

# 03 ŽIVOTNÍ STYL

Pojem životní styl označuje souhrnné chování (jedince, společenské skupiny), které je do značné míry formováno společenským prostředím. Jde sice o jedinečný způsob života každého člověka, kterým vyjadřuje svou povahu, identitu, závisí ale i na celkové kultuře dané společnosti. K dosažení trvalé změny je potřeba působit na všechny tyto faktory, protože i pro-environmentální chování je projevem šetrného, k přírodě citlivého životního stylu.

## 1. O CO JDE

Každý z nás žije trochu jinak – máme jiné potřeby, hledáme různá potěšení, lišíme se i v tom, co je nám nepříjemné a čeho se bojíme. Náš životní styl je utvářen společenskými zvyklostmi, a také vyjadřuje naši osobnost. Samozřejmě nás ovlivňují vnější okolnosti, například zda jsme bohatí nebo chudí, jestli žijeme na venkově nebo ve městě; vliv má naše rodina a přátelé atd. Důležité ale je, že svůj životní styl můžeme vědomě měnit – rozhodujeme se pro určitý způsob života na základě informací, kritického pohledu na zažitá zvyklosti, a například také podle osobností či vzorů, které určují trendy v různých oblastech.

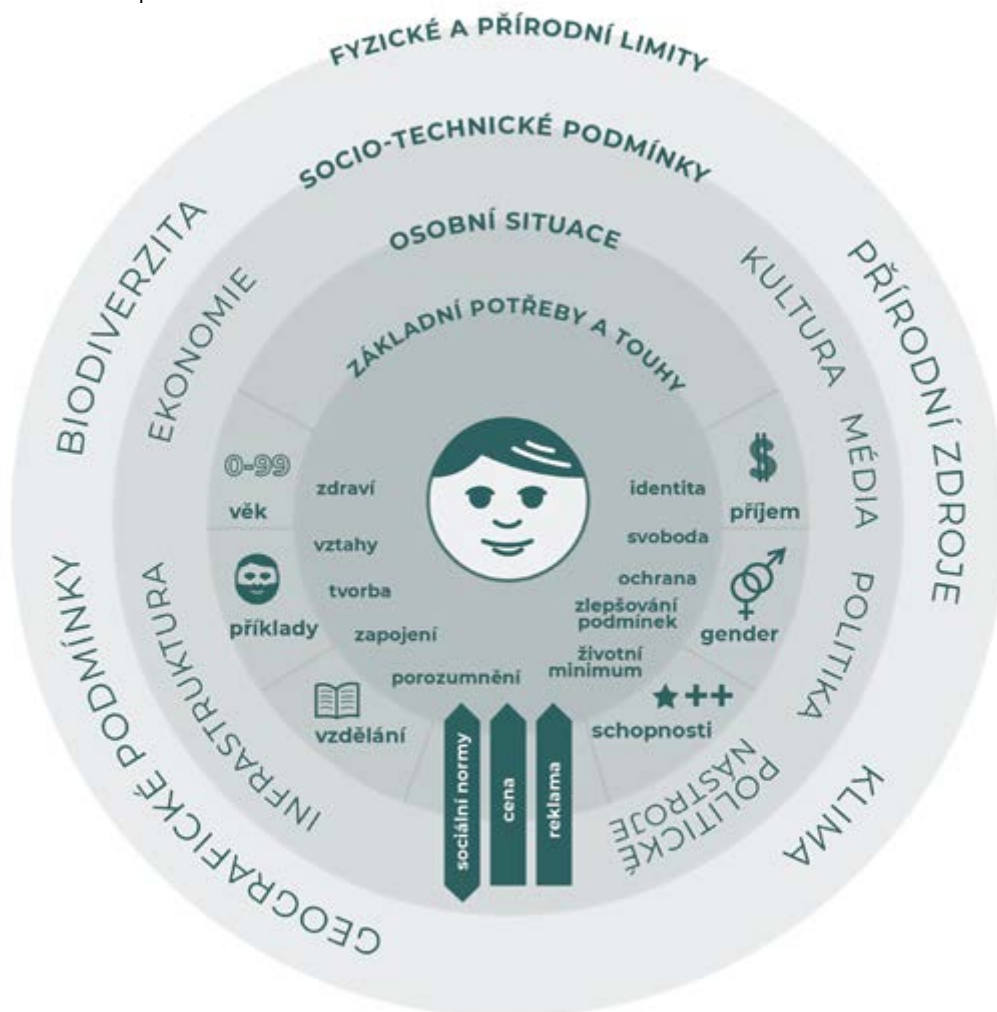
Stručně lze pojem „životní styl“ charakterizovat takto <sup>1</sup>:

