) a provozovatelka obchodu s nabídkou bio, která je momentálně také na „rodě ovské dovolené“. Uvedená provozovatelka obchodu s biopotraviny, má mezi participanty zvláštní postavení. Není totiž v cílové skupině spotřebitelů bio, ale naopak je takzvaná na druhé straně. Tato participantka poskytla důležité informace a jinou perspektivu k otázkám bio. Participantů mají různé profily a příjmy. Výzkumu se zúčastnily v převážné většině ženy, participoval pouze jeden muž. Participantů žijí v domácnostech, které sahají od jedné domácnosti až po sedmičlennou rodinu.

4.2 Sbírka a zpracování dat

Sbírka dat jsem prováděla pomocí hloubkových, semi-strukturovaných rozhovorů nahrávaných na diktafon. K rozhovoru jsem používala takzvaný interview guide neboli průvodce rozhovorem. Což vypadalo následovně: měla jsem připravené otázky, respektive okruhy otázek na papíře, na který jsem si zároveň dělala i poznámky v průběhu rozhovoru. A koliv byly rozhovory nahrávané, nejdůležitější informace jsem si poznamenala již během rozhovoru. Pouze v krátkých bodech, tudíž moje chvilkové psaní nenarušovalo průběh rozhovoru. Při výzkumu jsem využila pomocný software. Pro přehrávání rozhovorů jsem použila Express Scribe, který umožňuje ovládat zvukovou stopu zároveň i přiepisování v programu Microsoft Word. Účinným pomocníkem při analýze dat mi byl program Atlas.ti.

4.3 Etická stránka výzkumu

Základním vodítkem dodržování etických principů je, že by účastníci neměli být uinováni na újmu výsledků zúčastnění se na výzkumu. Měli by dát k účasti na výzkumu svůj informovaný souhlas (Bowling 2002: 161). Před nahráváním rozhovoru jsem nejprve účastníky seznámila ve stručnosti se svým výzkumem a požádala je o informovaný souhlas, kterému jsem měla připravenou písemnou verzi. Akceptaci nahrávání rozhovoru na diktafon, seznámení s výzkumem a závazek anonymizace citlivých dat jsem zahrнула do písemného souhlasu a spolu s účastníkem podepsala. Každý tak dostal jednu kopii „smlouvy“ mezi oběma stranami.

4.4 Medailonky participant

Daniela (24 let)

Daniela je studentkou pedagogické fakulty, studuje výtvarné umění a tělesnou výchovu. Při studiu také pracuje v redakci časopisu o tetování. Od svých šestnácti let nejí maso a v osmnácti přešla na úplnou veganskou stravu. Vyhledává potraviny v bio kvalitě. Podle jejích slov mají bio a veganství hodně společného. Potraviny nakupuje v hypermarketech a objednává si bedýnky se zeleninou a ovocem v rámci bedýnkového systému ve městě, kde žije. Používá vegan/bio kosmetiku.

Filip (26 let)

Filip pracuje jako zvukař, má vystudovanou vysokou školu, obor zaměřený na zvukovou dramaturgii. Žije v bytě ve velkoměstě. Je vegetarián. Jako vegetarián ale považuje za „správné bio“ pouze produkty rostlinného původu. Potraviny si sám nepěstuje, bio produkty nakupuje ve specializovaných prodejnách. Stravuje se také ve veganských restauracích. Jídlo pro něj představuje důležitou a velkou část měsíčních výdajů.

Jindiška (39 let)

Jindiška je zaměstnána prací v domácnosti a péčí o svých potomků. Své děti vyučuje sama doma. Vystudovala vysokou školu v oboru informačních technologií. Zajímá se o aktivní rodičovství. Spolu s manželem se snaží žít dle permakulturních zásad již patnáct let. Na které plodiny si pěstují na své zahradě u domu v malém městě, jiné získávají od místních zemědělců, kterých je dle slov paní Jindišky málo.

Největší část jídelníku však zabírají potraviny, které paní Jindiška jako samozásobitelka objednává z velkoobchodu.

Julie (23 let)

Julie studuje uměleckou vysokou školu, zároveň pracuje jako produktivní. Žije ve velkém městě v panelovém domě. Na balkoně pěstuje bylinky a má v plánu založit i kompost. Potraviny nakupuje na farmářských trzích (nejen bio), mléko a mléčné výrobky získává ze závozu z mléčné farmy, další věci koupí ve zdravé výživě. Doplnkové produkty, které nesežene na těchto místech, nakoupí v supermarketu. Snaží se žít „ekologicky rozumně“. A koliv považuje všechno „zdravé“ za drahé, je ochotná za takové produkty zaplatit (příjem domácnosti tvoří její kapesné a platby).

Klára (29 let)

Klára je provozovatelkou obchodu se zdravou výživou. Klára sama bio stylem nežije, a koliv používá některé výrobky z obchodu. Vystudovala obor kulturologie a momentálně je na rodičovské „dovolené“ s přítelkyní synem. Obchod, který zavedla se svou kamarádkou, zahrnuje sortiment v bio i ne-bio kvalitě. Bio (s příslušnou certifikací) jsou například mléčné výrobky, bio maso na objednávku. Z produktů, které nemají Bio certifikát, jsou v nabídce italské speciality (sýry, uzeniny, omáčky na těstoviny), bezlepkové, bezlaktózoové, hypoalergenní výrobky. Ovoce a zeleninu odebírají od českého farmáře.

Kristýna (24 let)

Kristýna studuje genderová studia. Žije v menším městě. Žít bio je pro ni ideál, ke kterému by chtěla dospět. Dříve se stravovala vegetariánsky (asi po dobu pěti let, minulý rok začala jíst opět masné

produkty). Potraviny nakupuje na farmářském trhu a v supermarketech. Jídlo je pro ni koníkem, velice ráda vaří. Říká, že jsou s manželem požitkáři. Přijem domácnosti tvoří zejména manžel v plat manažera, protože Kristýna studuje. Náklady na potraviny tvoří velkou část výdaj domácnosti.

Milada (43 let)

Paní Milada pracuje jako výtvarnice, fotografka, spisovatelka. Její další a významnou pracovní náplní jsou zahrada a bylinky. Je matkou tří dětí. Se svou rodinou žije na okraji velkomsta na starém vesnickém statku s rodinným kempem. Podílá se na ekologických programech pro děti. Bio orientovaným způsobem života žije již třináct let. Přistupuje sama k bylinkám, zelenině, ovoce a ořechům. Potraviny nakupuje manžel v hypermarketech, zeleninu, ovoce a med získávají od farmářů z okolí, vejce od babičky, králíky od sousedů, pečivo z místní malé pekárny, sama nakupuje obilniny bio obiloviny, semínka a mouky v obchodu se zdravou výživou nebo v DM drogerii.

Zdenka (29 let)

Zdenka vystudovala agroekologii, pracuje v bio prodejně. Žije ve velkomstě. Je vegankou. Do svého jídelníčku zahrnuje hlavně obilí, jáhly, pohanku, luštěniny, zeleninu, někdy moškové šasy, semínka, obilniny jako sladkost, bylinky, používá dochucovadla, jako jsou miso, sojová omáčka, slady, obilné sirupy. Potraviny nakupuje ve zdravé výživě, kde pracuje, nebo přes internetový bezobalový obchod, zeleninu shání od farmářů, případně využívá systém bedýnek. Zajímá se o permakulturu a chtěla by v budoucnosti žít permakulturně.

5 BIO ŽIVOTNÍ STYL

Úelem této kapitoly je bližší seznámení s významy, které přikládají bio konzumenti bio produktům (zejména biopotravinám) a životnímu stylu bio. Jsou zde následně probrány kategorie důvodů pro přijetí životního stylu bio, respektive koupi biopotravin. To, jaký význam bio konzument přikládá bio, se pojí s jeho motivací bioprodukty kupovat.

5.1 Motivy ke konzumaci biopotravin

Nejčastěji bývá jako hlavní motiv nákupu zmínováno zdraví, výživová hodnota, dále pak chuť, ochrana životního prostředí, etické zacházení se zvířaty, bezpečnost potravin a s ní spojená malá dávka v konvenční potraviny, neobsažení geneticky modifikovaných organismů (GMO), chemických látek, aditiv a pesticidů, podpora místní produkce, trend (Hughner et al. 2007; Padel, Forster 2005). Při rozhovorech s účastníky výzkumu se objevovaly výše uvedené důvody, ale také některé další. Důvody se vyskytovaly u účastníků v různé míře důležitosti a vzájemného propojení více druhů motivů. Nejvíce zdrazňovanými motivy byla ochrana životního prostředí, zdraví, etické pohnutí, s drazem na ochranu práv zvířat a kvalita potravin. U zúčastněných žen, které mají děti (případně o děti uvažují), se objevil důvod zohledující zodpovědnost vůči dětem spojenou též s jejich zdravím.