- Životní styl je celkovým otiskem způsobu našeho života.
- Určuje naše chování, zvyky a také spotřební rozhodování – tím ovlivňuje naši environmentální stopu.
- Současně je životní styl součástí naší identity, a má vliv na další okolnosti našeho života – zdraví, společenské uplatnění i zapojení do různých spolků a občanských aktivit.
- Životní styl je definován jako souhrn individuálních preferencí, z nichž část se týká spotřebního zboží a služeb. Tím, že si člověk určitý výrobek koupí a používá jej, reaguje na své životní podmínky (vnitřní, vnější).
- Životní styl se tedy projevuje ve spotřebě – to, jaké věci nakupujeme, je jeho vnějším projevem.
- Člověk svými spotřebitelskými rozhodnutími vyjadřuje vlastní osobnost – takto aktivně formuje svůj životní styl.

Životní styl jednotlivce je utvářen jeho osobními preferencemi, na kterých je založeno jeho každodenní rozhodování, velký vliv mají ale také vnější podmínky a celková

<sup>1</sup> Upraveno podle: Akenji, L., & Chen, H. (2016). A Framework for Shaping Sustainable Lifestyles. United Nations Environment Programme: Nairobi, Kenya. [Online](#).

kultura dané společnosti (viz obrázek 1). Můžeme tak srovnávat, jak žili naši předci, přírodní národy, nebo lidé v bohatých zemích, jejichž životní styl je charakterizovaný konzumním způsobem života.



FAKTORY PŮSOBÍCÍ NA UTVÁŘENÍ ŽIVOTNÍHO STYLU:  
(hierarchicky uspořádané) úrovně vlivu na potřeby a přání

Obrázek 1: Vnější faktory, které působí na utváření životního stylu jednotlivce

Zdroj: (Akenji, Chen, 2016).

V současnosti je možné podle určitých charakteristik životního stylu vymezit segmenty populace s podobným typem spotřebního chování, které se pravděpodobně budou zajímat o určitý typ zboží.<sup>2</sup> Takto lze sledovat spotřební chování určité „cílové skupiny obyvatel“<sup>3</sup> – pak je možné působit cílenou reklamou, což je velice účinné z hlediska marketingu.

2 Různé segmenty populace dle životních stylů viz např. [Motivaction International B.V.](#)

3 Vždy je toto chování popisováno ve vztahu k některé oblasti spotřeby: z hlediska sportu jde např. o následující klastry: ne-rodinný / na zábavu orientovaný; rodinný; sportovní / užívající si života; náročný; usazený / intelektuální, viz Füller, J., Matzler, K. (2008). Customer delight and market segmentation: An application of the three-factor theory of customer satisfaction on life style groups. *Tourism management*, 29(1), 116–126. Z hlediska turismu jsou to domov milující, idealistický, nezávislý, požitkářský a konzervativní, viz Gonzalez, A. M., Bello, L. (2002). The construct “lifestyle” in market segmentation: The behaviour of tourist consumers. *European journal of marketing*, 36(1/2), 51–85. Z hlediska vztahu k životnímu prostředí jsou to angažovaní ekologové, „mainstreamoví“ ekologové, příležitostní ekologové a ne-ekologové, viz Barr, S., Gilg, A. (2006). Sustainable lifestyles: Framing environmental action in and around the home. *Geoforum*, 37(6), 906–920.

## 2. KDE JE PROBLÉM

Životní styl ovlivňuje kvalitu i kvantitu spotřeby. Chování spotřebitelů ve vyspělých zemích světa lze obecně charakterizovat jako **konzumně orientovaný životní styl**. Ten má ovšem značné negativní dopady,<sup>4</sup> což nejen ohrožuje základní zdroje obživy i životní prostředí jako celek, rizika s tím spojená jsou také rozdělena „nespravedlivě“ – pro lidi s nízkými příjmy jsou vyšší. Souhrn všech negativních vlivů (především na přírodu) potom může být větší, než je únosnost prostředí v daném regionu nebo i na celé Zemi. Lidská kultura tak postupně začíná překračovat přirozené **planetární limity**: ať již jde o využití krajiny, vody, koloběh živin a jejich vyčerpání, znečištění či změnu klimatu. Při takovém neudržitelném rozvoji by tak v roce 2030 lidé potřebovali 2 planety Země, aby uspokojili své nároky. Kritika konzumerizmu proto zaznívá stále častěji v debatách, které se týkají základních hodnot lidské společnosti (objevila se například i v Encyklice Papeže Františka Laudato si' z r. 2015).<sup>5</sup>

## 3. JAK SE NA TO PŘIŠLO

S růstem populace Země nic nenaděláme, svůj životní styl však můžeme aktivně utvářet, přemýšlet o jeho dopadech. Prvním krokem je rozlišit životní styly šetrné / příznivé, od těch, které jsou spojeny s velkou **ekologickou stopou**, tedy dopadem určitých aktivit jedince nebo celé společnosti na životní prostředí.