Bioprodukty nejsou pouze produkty podporující zdraví, bio produkce obsahuje i zdraví nepříliš prospěšné potraviny (jako například cukrovinky či bio bobek). Ale vzhledem k eliminaci používání chemických látek, pesticidů, případně masa hormonů a podobně, jsou biopotraviny obecně považovány za zdravé. Podpora vlastního zdraví a případně zdraví svých blízkých je významným motivem pro konzumenty bio (Hughner et al. 2007). Účastníci zmiňovali zdraví jako motiv k nákupu

biopotravin jako hodnotu i stav, který chtít jí podpořit, nebo ho dosáhnout. Například Julie začala mít před šesti lety problémy s žaludkem a v důsledku toho se rozhodla více reflektovat, co jí a začala do svého jídelníku zdravou stravu. Pro své zdraví, ale i pro životní prostředí považuje za nejvhodnější jíst české a sezonní potraviny. Tvrdí, že tento způsob života důsledně dodržuje už dva roky. Právě snaha o zlepšení svého zdravotního stavu byla prvotním impulzem k orientaci stravy na bio a sezonní potraviny, k čemuž se posléze přidal i environmentální motiv.

Paní Miladu k bio stravování přivedly životní události jako vážná nemoc a úmrtí její matky. Tyto události bývají uváděny jako jedny ze silných motivací k přijetí životního stylu bio. Výsledky mého výzkumu ohledně motivačního prvku zdraví jsou ve shodě s závěry autorek Padel a Foster (2005). V jejich výzkumu rozlišily dvě kategorie motivů vztahující se ke zdraví: vlastní nemoc i potravinová alergie nebo snaha o prevenci. Lidé kupují bio, když jsou nemocní a chtějí podpořit své uzdravení pomocí zdravé stravy (za kterou je významná část biopotravin považována) nebo považují nákup biopotravin jako prevenci proti nemocím (Padel, Foster 2005).

Podobně Daniela zdrazuje „istotu“ biopotravin. Bio jí umožňuje jíst potraviny bez aditiv. Jejím hlavním motivem jíst bio je nicméně spojen s veganstvím. Danielu jako veganku zajímá na jídle jeho etický aspekt, konkrétně zachování práv zvířat. Nejí maso, ani žádné živočišné produkty. Bio pak pro ni znamená „*životní styl bez éek, bez chemie, protože když už do sebe cpeš jenom rostlinný vci, tak do sebe nechceš cpát tohle, protože tlo, který nepožívá živočišný tuky, tak se neumí poprat s jedy.*“ (Daniela)

Akoliv biopotraviny nejsou totéž co vegetariánské i veganské produkty (bývají někdy méně informovanými lidmi zaměňovány), mezi vegetariány a vegany jsou bioprodukty často vyhledávány. Výzkumů zúčastněný vegetarián Filip a veganky Daniela a Zdenka zdrazovali etické a ekologické důvody konzumace bio. Vegetarián Filip zmínil

ekologické dopady výroby masných produktů a potěbu snížit náklady žití a omezit tak negativní vlivy (potravinářského) průmyslu na přírodu. Z individuálního hlediska zdůraznil důvod kvality při nákupu biopotravin. Potěba jíst kvalitní jídlo ho motivuje ke koupi biopotravin, protože dostatek prokazují své původ a složení.

Zdenka uvedla, že *„primární pohnutka v těchto letech byl soucit s takzvanými hospodářskými zvířaty a touha nepodílet se na jejich utrpení, to znamená, přestat je konzumovat. Postupně se k tomu přidala i ekologie, viděla jsem, jak konvenční zemědělství poškozuje půdu, vodu, lesy, vzduch, ničí louky a jiné pro život důležité ekosystémy a uvědomila jsem si, že pokud budu kupovat tyto výrobky, podílím se na tom taky.“* (Zdenka)

Etické důvody koupě bio zmínila i Kristýna, která do minulého roku byla také vegetariánkou (po dobu pěti let). Maso nejedla kvůli tomu, že se jí při zacházení se zvířaty ve velkochovech, nikoliv proto, že by jí maso nechutnalo. A koliv již maso jí, upřednostňuje bioprodukty před ne-bio, právě z etických pohnutek. A podobně jako Filip oceňuje a vyhledává bio kvůli vysoké kvalitě bioproduktů.

Těm všichni účastníci zohlednuli více než jeden důvod, který podporuje jejich rozhodnutí kupovat bioprodukty. Komplexnost důvodů ilustruje například výpověď paní Jindišky: *„Jo tak to bylo první o tom vztahu k přírodě, že nám začalo docházet, že to konvenční zemědělství tu přírodu hodně poškozuje a že jsou i jiné možnosti, že existuje to bio zemědělství. Tak jako tady to byl ten prvotní důvod. Samozřejmě stravovat se zdravě, neublížovat svému tělu, to jako samozřejmě je taky dobrá myšlenka. A samozřejmě i to, že máme děti, pro který chcem to nejlepší. To jsou takové důvody.“* (Jindiška)

A koliv v odpovědi o důvodech bio stravování uvedla paní Jindiška ochranu životního prostředí, zdraví svoje a své rodiny a zodpovědnost vůči dětem, z významů celého rozhovoru bylo patrné, že ve svém životním

stylu zohledňuje především ochranu životního prostředí a zdraví celé rodiny v souladu s přírodou.

Paní Jindiška každé dva měsíce objednává produkty z velkoobchodu do zásoby na další měsíce. Někdy přídá ke své objednávce i několik věcí pro lidi ve svém okolí, zejména pro své příbuzné. Na této službě pro své známé ale nevydává, pouze jim zprostředkovává objednávku, zboží zájemcům předává za totožnou cenu, za jakou je nakoupila. Činí tak z popudu toho, že chce podpořit myšlenku bio a umožnit i dalším lidem podílet se na ochraně životního prostředí. Na mou otázku, zda někdy uvažovala o prodeji bio potravin, paní Jindiška odpověděla, že o zřízení obchodu v budoucnosti sní, nicméně v současnosti na to nemá časové prostředky, protože se chce plně věnovat svým potomkům.

Spojitost dialogu prezentuje i ukázka z rozhovoru s Kristýnou:

„A pro mě je to takovej zdravěj životní styl, kterej je ohleduplněj. Zdravěj životní styl, kterej bere ohled a už na tu přírodu nebo ty zvířata, když pak budeme mluvit o nějakym bio mase a tak. Vim, že spousta lidí, která měla třeba alergie a takový v cí, pak ve výsledku si tím hodně pomohla, což u nás je, a myslim, bude docela relevantní, protože manžel je docela silnej astmatik a alergik na všechno, takže jestli to třeba dít budou mít potom, tak myslim, že asi pudeme hodně tady tou cestou, jako tomu věřim.“ (Kristýna)

Jak je patrné, motivací ke koupi bioproduktu je mezi bio-konzumenty široká paleta. S tím, co od bioproduktu očekávají, se také pojí to, jak věc chápou, co to bio je.

5.2 Pojetí bio jeho konzumenty

Jedna stránka v cí je formální, respektive právní, definice⁹ toho, co jsou bioprodukty, ale druhá strana je, jak bio vnímají jeho konzumenti. Jaké významy si s bio spojují a jaké mu přikládají vlastnosti? Participantů přitahují fenoménu bio několik významů. Zmínili následující aspekty bio životního stylu a bioproduktů samotných: v porovnání s konvenčními produkty označují bioprodukty za dražší, nicméně kvalitnější, přirozenější, etičtější, ekologičtější, zdravější a chutnější.

5.2.1 Bio jako záruka kvality a přirozenosti

jistota složení, obsah bez aditiv, hormonů, pesticidů v potravinách je důležitým prvkem biopotraviny. Význam „jistoty“ a přirozenosti potravin zdůrazňuje například Daniela, když se vyjadřuje o bio jako o potravinách bez chemických přísad (bez umělých barviv, dochucovadel, glutamátů, umělých aromat a podobně):

„Měla by tam být prostě eliminovaná chemie. To je asi jako nejvyšší základ toho bio, protože ta myšlenka bio, je že lidé do sebe perou chemii všude, a se venku nadechneš nebo cokoliv. Takže v tom jídle by to mělo být co nejvíce. A jako jestli se opravdu dodržují ty výrobní postupy, tak vlastně, za tu vyšší cenu, která tam trochu jako je, tak jíš vlastně i lepší jídlo, kvalitnější jídlo. Že prostě bio šáva je fakt šáva a obyčejněj

⁹ V právní úpravě se rozumí Bio potravinou produkt ekologického zemědělství, který je vyroben z rostlin, živočichů a jejich produktů, jejichž pěstování, chov a zpracování upravuje Zákon o ekologickém zemědělství č. 242/2000 Sb. a Nařízení rady (ES) č. 834/2007. Podle tohoto zákona je „bioproduktem surovina rostlinného nebo živočišného původu nebo hospodářské zvíře získané v ekologickém zemědělství podle předpisů Evropské unie“, jehož podmínky jsou definovány v Nařízení rady (ES) č. 834/2007 (Zákon č. 242/2000 Sb.; Nařízení rady (ES) č. 834/2007).

sirup, prost šáva je um lý sladidlo, um lý barvivo, um lý aromata. To je asi ta hlavní myšlenka, že jako je to kvalitn jší.“ (Daniela)

Významným a často zmi ovaným prvkem v souvislosti s bioprodukty je kvalita. Mezi konzumenty je rozší ený názor, že bioprodukty jsou kvalitn jší než konven ní produkty. S kvalitou byly zmi ovány další pojmy jako p irozenost, autenti nost, pravost a skute ná chu potravin. Podle v tšiny bio konzument Bio zna ení prokazuje a zaru uje kvalitu:

„Protože prost chci mít jistotu, že jim kvalitní v ci. Když vezmu ty párky, že v tom není žádná mouka, že je to prost fakt párek.“ (Kristýna)

Bioprodukty vzbuzují v konzumentech d v ru v to, že opravdu v dí, co konzumují. Nap íklad pro Filipa znamená bio „cestu k zpr hledn ní toho, co jíme. Protože na v cech, který nejsou bio, nemáš v tšinou šanci poznat, z eho to doopravdy je a p vod.“ (Filip)

Požadavek bio konzument , po autenti nosti a istot potravin, odráží všeobecnou touhu po skute ném a jedine ném zboží v individualizovaném sv t pozdn moderní spole nosti. Lidé vyhledávají chu ov rozmanité, erstvé a p írodní jídlo. Konzumenti jsou lákáni na viditelné certifikované ozna ení kvality (Lipovetsky 2007: 259). Oficiální ozna ení kvality, poskytuje alespo ň jakou jistotu v jinak nejistém bytí individualizovaného jedince v pozdní modernit (Giddens 1991: 35-69). Bio konzumenti jsou si v domi nepr hlednosti n kterých proces výroby a distribuce zboží. Jejich postoje a názory odrážejí obavy z všudyp ítomných, avšak neviditelných a nep edvídatelných rizik (Beck 2011). A koliv Beck (2011) hovo í o rizikách jako nezamýšlených d sledcích modernity, a tudíž unikajících možnosti anticipace, jsou d sledky zp sobu života spole nosti a jejich len diskutovány a problematizovány zejména ze strany ekologicky orientovaných lidí, respektive environmentalist .

5.2.2 Zdravá strava

Při porovnání bioproduktů s konvenčními produkty všichni účastníci uváděli spojitost se zdravím. Biopotraviny považují za zdravější než konvenční potraviny. Zdravé složení bioproduktů zdrazuje například Kristýna, která i když problematizuje otázku o postících konvenčních potravin a o napadených biopotravinách mikroorganismy:

„Přijde mi, že už třeba tím složením, nebo pak když budu mluvit o zelenině nebo takových těch jednodruhových v cech, tak prostě jo. I když spousta lidí tvrdí, že je pak ta zelenina napadená nějak, co není vidět, protože to nemá ten postik. Ale to je prostě otázka, co je horší, jestli je horší konzumovat nějaký umělý nebo modifikovaný v cí, nebo jestli si říkat, že tam může být někde nákej, prostě ty bakterie z toho hnoje. To asi záleží na každém, co mu přijde horší.“ (Kristýna)

Dodává ovšem, že není rovnítka mezi zdravou výživou a bio. říká, že se do jisté míry překrývají. Ale upozorňuje na to, že bio mohou být i potraviny, které nejsou zdravé, například bio bramborky a podobně. Na totéž poukazuje například i Zdenka:

„Jsou dražší, chutnější, co do druhové rozmanitosti pestřejší, zdravější díky tomu, že v nich nejsou rezidua chemických látek (respektive neměly by být). Neznamená to ovšem, že co je bio, musí být pro člověka zdravé. Jako třeba nejsou biocukr, bio kravské mléko a podobně.“ (Zdenka)

Povšimněme si, jak bio konzumenti reflektují skutečnost, že bio výrobky jsou považovány za zdravé z důvodu vyvarování se použití pesticidních látek při procesu výroby, ale zároveň nalézají potraviny, které zdravé podle jejich mínění nejsou. Jak mezi laiky, tak mezi odborníky na výživu a lékaři, se význam a náplň zdravého životního stylu liší. Názory na to, co je zdravé, se mění. Jedni například vychvalují mléko pro jeho obsah tuků a potrubných minerálních látek a vitamínů, druzí zase varují před jeho

užíváním kvůli nežádoucím dopadům na zdraví jako je zahuštění a podobně.

Všeobecně se účastníci shodli na tom, že čím kvalitnější jídlo člověk jí, tím je zdravější. Biopotraviny pokládají za zdravé především proto, že neobsahují barviva, arómata, jednoduše žádná aditiva. Kristýna dokonce považuje stravování se biopotravinami za způsob prevence chronických nemocí:

„A taky jsem četla, že spousta lidí se zmírnila nebo odešla úplně alergická, na rýmu v čí. (...) Když to vztáhnou bio a rakovina, podle mě bio docela jako do velké míry ovlivňuje to, jestli ti propukne nebo nepropukne rakovina, protože když budeš jíst rizikové potraviny, prostě geneticky modifikovaný, nebo já nevím co všechno, neustále si smažit ve fritáku a tak, tak pak to riziko je vyšší. Takže si myslím, že v tomhle to je to dobrý způsob prevence, možná.“ (Kristýna)

Dalšími zdravými aspekty biopotravin, které jsou pro bio konzumenty rozhodující, je období, v jakém plodiny rostou a místo pěstování potravin.

5.3 Lokální, sezónní a ekologická stopa

D ležitým bodem diskuze ohledn bio se stal rozpor v logice ekologi nosti bioprodukt dovezených z velké dálky. Zna ná ást participant zmi ova problém nesouladu bio jako ekolog icky p íznivé produkce a dovozu z jiných, mnohdy tisíce kilometr vzdálených zemí. V tomto ohledu byl zmi ován termín ekologická stopa¹⁰. Tento koncept p edstavuje nástroj pro výpo et využitých ekologických zdroj . R zné kategorie lidské spot eby jsou p evedeny na plochy biologicky produktivních ploch, pot ebné k zajišt ní zdroj a asimilaci odpad . Jednoduše e eno ekologická stopa vyjad uje plochu (zem a vodních ekosystém), kterou je pot eba k zajiš ování všech zdroj , které konkrétní lov k pot ebuje ke svému životnímu stylu a ke zbavení se odpad , které p i tom vyprodukuje (Zelený kruh o.s. 2007).

Velkou ekologickou stopu n kterých produkt problematizoval Filip: „*No protože ten zp sob zacházení s potravinama jako celkov na sv t mn se jeví úpln jako zhoubej. Kdy se n co d lá n kde tisíce kilometr daleko, pak se to p iváží sem, a tad y se jí desetina toho užitku, než by to prost mohlo mít. Jako samoz ejm by bylo nejlepší, kdybysme m li všichni n jakou farmi ku a takhle, ale to asi nejde úpln , ale i takhle specializovat úzce se jde, proto prost to bio.*“ (Filip)

Paní Jind iška prosazuje lokální a sezónní zp sob stravování. Je si ale v doma vlastního vlivu konzumentky na trh, a proto kupuje biopotraviny, i když jsou n které z dovozu. Informovanost spot ebitele a vznášení individuálních požadavk v i trhu jsou rysy dnešního konzumerismu.

Rozpornost velké ekologické stopy a biopotravin paní Jind išku také znepokojuje:

¹⁰ Podrobn jší informace, nap íklad o zp sobech výpo tu ekologické stopy viz: <http://www.hraozemi.cz/ekostopa/> (Zelený kruh o.s. 2007).

„Tak jako беру то з тогo дo вoдy, жe чxи jасн дáт нajeвo тoмy трхu, жe já прoст чxи бio пoтрaвнн. Тaк з тoхoдлe дo вoдy сн кyпyжy н бio пoтрaвнн, ктeрý jсoу здaлeкa. I кдýж jкo дaлa бyч пeднoстeскeжм, aлe н кдý je тo н тaк, жe тo лoв к дoпeдy нeвн, oдкyд сн тo кyпyжe. Jo жe н пoтрaвнн, ктeрý тaдý б жн рoстoу, тeбa já нeвнм, слyнe ннoвý сeмннкa сн oбjeднáм a зjнстнм, жe мн пoйдoу з Кaнaдý. Coж прoст мн пoйдe oпрaвдy збyтe нý a мýслнм сн, жe ты тaдý зрoвнa рoстoу дoбe, жe урнт бy сe ты бio зeм дo лцн тaдý нáшлн, ктeрý бy je мн лн. Тaк н jкo вьхлeдáвaт в цeлý рeпyблнцe бio зeм дo лce je трoшкy тaкý нaд мoжe снлý. Снaжнмe сe ты co jсoу дoстyпнý тaдý, тaк тeбa jаblнкa сн бeрeм. Урнт дeсeт, мoжнá н тч пaтнáцт лeт сн je бeрeм oд jeднoхo бio зeм дo лce тaдý блнзкo, ктeрeж je асн двaцeт кнлoмeтр oдсyд.“ (Jнд ншкa)

Pro paní Jнд ншкy je бio кoмплeкнн зáлeжнтoстн. Жнжe eкoлoгнкy пoзннв , пoдлe зáсaд пeрмaкyльтyр¹¹, coж знaмeнá, жe пoдпoрyжe yдржнтeлнý рoзвoj лндскé спoлeнoстн в сoулaдy сe зaчoвáннм жнвoтннхo прoстeдн a пoдлe тoхo тaк пoстyпyжe н в зeм дo лствн. O жнвoт пoдлe прннпн пeрмaкyльтyрe сe снaжн спoлy с мaнжeлeм a дoтмн jнж пaтнáцт лeт.