V první řadě se můžeme zamyslet nad **konzumním životním stylem**, který je založen na soustavném zvyšování spotřeby. Konzumerismus je popsán jako „taková orientace na materiální statky, která vytlačuje hodnoty nemateriální coby druhořadé, nepřipouští spokojit se s úrovní spotřeby předchozí generace a neumožňuje krýt potřeby zcela, či alespoň převážně z lokálních zdrojů“.<sup>6</sup> Při stoupajícím množství výrobků, které spotřebitel kupuje a užívá, pak ovšem věnuje malou pozornost všem aspektům jejich výroby; to souvisí i s oddělením procesů v rámci jejich životního cyklu. Některé eticky pochybné souvislosti výroby i spotřeby, jejich dopady na špatný stav životního prostředí i vztahy mezi lidmi, totiž spotřebitel nevidí – přitom jednou z příčin jejich přehlížení jsou snahy o snižování cen, tak, aby bylo možné uspokojovat velké množství spotřebitelů.

---

4 Jak již bylo řečeno dříve, současný ekonomický model je založen na stoupající spotřebě, a to i v těch dříve zaostalých regionech světa. Možnost neomezeně naplňovat lidské potřeby a přání, většinou materiální formou, je součástí ekonomické prosperity – nákup spotřebních produktů podněcuje výrobu a vznik nových výrobních odvětví. Na růstu založená ekonomika ovšem vyvíjí soustavný tlak na hledání nových potřeb, které by mohly být naplněny novými výrobky; při tomto rozšiřování potřeb může účinně působit marketing a jeho nástroje, například reklamy. Při konzumním životním stylu ovšem dochází k nadměrnému využívání zdrojů a energií (hlavními oblastmi vyčerpávání zdrojů v individuální spotřebě jsou bydlení, potraviny a doprava), a také produkci odpadů (zde jde o dopady výrobků v celém jejich **životním cyklu**: od výroby, užívání, ke vzniku odpadu). Současně působí tyto dlouhodobé trendy celosvětově, a díky zvyšující se populaci světa má stále více lidí stále vyšší nároky na potraviny, vodu, energii a minerální zdroje. Stoupající spotřeba této rostoucí populace je pak hybnou silou neudržitelného rozvoje.

5 Podrobnosti viz [cirkev.cz](http://cirkev.cz).

6 Keller, Jan. Abeceda prosperity. 1.vyd. Brno: Doplněk, 1997, 160 s. ISBN 80-857-6598-5, s. 48.

Životním stylem člověk projevuje své místo ve společnosti; jeho celkový postoj se ukazuje i v tom, jaké výrobky nakupuje. V této souvislosti rozlišil Thorstein Veblen dva druhy spotřeby: **nenápadnou spotřebu** – což je běžná každodenní spotřeba, která není zaměřena na vyjádření společenského postavení (*sociálního statusu*), ale spíše na uspokojování potřeb, pohodlí, zvyku, praxe a společenských norem – na rozdíl od **spotřeby okázalé**. Tu uvedl do souvislosti s touhou člověka vyjádřit svou identitu prostřednictvím materiálních statků – které poukazují na jeho sociální stav, kterým se chce odlišit od ostatních nebo připodobnit určité žádoucí sociální skupině či společenské třídě.<sup>7</sup> Vědomé omezování zbytečných potřeb a přání je součástí životního stylu založeného na filosofii **dobrovolné skromnosti**.<sup>8</sup> Existuje také druh spotřebitelského aktivismu, pro který se ustálil pojem **etická spotřeba** (etická konzumace, etický nákup, morální nákup, etické nakupování nebo zelené nakupování). Je založen na koncepci „hlasování penězi“ – při takovém nakupování hrají hlavní roli etická hlediska nakupovaných produktů, a naopak jsou bojkotovány nevhodné výrobky, tj. ty, které mohou mít negativní vliv na přírodu a společnost.

Dnes se na druhé straně diskutuje možnost snižování nepříznivých dopadů bez nutnosti „obětí“, tedy omezení spotřeby – a to **uplatněním principů zelené ekonomiky**, která by měla snížit negativní dopady výroby a výrobků na únosnou míru, a to především na základě využití nových technologií. Technologická zlepšení tak zároveň mají přispívat k oddělování křivky hospodářského růstu od negativních průvodních jevů zvyšující se kvality života (tzv. decoupling, viz též kapitola 1).

## 4. PRAKTICKÉ POUŽITÍ POJMU V SOUČASNOSTI

V poslední době se objevují snahy působit na vzorce spotřeby i na celkový životní styl společnosti, změnit je k udržitelnosti. Chování spotřebitelů a „spotřební kultura“ jako taková začínají být analyzovány i z tohoto hlediska. Výsledkem je racionální působení na celkovou informovanost, rozvíjení hodnot šetrného přístupu i snahy o kritické uvědomění rizik spotřeby. Životní styl je však záležitostí kultury celé společnosti, která se mění v dlouhodobém měřítku a za působení velkého množství faktorů. Proto se na něj zaměříme i v tomto programu.

Z hlediska životního stylu by se změny měly odehrávat v celkovém chování spotřebitelů, a to především ve **třech hlavních kategoriích spotřeby**, jimiž jsou:

1. potraviny a zemědělství,
2. bydlení a stavby,
3. mobilita a osobní přeprava

<sup>7</sup> Veblen, Thorstein. Teorie zahálčivé třídy. Vyd. 1. Překlad Jana Ogrocká. Praha: Sociologické nakladatelství, 1999, 344 s. KLAS, sv. 3. ISBN 80-858-5071-0. Původní práce z r. 1902.

<sup>8</sup> Viz např. Librová, H. (1994). Pestří a zelení:(Kapitoly o dobrovolné skromnosti). Veronica, Hnutí Duha.

Následuje chování týkající se *spotřebního zboží* (zahrnující zboží *dlouhodobé spotřeby* a *oblečení*), a dále způsob, jakým lidé tráví *volný čas*. Dopad těchto odvětví si můžeme představit pomocí následujících údajů: <sup>9</sup>

1. **Potraviny:** celosvětově se téměř třetina světové produkce potravin se vyplytvá nebo ztratí. <sup>10</sup> V globálním kontextu přitom 1 člověk z 9 hladoví; a 2 lidé z 10 jsou obézní. Více viz téma [udržitelná strava](#).
2. **Bydlení:** Výstavba a užívání budov (stavební sektor) přispívá 30 % ke globálním ročním emisím skleníkových plynů a využívá až 40 % veškeré energie (UNEP, 2009). Abychom to vyřešili, potřebujeme inovativní řešení nejen v oblasti bydlení, ale i související infrastruktury.
3. **Osobní mobilita a doprava:** Odvětví dopravy je zodpovědné za 13 % emisí skleníkových plynů, a 23 % emisí CO<sub>2</sub> z celkové spotřeby energie lidstva.
4. **Spotřební zboží** je důležité proto, že se používá každodenně a hraje roli při utváření našeho image a návyků. Výrobky, které mají nejvyšší dopady, jsou ty, které jsou vyrobené za použití vytěžených materiálů a fosilních paliv.
5. **Oblečení** se podílí 4 % na celosvětovém objemu odpadu a 5,4 % celkového znečištění oxidem uhličitým na světě. Návyky v oblasti oblékání se mění směrem ke zkracování životního cyklu výrobků, takže stoupá množství odpadu (více než 4 % celkového odpadu). Odhaduje se, že v roce 2050 oděvní průmysl spotřebuje 26 % globálního uhlíkového rozpočtu, což může mít katastrofické následky.
6. **Trávení volného času** – cestovní ruch a služby – vysoké koncentrace návštěvníků v některých oblastech mohou přispět ke ztrátě biologické rozmanitosti, důležitých přírodních zdrojů, vést k fragmentaci půdy, sociálnímu narušení a ztrátě kulturního dědictví.

Uvážlivá rozhodnutí v každé z těchto oblastí mohou významně snížit ekologickou stopu jednotlivce, a souhrnně pak i společnosti jako celku. Pokud taková rozhodnutí činíme soustavně, jde už o projev určitého životního stylu, kterým projevujeme své hodnoty a přístup k životu.