„Урнт jсmе тaк н кдe пo áд нa зa áткy цeстý, н кдýж yж тaк жнжeм пaтнáцт лeт тeбa, тaк фyрт тo внднм, jкo жe тo нeнн jeшт тaм, кдe бyч тo внд лa. Уплн бio жнвoт сн пeдстaвyжy в пoдстaт пeрмaкyльтyрy, кдý лoв к jкo нeжeн жe jн бio пoтрaвнн jкo тaкoвý, aлe жe jн мнстнн бio пoтрaвнн, coж влaстн тaдý к тoмy нeнн дoстaтe нý сoртнмeнт.“ (Jнд ншкa)

Dilema mezi biopotravinami z velké vzdálenosti nebo místními potravinami eší н Jnlie, ктeрá рaд jн yпeднoстнн лoкáлнн a сезóннн

¹¹ Permakultura je myšlenková koncepce a sada praktických návodů sloužící k realizaci systému trvale udržitelného rozvoje. Jsou uplatňovány principy pоrodních ekosystémů, tradicí praktiky rоzných kultur n v dеcké poznatky, zejména systémové ekologie. Záměrem je nalézt optimální ešení, které zajistí uspokojování lidských potřeb, jež nebude narušovat harmonické zapojení do krajiny. Je snahou о uрntou míru energetické a potravinové sobeстаnosti jedinců, respektive domácností (Permakultura CS 2012).

potravin, i když nemají Bio certifikát, před potravinami vytvářejícími velkou ekologickou stopu. Podle svých slov by „nahradila Bio nálepkou S rozumem.“ Dovážené biopotraviny z velkých vzdáleností považuje za absurdní a odporující myšlenky bio. Ve svém jednání a spotřebitelském chování zohledňuje dopad na životní prostředí:

„Protože my tady doma, jakože nemůžeme říct, že žijeme bio, ale snažíme se žít n jak jako šetrně k životnímu prostředí. Což jako v sobě obsahuje i to, že tady kupujeme určité druhy potravin, který jsou bio nebo tak. Takže to žít bio, spíš chápu jako žít jinak, nabídnout jinou alternativu, než mainstreamovému způsobu života, asi tak.“ (Julie)

Podobně i Milada akcentuje význam lokálního původu potravin: „Nezájímá mě, jestli mají potvrzení Bio, ale spíš, jestli jsou lokální a domácí jako králík od souseda.“ (Milada)

Jak je ukázáno výše, někteří raději upřednostní sezónní a místní potraviny oproti daleka dovezeným i za určitých podmínek, že lokální produkty nebudou mít Bio certifikát. V podobných chvílích se v rozhovoru objevovalo téma farmářů. V České republice fungují na trhu farmáři i s certifikovanými Bio produkty, nicméně se stává, že farmářské produkty bývají dávány do souvislosti a někdy ztotožňovány s Bio produkty. Participanti si jako bio konzumenti byli trochu rozdílní v domě. U některých z nich se objevila vzájemná spolupráce bio a farmářských trhů. Někteří participanti totiž upřednostní raději sezónní a lokální potraviny, které nutně nemusí mít certifikát Bio, před biopotravinami. Tato preference se vyskytuje u spotřebitelů, jejichž motivem nákupu bio jsou především environmentální hodnoty.

V souvislosti s ekologickou stopou je bio zmiňováno jako alternativa v rámci (destruktivního) konzumního způsobu života. Duffková (2006: 1) uvádí ve výčtu alternativních stylů právě příklad životních stylů, které jsou zaměřené na ekologii i zdraví. Alternativa je v obecném slova smyslu volba mezi dvěma i více způsoby řešení (zpravidla protikladnými), volitelná cesta řešení, jednoduše možnost. Podmínkou alternativního

životního stylu je z toho důvodu existence variace životních stylů, z kterých je možno si vybrat (Duffková 2006: 7). Pokud bychom uvažovali destruktivní konzumní životní styl jako mainstreamový, je bio (respektive ekologicky šetrný) životní styl jistě alternativní.

5.3.1 Etické aspekty a celospolečenská rizika

Posledním, avšak neméně důležitým aspektem biopotravin je pro bio konzumenty etika. Etická stránka stravování a spotřebičů byla tematizována především vegetariány, ale nejen pro ně je udržitelný rozvoj, zachování práv zvířat a dobrých pracovních podmínek a vztahů na trhu zásadní.

„Pod pojmy „bio“ a „veganství“ vnímám úctu, respekt k životu, i když každý ten pojem si respekt a úctu k životu vykládá jinak (například bio živočišná produkce přes welfare, veganství přes znečištění se konzumování živočišných potravin v béc). Ale nejde jen o pojmy samotné. Každý člověk podporující bio trh nebo i veganství cítí úctu, respekt k životu jinak, například jsou vegani, kteří kupují konvenční rostlinné produkty (to znamená, že mají úctu k takzvaným hospodářským zvířatům, ale už třeba nevidí utrpení hlodavců, hmyzu a podobně na konvenčním chemizovaném poli nebo jsou vegani, kteří cítí úctu ke zvířatům, ale sami sebe přitom nerespektují, přitom jsou taky zvířata a tak dále.“ (Zdenka)

Spolu s ohledem na práva zvířat se bio konzumenti obávají o prostředí a vlastní zdraví. Pokládají si otázku, kam až sahají rizika, která způsobují zásahy naší společnosti.

„No samozřejmě, ta chemie člověku rozhodně neprospívá. A jako to může mít hodně nebezpečné následky. Myslím si, že člověk dneska není schopný odhadnout, co všechno to může způsobit ta chemie v těchto

potravínách a v bec ta chemie v tý p írod a i ty geneticky modifikovaný potraviny, že to prost je už fakt hodn proti p írod . Že si lov k dovoluje hodn a že jako si nikdo neumí p edstavit, kam to m že vést. Že se s tim ta p íroda ani nebude moct vypo ádat.“ (Jind iška)

N kte í participantí ve svých výpov dích reflektují rizika a ohrožení p írody a lidstva, zejména zdraví jedinc , podobn problematizuje tyto otázky Ulrich Beck (2011), ovšem s v tším d razem na spole nost (nikoliv z perspektivy subjektivního jedince). Na konci dvacátého století není „p íroda“ ani dána, ani p ikázána, není již v p ímém kontrastu ke spole nosti. Naopak se stává vnit ním vybavením civiliza ního sv ta ni eným nebo ohrožovaným v p írozených podmínkách své reprodukce. Z toho ale vyplývá, že ni ivé zasahování do p írody není í pouze p írodu, ale stávají se sou ástí spole enské, ekonomické a politické dynamiky. Dochází pak k tomu, že se narušování životních (p írodních) podmínek p em uje v globální zdravotní, sociální a ekonomické nebezpe í lidí. Riziková spole nost v Beckov pojetí znamená p em nu civiliza ních ohrožení p írody v sociální, politická a ekonomická ohrožení systému (Beck 2011: 107).

Po otázce udržitelnosti bio a jeho rozši itelnosti po celém sv t jsou respondenti skepti tí. Bio je považováno za módní trend, který je možné do budoucnosti udržet. Ale jeho naprostá expanze se zdá být nemožná, jak reflektuje následující úryvek z rozhovoru:

„Budoucnost to ur it má, na druhou stranu trošku neúnosný je to v tom, že kdybychom všichni žili bio, tak tady asi nebudem, protože ta p da nebude mít takovou výnosnost, oproti t m extenzivním zem d lství. Ale jako k tomu nikdy nedosp jem, si myslím, že by celej sv t žil bio.“

(Kristýna)

Producenti bio výrobků podle slov Kristýny neusilují o vytvoření celé bio planety. Bio je podle ní varianta životního stylu, která umožňuje lidem být spokojení se svým životem a zanechat „*n jakou hodnotu a neubližovat n jak víc p írod , než je nutné.*“ (Kristýna)

Nedostupnost bio pro celý svět netkví jen v omezené výnosnosti p dy, ale ve strukturálních rozdílech společnosti. A koliv se zdá, že v pozdní modernit je možné si vybrat z nep eberného množství životních styl , možnost skute né volby je omezena. Bio produkty jsou dražší než konven ní výrobky, vyšší cena je práv tím omezujícím faktorem. Vypadá to, že všichni m žeme toužit a být lákáni nabízeným zbožím a službami (Bauman, May 2004), ale v realit si je mohou dovolit koupit jen n kte í .