---

9 Viz ([Akenji, Chen, 2016](#)).

10 Viz Glopolis (2014.). Ztracené sklizně – plýtvání a potravinová bezpečnost. [Online](#).

## 5. CO SE V TÉ VĚCI DĚLÁ

Jak je možno působit na **změnu spotřebních zvyklostí**, tedy ovlivnit každodenní rozhodování – i na proměnu celkového způsobu života, tedy **aktivně formovat životní styl**? Působit je možné na jednotlivce a jeho spotřební chování, i systémově, na proměnu spotřebitelské kultury, která by usnadnila udržitelná spotřebitelská rozhodnutí pro většinu lidí. Nejúčinnější je, pokud obě změny probíhají současně (viz obrázek 2).



Obrázek 2: Předpoklady změny ve vztahu k jednotlivci a systému

Zdroj: J. Vávra

**Na úrovni jednotlivce** lze výchovou ovlivňovat vnitřní faktory, především hodnoty a z nich vyplývající postoje a chování; toto působení se děje zcela přirozeně jak v rámci vzdělávacího systému, tak také mimo něj, v tzv. neformální oblasti. Na samotné chování jsou zaměřeny četné behaviorální výzkumy, které poskytují informace, na jejichž základě lze navrhnout vhodná opatření i například vzdělávací programy. Ke **změnám na individuální úrovni**, především v oblasti hodnot a postojů, lze využít koncept transformativního učení, který pracuje se životní zkušeností jednotlivců; změna chování je ale podstatně složitější a věnujeme se jí v následující kapitole.

Ke snížení dopadů nadměrné a/nebo nešetrné spotřeby by mohly významně přispět **změny na systémové úrovni** – ty se týkají technologických inovací (samotné výrobky) nebo opatření v oblasti infrastruktury (způsob dopravy, prodeje výrobků; předpisy pro způsoby užívání, např. automobilů). Prostřednictvím vhodných politik lze postupně měnit ekonomické prostředí; taková opatření jsou v moci politiků nebo zákonodárců, ale bez aktivní podpory občanů se neobejdou. K nastartování takových změn jsou potřebné různé nástroje včetně například osvěty. Jde sice o poměrně dlouhodobou záležitost, její výsledky však mohou být trvalé.

Utváření životního stylu jedince ve společnosti je tak poměrně složitý proces – k celkové změně mohou přispět jednotlivci, současně je ale nutné aktivně utvářet pod-

nětné (celospolečenské) prostředí.<sup>11</sup> Takové prostředí lze vytvořit i v rámci školy – můžeme pak počítat s jeho výchovným působením; a vlastně tak uplatňujeme tzv. celoinstitucionální přístup.

## Jaké jsou překážky žádoucích změn ve způsobu života podnitit

Pokud chceme podnitit žádoucí změny ve způsobu života jednotlivců i na celospolečenské úrovni, je třeba mít na paměti poznatky z výzkumu udržitelnosti životního stylu:<sup>12</sup>

1. Neexistuje žádný univerzální udržitelný životní styl – vždy závisí na okolnostech místa, času.
2. **Životní styl je utvářen a omezován sociálními normami a prostředím.** Je důležité rozlišovat faktory, které nelze ovlivnit individuálně, na úrovni jednotlivce.
3. **Životní styl závisí na dynamice společnosti,** není statický, mění se s rozvojem společnosti.
4. **Potřeby a touhy se liší v čase a dle společenského kontextu.** Jak se společnost vyvíjí, a stává se složitější a / nebo bohatší, mění se i základní potřeby člověka.
5. **Zvyšování příjmů se přímo neodráží ve stoupajícím štěstí** – přínos spočívá spíše jen v uspokojení základních potřeb a zajištění důstojné práce ve společnosti. Nejsou důkazy o tom, že by zejména v bohatších zemích růst HDP vedl ke zvýšení kvality života.
6. Nejdůležitější je vyřešit výraznou propast mezi chudobou a bohatstvím ve společnosti.
7. **Negativní dopady životního stylu na životní prostředí nejsou zamýšlené,** jsou spíše vedlejším produktem snah o naplnění potřeb a přání, a touhy začlenit se do společnosti.
8. Většina environmentálních dopadů životního stylu se odehrává v klíčových doménách spotřeby, jimiž jsou: potraviny, mobilita, bydlení, spotřební zboží a volný čas.
9. Pouhé znalosti nebo povědomí o udržitelné spotřebě a možnostech změn životního stylu obvykle nevedou k žádoucímu chování.
10. Přístupy „top-down“ (prosazování politiky udržitelného rozvoje), které by vedly ke změně životního stylu, **mohou uspět pouze za účasti občanské společnosti.** Velmi důležité jsou přístupy zdola nahoru, jež zahrnují sociální inovace, sociální hnutí a experimenty na místní úrovni.