6 KONCEPTY ZDRAVÍ

Rozumění významu zdraví a nemoci se mění v čase a je sociálně a kulturně podmíněno. Na rozdíl od lékařské definice nemoci (respektive zdraví), která vychází z čistě biologické představy o fungování těla a rovnováhy organismu, bývají v souvislosti s definicí zdraví zdrazovány i jiné dimenze než je ta fyziologická. Jak bylo zmíněno výše, Světová zdravotnická organizace (WHO) svým vymezením zdraví zohledňuje fyzickou, psychickou a sociální pohodu zachycuje komplexnost reality jedince. Definice zdraví jako stavu úplné fyzické, psychické a sociální pohody je však spíše ideálem, než reálnou skutečností. Příklad termínu „úplná“ odkazuje k dokonalosti, jednotě a vyvolává domněnku, že dosažení konečného stavu zdraví je uskutečnitelné. Z běžné každodenní zkušenosti je však možné vysledovat, že někdo má zdraví lepší, někdo horší (Bártlová 2005: 21). O reflexi a uvažování o zdraví jinak, než jako o nepřítomnosti nemoci se mimo jiné zasloužila sociologie. Vícesložkový charakter zdraví reflektují i participanti ve svých koncepcích zdraví.

Pro ujasnění toho, jakým způsobem probíhaly rozhovory, je třeba zdraznit, že zdraví jako téma jsem do rozhovorů téměř nezanášela. V souladu s povahou hloubkových polostrukturovaných rozhovorů jsem ve všech případech čekala, až participanti zdraví sami zmíní. Teprve až téma sami zmínili, podkládala jsem otázky k nim se vztahující a zjišťující koncepci zdraví participantů. A koliv se participanti tématu zdraví ve vztahu k bio-diverzity sami dotkli, s následnou odpovědí na otázku, co pro ně zdraví znamená, měli někdy potíže. Nesnáze při verbalizování hodnoty zdraví jsou pochopitelné, protože se lidé s takovým druhem otázky neseťkávají každodenně.

6.1 Zdraví jako normální stav

Pravděpodobně nejrozšířenější definicí zdraví je jednoduše normální stav, a nemoc je pak jeho narušením. Ale podobně jako v jiných oblastech sociálního, nastává problém s určení toho, co je *normální*. Normální může nabývat různých významů. Někdy je normální hodnota chápána jako průměrná, nejvíce reprezentativní, nejběžnější hodnota, středová hodnota, zvyková nebo nejlepší. Standardy klinické medicíny obvykle vymezují normálnost pro určitý věk a gender. Definice normálního závisí na kontextu a také i na souasně převládající teorii (Blaxter 2010: 4-5).

„No to je těžký. Tak zdraví já považuju jako za normální stav. A samozřejmě skládá se jak z fyzického, tak z psychického zdraví. A asi víc k tomu neumím říct.“ (Jindřiška)

Zdraví je bráno jako stav normality, stav, který umožňuje žít spokojený život nebo je alespoň jednou z jeho podmínek. V tomto ohledu se objevovalo vymezení zdraví v případě nemoci, případně nemoc vystupovala jako omezující faktor.

„Já nevím, já asi zdraví mám jako ulehčení, jako že když jsi zdravěj, tak se nemusíš trápit tím, že máš na ruce zrovna ekzém a že každěj, na koho šáhneš, tak to vbec necejtíš, že by ses ho dotknul. Když jsi zdravěj, tak je to jako jednodušší a nic tě netrápí.“ (Julie)

6.2 Zdraví jako rovnováha fyzické a psychické stránky

Koncepty zdraví a normality pocházejí už z dob antické myšlenky rovnováhy, kdy normální stav těla znamenal fungování podle řádu systému a v případě napadení organismu z vnějšku zahájila svou činnost sebe-regulační funkce na obnovu rovnováhy. Rovnováha znamená jak

vnitřní harmonii orgánů a funkcí, ale také myslí a tělesně vnějším prostředím (Blaxter 2010: 7). Zejména vyvážený stav a vzájemné ovlivňování psychické a fyzické stránky člověka bylo zmiňováno bio konzumenty.

„Ne jako psychicky, ale i fyzicky, já vím, že se to projevuje, jakoby tyto dvě úrovně se někde spojují. Takže jestli bude člověk mentálně šťastnější za všechno co je, a co má že prožívat tělesně a tedy, tak i fyzicky mu bude líp.“ (Filip)

6.3 Zdraví jako rovnováha s přírodou

Bio konzumenti, zejména ti silně ekologicky orientovaní často zmiňovali zdraví člověka ve spojitosti se zdravým stavem životního prostředí. Například paní Jindiška považuje rovnováhu mezi člověkem a přírodou za podstatnou pro zdraví:

„No, no. že to jde ruku v ruce, že se to k sobě váže, že když člověk se chce chovat dobře k přírodě, tak dojde k tomu, že se nechce chovat špatně ani ke svému tělu, že jo. A že to prostě k sobě patří, že to když člověk žije zdravě pro svoje tělo, tak ani neubližuje tak jako tělo přírodě. Že to prostě je tak nějak provázaný.“ (Jindiška)

6.4 Zdraví jako radost nebo zodpov dnost

Mezi konzumenty bio se objevují, souhlasn s rozlišením koncepcí zdraví, s nimiž p ichází Crawford (1984 cit. dle Calnan 2004) dv kontradiktorní koncepce zdraví. Za prvé stav zdraví je odrazem *pevné v le a práce sama na sob*. V druhém p ípad je *zdraví spojováno se št stím*. Být zdravý znamená být š astný a užívat si života bez (zdravotních) omezení.

„Myslím, že svoje zdraví podporuju tím, že d lám v cí, který mi d laj radost. A ty m žu d lat díky tomu, že jsem zdravá.“ (Julie)

V rozvinutých spole nostech je lidem p ipisována v tší zodpov dnost za vlastní zdraví. Sou asn nejvíce ohrožujícími nemocemi jsou chronické choroby (nemoci srdce, rakovina, mozková mrtvice, diabetes a podobn). V n kterých p ípadech nejsou stoprocentn lé itelné, a proto se klade velký d raz na prevenci v podob zdravého životního stylu. Zdravý životní styl se stal otázkou kvality a délky života (Cockerham 2007: 50; Hansen, Easthope 2007: 8).

Zodpov dnost za vlastní zdraví v sou asnosti i budoucnosti reflektuje nap íklad Kristýna:

„Zdraví je podle m hrozn podstatná v c tím, že když není zdraví, tak to jde všechno prost do kytek. A zdraví je jedna z mála v cí, který si prost nekoupíš. Takže já nevím, je to podstatná v c, na který by lov k m l pracovat a p emejšlet nad tím, protože ve výsledku pak zjistíš, že v šedesáti letech máš n co, a kdybys celej život d lala n co jinýho, tak seš v po ádku.“ (Kristýna)

V této souvislosti participantí zmi ovali, co d lají nebo co se snaží d lat pro své zdraví. Také jmenovali to, co považují za zdravý životní styl. Objevovaly se aspekty a aktivity jako pravidelný denní režim, dostatek spánku, strava (její složení, p vod), t lesná hmotnost, stres, soulad s životním prost edím

Specifickou odpověď uvedla paní Jindiška, která vztahovala zdravý životní styl nejen ke své osobě, ale i ke svým dětem. Další faktory ovlivňující, respektive podporující zdraví jsou pro ni například nejdelší možná délka kojení (koncept pirozeného rodičovství), pobyt v přírodě a pohyb.

Participantů reflektují všudypřítomné rady, a už z odborných zdrojů i mediálně prezentované. Ale Blaxter (2010) například upozorňuje, že obeznámenost a dobrá informovanost ještě neznámá, že jedinec povede zdravý životní styl.

6.5 Funkcionální definice zdraví

Klasickou sociologickou funkcionální definici zdraví, respektive nemoci nabízí Parsons (1951), který pojímá koncept nemoci jako sociální roli. Parsons vycházející ze strukturálního funkcionalismu tvrdí, že sám nemocný jedinec je povinen vyváznout z nežádoucího stavu, pokud emže má povinnosti ale i úlevy vyplývající z jeho role. Zdraví je pak normálním stavem vyžadovaným pro každodenní fungování jedince a celé společnosti. Funkcionální chápání zdraví se objevuje i v laických konceptech. Zdraví jako podmínka dobrého života a fungování v něm, a už s ohledem na práci i radosti života, figurovalo například ve výpovědi Daniela:

„Tak možná ti to zaručím, ákej když t teda nep ejede auto, tak ákej delší život, kvalitn jší. Když jseš zdravá, m žeš chodit do práce, m žeš studovat, m žeš cestovat, a neležíš doma v posteli. Vlastn zdavej lov k je výkonnej lov k, š astnej lov k. Já t eba vim, že p i svý práci mám vlastn práci, dv skoro, když po ítám i agenturu i asopis, studuju, mám spoustu zájm , a kdybych m la bejt nemocná, tak byla strašn neš astná, protože by mi to tyhle v ci brzdilo. Takže zdraví je prost takovej základ, no, ale jsem fakt fláka .“ (Daniela)

Významné postavení v koncepcích zdraví u bio konzumentů zaujímá strava. Domnívám se, že vztahování koncepcí zdraví ke stravě není výsledkem zaměření rozhovoru, ale je zapříčineno faktem, že zdraví a strava jsou podle výpovědí bio konzumentů asociovány. Což dokazuje i akcentování zdraví v definicích a motivech ke konzumaci bio. Všichni respondenti spojovali zdraví s životním stylem. Životní styl je klíčovým zájmem v dnešní veřejné debatě o zdraví. Ve spojení se zdravím jsou často skloňovány pojmy jako jídlo, užívání drog, kouření, volný čas, sportovní aktivity, sexuální aktivity, aspekty péče o tělo. Životní styl je provázán se sportem. Pravidla a praktiky životního stylu jsou společensky zakotvené. Zdraví je produktem sociálních a faktorů chování spíše než jen souhrn biologických funkcí (Nettleton 2006: 34).

7 KONZUMERISMUS A BIO KONZUMENTI

Pravidelný spotřebitel bio produkt má vyšší vzdělání, vykazuje dobrou informovanost a pravděpodobně se k bio životnímu stylu dostal díky určitým životním událostem jako například narození dítěte i z vážných zdravotních potíží. Obecný konzument nalézá spíše pohnutky ke koupi bio potravin z důvodů módního trendu i objevujících se potravních skandálů. Dle vyšetřovaných charakteristik své spotřební biopotraviny vypadá typický konzument následovně: žije v městě ve velkém městě, při nákupu dává přednost kvalitě, používá vodu a zpracování potravin, má vyšší vzdělání a patří spíše k vyšší střední třídě, bydlí v domácnosti se středními až vyššími příjmy a má relativně velkou kupní sílu (Šarapatka, Urban et al. 2005: 208-209).

Zajímavým faktem je, že a koliv se studující vyznačují menšími příjmy, jsou i přesto mezi konzumenty bio. Studující účastnice v městě žijí z kapesného pohybujícího se v řádu několika tisíc. Některé z nich při studiu pracují a mají tedy měsíční příjem vyšší nebo žijí v domácnosti s další osobou, s kterou se dělí o výdaje. Všichni účastníci uvedli potraviny (biopotraviny) jako důležitou a velkou výdajovou položku. Objevuje se u nich ale ochota si za biopotraviny zaplatit (z různých výše uvedených důvodů). V těchto případech pravděpodobně převyšuje hodnotová stránka nad finanční.

Konzumenti bio se mezi sebou liší tím, kde bioprodukty nakupují. Výběr je ovlivněn nejen hodnotami a životním stylem spotřebitele, ale také jeho finančními možnostmi a dostupností příslušných forem bio prodeje. Mezi účastníky výzkumu se ale místa nákupu obvykle vyskytovala v kombinacích. Asi nejvýraznějším vlivem na to, jak bio konzumenti definují bio, jsou svetonázor a životní styl. Typy konzumentů podle jejich vlastních motivů a životního stylu: vegetariáni (ve všech formách),

environmentalisti (zahrnující permakulturu), jedinci orientující se na zdravou výživu, rodiče mladších dětí.¹²

Nkteí bio spotřebitelé mohou patit i mezi takzvané LOHAS. Zkratka LOHAS pochází z anglického názvu Lifestyles of Health and Sustainability (Životní styly pro zdraví a udržitelnost). Tržní nabídka LOHAS nabízí zboží a služby orientované na zdraví, životní prostředí, sociální spravedlnost, osobní rozvoj a udržitelný život. Konzumenti LOHAS patí do skupiny lidí spíše s vyšším socio-ekonomickým statutem, obvykle mají vyšší vzdělání. Tato skupina lidí se zaměřuje na dlouhodob udržitelný rozvoj a na ekologické iniciativy. Spotřebitelé LOHAS nakupují mimo biopotraviny také další produkty a služby jako například vozidla na alternativní pohon, ekologické domy, energeticky úspornou elektroniku; sociálně odpovědné formy investování; bio a přírodní produkty osobní péče; přírodní produkty pro domácnost, papírové zboží a ekologické čistící prostředky; doplňkovou, alternativní a preventivní medicínu (přírodní léčbu, čínskou medicínu a podobně), produkty Fair Trade; vybírají si ekologickou dopravu z pohledu úspor energie a snižování emisí; využívají obnovitelné zdroje energie, zajímají se o literaturu a produkty z oblasti jógy, holistického zdraví (Woolverton, Dimitri 2010; Šánová et al. 2010).

Podle autora Paula H. Raye a autorky Ruth Anderson (2001), kteří provedli výzkum životních stylů ve Spojených státech amerických, je LOHAS významnou skupinou v rámci *kulturní kreativní* subkultury. Tato subkultura (jedna z tří, další dvě jsou *tradicionalisti* a *modernisti*) se zaměřuje na produkty vysoké kvality, které jsou součástí etické. Kulturní kreativní konzumenti zohledňují při svém nákupu etické aspekty, jsou při výběru kreativní, zodpovědní vůči svému svědomí a orientovaní na zdraví a požitky.

¹² K této „typologii“ jsem dospěla na základě srovnání lidí participujících na mém výzkumu, s výpomocí Kláry, provozovatelky obchodu s bioprodukty, a také na základě rešerše,

Kulturní kreativní jsou kategorií intenzivních tená , ne p íliš astých divák televize, lidí odmítajících reklamy a sledujících kvalitu zpráv. Tito jedinci se prosazují v um ní, usilují o autenticitu a kvalitu. Nakupují v souladu s vysokou informovaností, tou informace na obalech produkt . Novinky neprosazují za každou cenu, ale technická zlepšení (zejména ta ekologicky p íznivá) využívají. Složení stravy je pro n d ležité, poptávají se po zdravé výživ a biopotravinách. Domov je pro n zásadní, avšak odmítají vn jší symboly statutu . Shán jí k bydlení domy, které renovují. Ideálem je pro n d m v tradi ní m stské tvrti s velkou zahradou. Tato kategorie sociáln zodpov dných lidí se ve v tší mí e objevuje zejména na západ od našich hranic, v N mecku, ve Velké Británii, ve Spojených státech amerických (Ray, Anderson 2001; Šánová 2010). O p ítomnosti LOHAS aktér (respektive konzument) v eské republice sv d í i zam ení Bio Summitu z roku 2010 (Václavík, Parma 2010).

Nicmén z stává otázka, zda odpovídají podniky na environmentální problémy. Firmy mají specifickou pozici, mohou svým chováním redukovat dopady na životní prost edí (i jiné sociální aspekty) a také mohou jít p íkladem jiným firmám. Pokud bude p etrvávat poptávka zákazník po bioproduktech, firmám se vyšší náklady na environmentáln p íznivé produkty vyplatí. Avšak ekonomické podmínky mohou ovlivnit tyto zm ny. Andrea Woolverton a Carolyn Dimitri (2010) ovšem upozor ují na to, že zatím neexistuje prokazatelný zp sob m ení vlivu sociáln zodpov dných firem a bio zna ení na životní prost edí i další sociální aspekty. Shrnují, že environmentáln a sociáln uv dom lý obchod je rostoucí oblastí v podnikání. Firmy mohou profitovat a zároveň mohou minimalizovat dopad zvyšující se spot eby tím, že budou nabízet sociáln zodpov dné služby a/nebo environmentáln p íznivé produkty. Nicmén z stává d ležitá otázka, jaké jsou environmentální cíle spole nosti a jak moc je spole nost zavázaná tyto cíle plnit? Závazek by pravd podobn

zejména internetových stránek doporu ených mými participanty. Tyto „typy“ zákazník mi potvrdila i Zdenka, která pracuje v bio prodejn .

vyžadoval významnou změnu ve vzorcích spotřeby, a jak upozoruje i Librová (1994) celkové změny jednání.

Na úlet konzumentství je přitána vina za zničené životní prostředí. Moderní konzumní společnost je obviňována z výrazného rozporu mezi svou spotřebou zdrojů a zachováním planety pro příští generace. Konzumenti v dnešní době nesou hlavní podíl na vině za znečištěné životní prostředí. Nápravou má být změna každodenního chování vedeného dle zásad dlouhodobě udržitelné spotřeby. Je třeba šetřit energiemi a objevuje se požadavek obanský zodpovědného spotřebitele (Lipovetsky 2007: 373). Podle Lipovetskyho konzumní společnost v důsledku ekologických opatření nezánikne. Šetření fosilních zdrojů energie a využívání stále do větší míry obnovitelných zdrojů mají konzumenty umožnit. Zprostředkuje to technický pokrok, vyšší informovanost a zodpovědnost obyvatelstva, ve kterých stanovená pravidla. Ekologický přístup, nové technologie, terciální ekonomiky a dematerializace spotřeby poskytují možnost, jak sloužit konzumentům s dlouhodobou ochranou životního prostředí (Lipovetsky 2007: 375).

Jsou LOHAS, a užijí bio životní styl, přístupy, které nabourávají princip neustálého konzumního růstu? Nikoliv nutně. LOHAS i bio konzumenti nejsou proti konzumentům jako takovému. Sami jsou konzumenty, ale jiného typu, než jsou spotřebitelé, kteří touží po stále větším množství zboží a po nejnovějších produktech. LOHAS i bio konzumenti jsou angažovanými a zodpovědnými spotřebiteli, kteří při nákupu reflektují etické a obanské otázky. Neodcházejí z konzumentské sféry, naopak v nich kterých oblastech utrácejí více než průměrný spotřebitel. Je pro ně důležité nakupovat kvalitní a ekologicky ohleduplné zboží. Tento trend alternativního konzumentství vykresluje určitou tendenci dnešního individualismu, který se vyznačuje nedvěrou k velkým podnikům, snahou o promyšlení vlastního chování a požadavkem kvality. Je pro ně typická informovanost, dynamika subjektivní autonomie, snaha o kvalitní život, vytváření osobní identity, odmítání nepromyšleného (až bezvdomého) konzumentství. Alterkonzumenti se vyhýbají reklamnímu vymývání mozků

a snaží se vymezovat v i masové konformit , usilují o autonomii a promyšlenost své spot eby, ale to neznamená, že by bojovali proti konzumní spole nosti. Naopak, individualizace konzumu, diverzifikace a fragmentace spot eby a nátlak na výrobce usilující o rozší ení len ní trhu tím vším spíše alterkonzumentství prokazuje završení samotné podstaty (hyper)konzumní spole nosti (Lipovetsky 2007: 377-378).