<sup>11</sup> Chování ovlivňují a při utváření životního stylu hrají roli tyto vnější a vnitřní faktory – (to je rámec Attitudes-Facilitators-Infrastructure (AFI) framework (Akenji, Chen, 2016, str. 15.):

- **Motivace** (okamžité pohnutky jednotlivců, které podléhají vnějším vlivům).
- **Podněty** (okolnosti působící na motivaci – kulturní normy nebo reklama).
- **Determinanty** (vnitřní a vnější faktory rozhodující o určitém chování – zahrnují obecné postoje, pobídky, infrastrukturu, která zajišťuje snadný přístup k určitým výrobkům a službám).

<sup>12</sup> Viz (Akenji, Chen, 2016)

## 6. ... A CO MOHU DĚLAT JÁ

Pokud se chceme chovat odpovědně, máme dvě možnosti: v každé z oblastí spotřeby se můžeme rozhodovat pro **výrobky s menšími nepříznivými dopady**, nebo **formovat svůj životní styl jako celek**.

**1.** V prvním případě je potřeba se při výběru produktů a služeb orientovat podle **ekozačnění**, posuzovat dopad jednotlivých výrobků v **celém životním cyklu** (sledovat jejich LCA) (často nejsou známy), nebo počítat ekologickou stopu spotřeby jako celku. Rozhodování závisí často na technologických parametrech výrobků či efektivitě služeb.

**2.** Ve druhém případě je možno volit **strategie životních stylů**, což zahrnuje nejen nákup, ale také způsob, jakým výrobky užíváme; můžeme také rozmýšlet/pěstovat vztahy mezi spotřebiteli i s výrobcem, které by vedly ke sdílení věcí a jejich znovuvyužívání. Zvolené strategie mají tedy významný dopad na sociální vztahy, mohou pak vznikat modely alternativních společenství, což přispívá k utváření nové spotřební kultury.

V obou případech změna spotřebitelského chování i životního stylu těžká, lidé si totiž volí svůj životní styl většinou nevědomě (žijí tak, jak bylo vždy zvykem v jejich okolí), a prostředí společnosti je tomu přizpůsobeno (nabízí infrastrukturu pro naplňování běžných potřeb). Rozlišení a pojmenování různých životních stylů nabízí možnost uvažovat o tom, že zažité zvyklosti jsou původně přejímány ze společenského prostředí, přinášejí ale určité přínosy a nevýhody. Důležité je o nich vůbec uvažovat – teprve pak se mohou tyto zvyklosti měnit. Ve dvou námi rozlišených případech to lze dělat následujícím způsobem:

**1.** V praxi by každá **spotřebitelská volba** výrobků či služeb, pro které se člověk rozhoduje, měla být rozmyšlena co do estetických, funkčních, technických atd. parametrů – zde se otevírá prostor nejen pro přesné informace a údaje, podle kterých lze posuzovat jejich dopady na životní prostředí, ale i pro příklady dobré praxe a nové nápady. Dbáme na to, že konkrétní **informace mají být předávány cíleně**, tedy tak, aby skutečně mohly způsobit změnu chování. Samotné informace totiž změnu nezpůsobí; současné výzkumy v behaviorální ekonomii ale ukazují nové způsoby, jak s nimi pracovat účinně, např. tyto informace poskytovat „na míru“ pro určitá spotřebitelská rozhodnutí.<sup>13</sup>

**2. Životní styl jednotlivce** je projevem jeho jedinečné osobnosti, a tu je možné kultivovat především výchovou. Pokud chceme, aby jednotlivá spotřebitelská rozhodnutí byla **v souladu s hodnotami udržitelnosti**, musíme se zasadit o celkovou změnu životního stylu. Taková změna, pokud k ní dochází na individuální úrovni, by však měla respektovat povahu jednotlivce – ve vzdělání je tedy potřeba zohlednit individuální zvláštnosti, a vést mladé lidi k přemýšlení o jejich dlouhodobých životních cílech v souladu s jejich celkovým založením.

<sup>13</sup> PECO (2018) Reconfiguring Consumption and Production in Asia and the Pacific. 12 Opportunities for Accelerated Achievement of SDG 12. PECO-Asia Research Project [Online](#).