8 ZÁV R

P edstava konzumerismu se nepochybn týká skrytých vlastností spot eby a zejména ideologických dimenzí konzumní spole nosti. Logika trhu v naší sou asné spole nosti, spot eba je svým zp sobem kulturou. Hodnoty a životní styly jsou spojené se spot ebou, a už má jakoukoliv podobu (Bauman 2004: 60). Konzumenti zt les ují moderní logiku, právo na výb r (Gabriel, Lang 2006: 1). Bio konzumenti zd raz ují svoji svobodu volby a v d ní o síle vlastní volby, pomocí níž dávají najevo své hodnoty (zejména ekologické). A koliv nelze ztotož ovat bio konzumenty a environmentalisty, je patrné, že ekologické motivy koup biopotravin jsou vedle etických a zdravotních, rozhodující. Mohlo by se zdát, že konzum a ekologické chování jsou neslu itelné. Bio konzumenti dokazují, že konzumovat lze ekologicky. A to je podstatné. Ekologické chování bychom v jeho „nej istší podob “ hledali u jedinc prosazujících zám rnou skromnost.

Lipovetsky (2007), ale také nap íklad Gabriel a Lang (2006) tvrdí, že v dob konzumního rozmachu postrádá t ída svou d ležitost. T ída mizí jako rozlišující initel, ale rozhodn nemizí stratifika ní rozdíly mezi lidmi i spíše mezi skupinami lidí, naopak ty lze prost ednictvím odlišujících se životních styl sledovat (Šafr 2008). Bio konzumenti se vyzna ují spíše vyšším vzd láním a vyššími p íjmy, ale zejména velkým kulturním kapitálem. Absence vyšších p íjm je u studujících kompenzována šet ením v jiných oblastech výdaj . M žeme tak sledovat situaci, kdy jsou rozhodující v okolnosti nákupu vyznávané hodnoty a motivy (etické, zdravotní a podobn).

Bio konzumenti jsou lidé, jimž z velké ásti záleží na životním prost edí a cht jí ho pomocí „zeleného a etického“ konzumu podporovat. Bio konzumenti ve svém životním stylu nez stávají jen u ekologické motivace, ale vedou je i jiné d vody jako zdraví vlastní nebo svých d tí, pot eba nákupu kvalitních potravin, chu a autenti nost bioprodukt .

V textu používám bio označení i pro životní styl, a to z toho důvodu, protože jsou hlavní badatelé jako Bauman, Giddens i Lipovetsky v podstatě připisují velkou roli spotřebě v naší společnosti. Tvrdí, že konzum tvoří naši identitu a životní styly, z toho předpokladu jsem vycházela při hledání participantů. Koupě bio produktů svým způsobem odraží hodnoty participantů a ty jsou důležitým prvkem ovlivňujícím styl života.

Nicméně uvažujeme-li bio jako životní styl, to jest, bereme ho jako ve značné míře konzistentní životní způsob jednotlivce, jehož jednotlivé části jsou ve vzájemném souladu, vycházejí z jednotného základu, respektive mají určitou jednotící linii, která se prolíná všemi podstatnými složkami, vztahy, zvyklostmi nositele daného životního stylu (Duffková 2006: 2), pak musíme u bio spotřebitelů vyhodnotit jejich hloubku ztotožnění se a přijetí bio jako součástí každodenní reality. Jak můžeme pozorovat na výzkumném vzorku participantů, míra ztotožnění se liší. Zaměřme-li se pouze na akt nákupu, výběr potravin, produktů, pak by bylo vhodné hovořit spíše o spotřebitelském stylu. Bio je často dáváno do souvislosti s módním trendem a od takového se většina respondentů distancovala.

Je bezpochyby, že kategorie bio hraje významnou roli v rámci životních stylů participantů, ale je spíše součástí jiných životních stylů, než aby byl označován participanty za životní styl sám o sobě. Mezi participanty jsou tři styly ekologicky šetrný styl života (ten je blízko pojetí bio stylu), permakulturní styl života (zahrnující i samozásobitelskou složku, přičemž u zástupky permakultury byla jakási tendence ztotožnit se s bio, i když ve smyslu ekologického zemědělství a udržitelného rozvoje, než s výrobky se značkou bio, ty jsou spíše využívány jako ukazatel environmentálních hodnot směrem k výrobcům), veganství a vegetariánství.

Indikuje fenomén bio n jakou sociální změnu v konzumní společnosti? P ináší bio fenomén environmentalistickou revoluci nebo je jen sou ástí hyperkonzumerismu? Žádné takto velké cíle si bio neklade. Bio je jiná, environmentáln (alespo áste n) uv dom lá spot eba. Je alternativou v i destruktivnímu konzumu.

9 SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A PRAMEN

Bauman, Zygmunt. 2002. *Tekutá modernita*. Praha: Mladá fronta.

Bauman, Zygmunt, Tim May. 2004. *Myslet sociologicky. Netradi ní uvedení do sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Bártlová, Sylva. 2005. *Sociologie medicíny a zdravotnictví*. Praha: Grada Publishing.

Bartoš, František. 2007. „Gilles Lipovetsky: Historický proces individualizace – osa dynamiky sociálních jev .“ Pp. 505-524 in Šubrt, Ji í (ed.). *Historická sociologie: Teorie dlouhodobých vývojových proces .* Plze : Aleš en k.

Beck, Ulrich. 2011. *Riziková spole nost*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Blaxter, Mildred. 2010. *Health*. Cambridge: Polity Press.

Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Bowling, Ann. 2002. *Research Methods in Health: Investigating health and health services*. Maidenhead: Open University Press

Brown, Phil, Stephen Zavestoski (eds.). 2005. *Social Movements in health*. Oxford: Blackwell.

Bury, Michael, Jonathan Gabe (eds.). 2004. *The Sociology of Health and Illness: a Reader*. London: Routledge.

Calnan, Michael. 2004. „Lifestyle‘ and its Social Meaning.“ Pp. 59 - 68 in Michael Bury, Jonathan Gabe (eds.). *The Sociology of Health and Illness: a Reader*. London: Routledge.

Cockerham, William C. 2007. *Social Causes of Health and Disease*. Cambridge: Polity Press.

Duffková, Jana. 2006. „Životní zp sob/styl a jeho variantnost: Malé zamyšlení nad tím, co všechno se m že skrývat pod ozna ením ‚alternativní životní styl‘,“ Pp. 79-90 (resp. 2-12) in *Aktuální problémy životního stylu*. Praha: Univerzita Karlova v Praze – Filozofická fakulta. Dostupné z: <<http://jana-duffkova.rubicus.com/sociologie-zivotniho-stylu/state-a-jine-texty/>>.

Duffková, Jana, Lukáš Urban, Josef Dubský. 2008. *Sociologie životního stylu*. Plze : Aleš en k.

Gabriel, Yiannis, Tim Lang. 2006. *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and Its Fragmentation*. London: Sage Publications.

Giddens, Anthony. 1991. *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.

Giddens, Anthony. 2010. *D sledky modernity*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Grunert, Klaus G. 2006. „Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption.“ *Meat Science* 74: 149–160.

Grunert, Klaus G., Toulou Perrea, Yanfeng Zhou, Guang Huang, Bjarne T. Sørensen, Athanasios Krystallis . 2011. „Is food-related lifestyle (FRL) able to reveal food consumption patterns in non-Western cultural environments? Its adaptation and application in urban China.“ *Appetite* 56: 357–367.

Hansen, Emily, Gary Easthope. 2007. *Lifestyle in Medicine*. London, New York: Routledge.

Hertz, Noreena. 2003. *Plíživý p evrat: Globální kapitalismus a smrt demokracie*. Praha: Doko án.

Hrešanová, Ema. 2008. *Kultury dvou porodnic: Etnografická studie*. Plze : Západo eská univerzita v Plzni.

Hughner, Renée Shaw, Pierre McDonagh, Andrea Prothero , Clifford J. Shultz II, Julie Stanton. 2007. „Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food.“ *Journal of Consumer Behaviour* 6: 94–110.

Kjærnes, Unni. 2012. „Ethics and Action: A Relational Perspective on Consumer Choice in the European Politics of Food.“ *Journal of Agricultural & Environmental Ethics* 25 (2):145–162.

Kubátová, Helena. 2010. *Sociologie životního zp sobu*. Praha: Grada Publishing.

Librová, Hana. 1994. *Pest í a zelení: Kapitoly o dobrovolné skromnosti*. Brno: Veronica.