Volbou vhodného způsobu života se můžeme vnitřně obohatit: budeme pak vést bohatší komunitní život, navrhovat a realizovat kreativní postupy, nebo optimalizovat své výdaje tak, aby vystačily na důležité cíle a projekty – přitom si zvolíme takovou strategii, která odpovídá naší povaze. Především tak ke spotřebě přistupujeme aktivně, volíme ty výrobky nebo strategie jejich užívání, které jsou pro nás přínosné z dlouhodobého hlediska; můžeme se navíc vymanit z manipulativního působení reklamy. Radost ze vztahů, nápadů nebo efektivního hospodaření pak může vynahradit předměty nebo aktivity, na které jsme zvyklí: například namísto cestování do dálných končin poznáme důkladně blízký kraj a jeho obyvatele. Náš život tak mohou naplnit nové vztahy, stane se „pomalejší“ a méně povrchní.

## 7. VYUŽITÍ VE VZDĚLÁVÁNÍ

Filosofie **dobrovolné skromnosti** a životní styl, který z ní vychází,<sup>14</sup> může být přínosem především z výchovného hlediska: mezi žádoucími ctnostmi související se skromností patří například nesobeckost, odolnost a nezávislost. Žít skromně tak neznamena pouze nutnost vzdát se svých (materiálně založených) přání; je spíše příležitostí si rozmyslet, co opravdu chceme a kam v životě směřujeme – a k tomu vést určitou formou sebe-disciplíny. Znamená také šetrnost, schopnost dobře hospodařit a využívat zdroje (materiální, ale třeba i čas) efektivně. Zde hovoříme také o **uvědomělé skromnosti**, v praxi se často projevuje jako antikonzumerismus, tedy vědomé odmítání komerčních nabídek.

Ve vzdělání je důležité nejen pěstovat **základní znalosti o tom, co je životní styl** a jak jej utvářet (např. výběrem vhodné spotřebitelské strategie), ale také **využívat imaginace**. Ta nám pomáhá si představit různé způsoby, jak jednotlivé kategorie potřeb naplňovat udržitelně, aniž by šlo pouze o omezování – například *alternativně* (užívat předměty sdílením) či *nemateriálně*. Můžeme se také řídit **informacemi o funkčních charakteristikách výrobků**, pak se rozhodujeme z hlediska jejich *efektivity* (vybíráme ekologicky příznivé výrobky).

Aktivní, vědomý přístup, který se pokoušíme založit prostřednictvím vzdělání, vychází z hodnot, informací a ochoty jednat, k nimž je třeba systematicky vést. Pro využití konceptu životního stylu ve vzdělání si na závěr můžeme uvědomit a zrekapitulovat následující principy.

V současnosti je **koncept udržitelného životního stylu** nejdůležitějším nástrojem právě ve vzdělávání, a to díky **celostnímu pojetí** a pro možnost **předjímání pozitivních změn**. Z hlediska snah o dosažení udržitelné spotřeby je podstatné, že spotřební vzorce jsou formované celkovým životním stylem jednotlivce, a tento životní styl tak určuje jeho environmentální stopu.<sup>15</sup> Vzdělání by pak mělo formovat každodenní (spotřebitelské) rozhodování na tomto celostním základě, a tedy **utvářet životní styl v souladu s charakterem člověka a v jeho dlouhodobé (celoživotní)**

14 Viz např. Librová, H. (1994). Pestří a zelení. (Kapitoly o dobrovolné skromnosti). Veronica, Hnutí Duha.

15 Viz (Akenji, Chen, 2016, str. 2).

**perspektivě.** Výsledkem vzdělávacího procesu by pak mělo být, že každý člověk je schopen (i) nově, v širších souvislostech rozmýšlet způsoby, jakými si organizuje vlastní život, jak si utváří vlastní identitu, a také jak se začleňuje do společnosti, (ii) aktivně měnit zažité vzorce chování a reflektovat tuto změnu ve vztahu k prospěchu celé společnosti (například k environmentálním limitům), a také se (iii) angažovat v související snaze o změnu společenských norem a systémů.

Důležitá je i **reflexe** různých možností (např. časově a místně vzdálených), a rozvinutí **kritického pohledu** na současný životní styl na tomto základě. Zažité vzorce (zvyklosti, chování) je třeba si uvědomit, umět je hodnotit/analyzovat mj. ve vztahu k environmentálním limitům, ale i k vlastním životním zájmům, a mít schopnost je překonfigurovat ve své životní praxi.

## 8. JAK SI VYHODNOTIT, ŽE POSTUPUJI DOBŘE

Koncept životního stylu je „normativní“ a tak můžeme v konkrétních případech přemýšlet, co je na daném stylu života dobrého, a co špatného – a také si uvědomit, jak se na tomto základě utváří vztah k lidem i přírodnímu prostředí. Své spotřební chování pak můžeme srovnávat s příklady dobré praxe, nebo využít přesnějších metod výpočtu, pomocí nichž lze určit dopady výrobků nebo činností jednotlivě nebo souhrnně, například za určité období.<sup>16</sup>

Správný přístup je takový, který je prospěšný nejen přírodě, planetě a lidem, ale také je užitečný nebo zajímavý pro toho, kdo jej praktikuje. Díky pravidlům, která si stanovíme, nebo obecně platným limitům, jež omezují nezřízená přání, můžeme lépe poznat nejen sami sebe, ale i to, jak funguje společnost, jejíž jsme součástí.

## 9. AKTIVITA

Formou hry můžeme využít postupu segmentace životních stylů LOHAS (viz box 1). Vytvoříme otázky podle základních hodnot v segmentech LOHAS a současně „na míru“ žákům podle věku a prostředí, ve kterém žijí. Po vyhodnocení odpovědí žáků je můžeme rozdělit do skupin podle přístupu ke zdraví a životnímu prostředí. Každá ze skupin je podrobně popsána co do preferencí – o tom se pak může diskutovat ve skupinách.

Poznámka k popisu životních stylů, např. typu LOHAS: populace se do těchto skupin dělí vždy nějak uměle, pro určitý účel. Životní styl je navíc něco, co si každý vytváří sám, ať již vědomě, nebo nevědomě. Nic nám tedy nebrání si kritéria zvolit zcela sami, jak budeme potřebovat. Můžeme segmenty životního stylu navrhnout dle své zkušenosti a přizpůsobit věku dětí – nebo to udělat podle pohádek či příběhů, kde jsou jasně vymezené (metaforicky zveličené). V tomto cvičení jde o to, rozlišit hodnoty, které děti znají: rodinné, z určitého pohledu pracovní, dle zájmů a způsobu trávení volného času atd. Naopak by děti mohly samy doplňovat, co ten který styl vyžaduje (např. sportovec, posluchač určitého stylu hudby atd.)

<sup>16</sup> V prvním případě použijeme metodu [hodnocení životního cyklu výrobku](#) (služby) – LCA, ve druhém můžeme vypočítat [ekologickou stopu](#).

## 10. ZDROJE

[Portál udržitelné spotřeby](#) na Enviwiki:

- Kategorie: [Životní styl](#)
- Kategorie: [Udržitelná spotřeba](#)
- [Pojmy udržitelné spotřeby](#)
- [Udržitelná spotřeba](#)
- [Etická spotřeba](#)
- [Uvědomělá skromnost](#)
- [Změny vzorců spotřeby](#)

[Ekoporadna](#) vytvořená [Sítí ekologických poraden STEP](#) s odpověďmi na nejčastěji kladené otázky

[Ekologické desatero aneb návod, jak si zachránit planetu](#)

## 11. PŘÍLOHA 1 – SEGMENTY ŽIVOTNÍHO STYLU LOHAS

Box 1. LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability) <sup>1</sup> – životní styl zdraví a udržitelnosti. Přehled segmentů životního stylu a základních hodnot v jejich rámci

### Se zájmem o zdraví a udržitelnost (21 %)

- jsou to „aktivní správci“
- se zájmem o zdraví svoje a planety
- LOHAS je jejich životní styl
- jsou to ti, kdo nejvíce investují
- podstupují změnu jako první; mají vliv na jiné
- jsou ochotni platit za přidanou hodnotu pro ŽP

### Milovníci přírody (20 %)

- jsou přesvědčeni, že jejich osobní zdraví závisí na zdraví planety
- mají silný zájem o přírodní / zdravé potraviny
- příjem však omezuje jejich pro-environmentální chování
- cena ovlivňuje to, co nakupují

### Přelétaví (24 %)

- jsou to následovníci zelených
- podléhají však společenským tlakům
- jsou ovlivněni značkou a přidanou hodnotou
- jsou to ti, co chtějí být viděni v určité roli

### Tradiční (18 %)

- jsou praktičtí a racionální
- sledují úspory nákladů; ekologické výhody jsou pro ně sekundární
- jsou skeptičtí k přírodním prvkům a přírodě jako takové

### Lhostejní (17 %)

- nezáleží jim na životním prostředí a společnosti
- řeší pouze každodenní problémy

1 Podrobněji viz [Segmentace spotřebitelů v udržitelném marketingu](#).