Lipovetsky, Gilles. 2007. *Paradoxní št stí. Esej o hyperkonzumní spole ností*. Praha: Prostor.

Machonin, Pavel. 1996. „Životní styl.“ Pp. 106-114 in Pavel Machonin, Milan Tu ek (eds.). *eská spole nost v transformaci: K prom nám sociální struktury*. Praha: Sociologické nakladatelství.

Machonin, Pavel. 2005. *eská spole nost a sociologické poznání. Problémy spole enské transformace a modernizace od poloviny šedesátých let 20. století do sou asnosti*. Praha: ISV nakladatelství.

Martuccelli, Danilo. 2008. *Sociologie modernity: itinerá 20. století*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury.

Nettleton, Sarah. 2006. *The Sociology of Health and Illness*. Cambridge: Polity Press.

Padel, Susanne, Carolyn Foster. 2005. "Exploring the gap between attitudes and behaviour: Understanding why consumers buy or do not buy organic food." *British Food Journal* 107 (8): 606 – 625.

Parsons, Talcott. 1951. *The Social System*. New York: Free Press.

Pérez-Cueto, Federico J.A., Wim Verbeke, Marcia Dutra de Barcellos, Olga Kehagia, George Chryssochoidis, Joachim Scholderer, Klaus G. Grunert. 2010. „Food-related lifestyles and their association to obesity in five European countries.“ *Appetite* 54: 156–162.

Popay, Jennie, Grateh Williams, Carol Thomas, Anthony Gatrell. 1998. „Theorising Inequalities in Health: the Place of Lay Knowledge.“ Pp. 59-83 in Bartley, Mel. Blane, David. Smith, George Davey. *The Sociology of Health Inequalities*. Oxford: Blackwell Publishers.

Ray, Paul H., Sherry Ruth Anderson. 2001. *The Cultural Creatives: How 50 Million People Are Changing The World*. Three Rivers Press.

Robertson, Ronald. 1995. „Glocalization: Time -space and homogeneity-heterogeneity,“ Pp. 25-44 in Featherstone, Mike, Scott Lash, Ronald Robertson (eds.). *Global Modernities*. London: Sage Publications.

Savage, Michael, James Barlow, Peter Dickens, Tony Fielding. 1992. *Property, bureaucracy and culture: Middle-class formation in contemporary Britain*. London: Routledge.

Scholderer, Joachim, Karen Brunsø, Lone Bredahl, Klaus G. Grunert. 2004. „Cross-cultural validity of the food-related lifestyles instrument (FRL) within Western Europe.“ *Appetite* 42: 197–211.

Siró, István, Emese Kápolna, Beáta Kápolna, Andrea Lugasi. 2008. „Functional food. Product development, marketing and consumer acceptance - a review.“ *Appetite* 51: 456–467.

Strauss, Anselm, Juliet Corbin. 1999. *Základy kvalitativního výzkumu*. Boskovice: Nakladatelství Albert a Sdružení Podané ruce.

Szakály, Zoltán, Viktória Szente, György Kövér, Zsolt Polereczki, Orsolya Szigeti. 2012. „The influence of lifestyle on health behavior and preference for functional foods.“ *Appetite* 58: 406–413.

Šafr, Jiří. 2008. *Životní styl a sociální trendy: vytváření symbolické kulturní hranice diferenciací vkusu a spotřeb*. Praha: Sociologický ústav AV ČR.

Šarapatka, Bojov, Jiří Urban et al. 2005. *Ekologické zemědělství*. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců.

Velký sociologický slovník. 1996. Praha: Karolinum.

Wallston, B. S., Wallston, K. A. 1978. „Locus of control and health: A Review of the literature.“ *Health Education Monographs*, 6, 107-117.

Woolverton, Andrea, Carolyn Dimitri. 2010. „Green marketing: Are environmental and social objectives compatible with profit maximization?“ *Renewable Agriculture and Food Systems* 25 (2): 90–98.

Wycherley, Aoife, Mary McCarthy, Cathal Cowan. 2008. „Speciality food orientation of food related lifestyle (FRL) segments in Great Britain.“ *Food Quality and Preference* 19: 498–510.

Internetové zdroje:

ABCERT. *Certifikace ekologického zemědělství a bioprodukce*. 2012. [online]. [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://www.abcert.cz/>>.

BIO m sí ní k. 2009. [online]. [cit. 11. 5. 2011]. Dostupné z: <<http://www.vhpress.cz/index.php?page=casopis>>.

Biofach. *The World of Organic Agriculture: Statistics & Emerging trends 2008*. 2008. [online]. [cit. 7. 7. 2012]. Dostupné z: <http://www.soel.de/fachthemen/downloads/s_74_10.pdf>.

Biokont. *Inspekce a certifikace bio*. [online]. [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://www.biokont.cz/>>.

Definition of Health. About WHO. [online]. [cit. 23. 3. 2012]. Dostupné z: <<https://apps.who.int/aboutwho/en/definition.html>>.

Foodnet: informa ní systém PK R. *Informa ní brožura o GDA*. [online]. [cit. 18. 7. 2012]. Dostupné z: <<http://zdravi.foodnet.cz/cze/pages/informacni-brozura>>.

Hrabalová, Andrea. *Statistická šet ení ekologického zem d lství provedená v roce 2010 - zpráva o trhu s biopotravinami výstup tématického úkolu MZe R . 4212/2011*. 2011. [online]. [cit. 11. 6. 2012]. Dostupné z: <<http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/statistika-a-pruzkumy/statisticka-setreni-ekologickeho.html>>.

KEZ. *Kontrola ekologického zem d lství*. 2009. [online]. [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://www.kez.cz/>>.

Kopec, Karel. 2006. „Etika managementu jakosti potravin, zvlášt ovoce a zeleniny.“ *asopis Výživa a potraviny*. [online] [cit. 10. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://www.vyzivaspol.cz/clanky-casopis/etika-managementu-jakosti-potravin-zvlaste-ovoce-a-zeleniny.html>>.

Permakultura (CS). *Co je permakultura?* 2012. [online]. [cit. 19. 7. 2012]. Dostupné z: <<http://www.permakultura.cz/>>.

Spot ebitel chce být informován. *Foodnet: Informa ní systém PK R – Zdravý životní styl*. 2011. [online]. [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://zdravi.foodnet.cz/>>.

Šánová, Petra, Miroslava Navrátilová, Tom Václavík. 2010. „Skupina LOHAS spot ebitel nabízí velký potenciál.“ *Bio-info*. [online]. [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://www.bio-info.cz/zpravy/tema-mesice-leden-2010-skupina-lohas-spotrebitelu-nabizi>>.

Václavík, Tom, Antonín Parma. 2010. „Bio Summit 2010 ukázal cestu vp ed pro udržitelné a etické podnikání.“ *Incoma Gfk*. [online] [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://www.incoma.cz/cz/ols/reader.aspx?msg=1086&lng=CZ&ctr=203>>

Tisková zpráva STEM/MARK. 2011. „Zna ka Klasa mezi eskými spot ebiteli již zdomácn la.“ [online] [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.stemmark.cz/download/press_release_spotrebitelske_znacky_2011.pdf>.

Zelený kruh o.s. 2007. „Ekologická stopa.“ Hra o Zemi. [online] [cit. 7. 7. 2012]. Dostupné z: <<http://www.hraozemi.cz/ekostopa/>>.

Zna ení ekologické produkce. *KEZ*. 2009. [online]. [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <<http://www.kez.cz/narizeni-komise-es-7102009-a-8892008-a-narizeni-rady-es-8342007>>.

Právní předpisy:

Úplné znění zákona . 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství a o změně zákona . 368/1992 Sb., o správních poplatcích, ve znění pozdějších předpisů . 2000. [online] [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.kez.cz/sites/default/files/dokumenty/Z_242-2000-Uplne-zneni.pdf>.

Nařízení rady (ES) . 834/2007 ze dne 28. června 2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a o zrušení nařízení (EHS) . 2092/91. 2007. [online] [cit. 7. 4. 2012]. Dostupné z: <http://www.kez.cz/sites/default/files/dokumenty/NR-834_a_NK-889_24012012.pdf>.

10 RESUMÉ

This thesis is concerned with the topic of organic lifestyle. Its aim is to show which meanings are connected with organic products and organic lifestyle. As we live in consumer society, consumption plays an important role in our everyday lives. Consumption is the mean how people build their identity and lifestyles in consumer society. On that account I asked seven organic products' consumers for participating on the research. I requested also one businesswoman, which ran an organic products' shop, to participate. She brings a different perspective.

For the reason of in-depth perspective a qualitative approach of research has been chosen. Semi-structured interviews have been used as a data gathering method. Participants were asked about their motives for buying organic products and about the meanings given to organic lifestyle. It rise also the question if there really exists „organic lifestyle“ in the lived experience of organic products' consumers. The important issue is also health, which is often connected with organic li festyle. Therefore my other aim is also to show the ways how participants conceptualize the category of health.

In the broad sense this thesis discusses the issue of lifestyles in the context of late (reflexive) modernity and process of individualization. It opens a question of consumption and environmentalism.