

**UNIVERZITA KARLOVA**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut Sociologických studií

Katedra sociologie

**Veganský aktivismus: Česká republika a  
Thajsko**

Diplomová práce

Autor práce: Bc. Karla Hlavová

Studijní program: Sociologie, veřejnost a politika

Vedoucí práce: prof. doc. PhDr. Ondřej Císař, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

## **Prohlášení**

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 3.5.2023

Karla Hlavová

## **Bibliografický záznam**

HLAVOVÁ, Karla. *Veganský aktivismus: Česká republika a Thajsko*. Praha, 2023. s.  
Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií, Katedra sociologie. Vedoucí diplomové práce prof. doc. PhDr. Ondřej Císař, Ph.D.

**Rozsah práce: [uved'te počet znaků s mezerami bez anotace/abstraktu a příloh,  
minimální rozsah je stanoven Opatřením děkana č. 18/2017]**

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá veganským aktivismem v České republice a Thajsku. Cílem práce bylo prozkoumat metody a techniky používané veganskými aktivisty a kontextové prvky ovlivňující hnutí. Práce využila teoretického rámce komparativní a kontextové analýzy. První kapitola práce poskytla přehled sociálních hnutí a konceptů pro jejich studium. Další kapitola vysvětlila metody sběru dat a etické aspekty. V empirické části byly analyzovány metody, aktéři a prostředí veganského aktivismu v obou zemích. Výzkumné otázky se zaměřily na analýzu strategií a taktik organizací v ČR a Thajsku k propagaci veganství, dále na to, jak místní kulturní faktory ovlivňují praxi a přijímání veganského aktivismu a také na hlavní výzvy a překážky, kterým hnutí čelí. Výsledky ukázaly, že se veganské organizace v obou zemích zaměřují na online aktivismus, ale s mírnými odlišnostmi v jejich strategiích. Kulturní faktory, jako jsou tradice a náboženství, ovlivňují praxi a přijímání veganství v každé zemi. Mezi hlavní překážky prosazování rostlinné stravy v České republice patří konzervativní postoje k jídlu, nedostatek aktivistů, negativní vnímání neziskových organizací, nedostatek financí a politické překážky. V Thajsku patří mezi hlavní výzvy vliv masného průmyslu a vládních nařízení, právní překážky odhalování neetických praktik v masném průmyslu a potíže s přesvědčováním lidí, aby pochopili důležitost veganství. Veganské organizace v obou zemích se snaží přizpůsobit své strategie a taktiky, aby zohlednily místní kulturní faktory a dosáhly tak co největší úspěšnosti svého aktivismu. Práce poskytuje hloubkový pohled na veganský aktivismus v ČR a Thajsku a identifikuje rozdíly a podobnosti mezi nimi.

## **Abstract**

The diploma thesis analyse vegan activism in the Czech Republic and Thailand. The aim of the work was to investigate the methods and techniques used by vegan activists and the contextual elements influencing the movement. The work used the theoretical framework of comparative and contextual analysis. The first chapter of the thesis provided an overview of social movements and concepts for their study. The next chapter explained the data collection methods and ethical aspects. The empirical part analysed the methods, actors and environment of vegan activism in both countries. The research questions focused on the analysis of strategies and tactics of organizations in the Czech Republic and Thailand to promote veganism, as well as on how local cultural factors influence the practice and

acceptance of vegan activism, as well as on the main challenges and obstacles that the movement faces. The results showed that vegan organizations in both countries focus on online activism, but with slight differences in their strategies. Cultural factors such as tradition and religion influence the practice and acceptance of veganism in each country. Among the main obstacles to the promotion of veganism in the Czech Republic are conservative attitudes to food, a lack of activists, a negative perception of non-profit organizations, a lack of funding and political obstacles. In Thailand, the main challenges include the influence of the meat industry and government regulations, legal barriers to exposing unethical practices in the meat industry, and the difficulty of convincing people to understand the importance of veganism. Vegan organizations in both countries are trying to adapt their strategies and tactics to take into account local cultural factors in order to make their activism as successful as possible. The work provides an in-depth look at vegan activism in the Czech Republic and Thailand and identifies the differences and similarities between them.

## **Klíčová slova**

veganství, aktivismus, sociální hnutí, efektivita, případová studie

## **Keywords**

veganism, activism, social movement, effectivity, case study

## **Title/název práce**

Vegan activism: Czech Republic and Thailand

## **Poděkování**

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce prof. doc. PhDr. Ondřeji Císařovi, Ph.D za cenné rady při zpracování této diplomové práce, své rodině, která mě při psaní zahrnovala neustálou podporou a v neposlední řadě všem veganům a vegankám, kteří se zúčastnili výzkumu i těm, kteří využívají svého hlasu k boji za spravedlnost.

## Obsah

<b>Úvod</b> .....	<b>3</b>
<b>Teoretické ukotvení zkoumaného problému</b> .....	<b>6</b>
<b>Sociální hnutí</b> .....	<b>6</b>
Koncepční rámce pro studium sociálních hnutí.....	6
Klíčoví aktéři a organizace.....	7
Taktiky a strategie .....	8
<b>Veganství jako sociální hnutí: jeho vznik, ideologie a dopad</b> .....	<b>8</b>
Vznik veganství jako sociálního hnutí .....	9
Veganská ideologie.....	9
Vliv veganství na společnost.....	10
<b>Aktivismus</b> .....	<b>10</b>
Veganský aktivismus .....	11
<b>Komparativní a kontextová analýza</b> .....	<b>13</b>
Definice komparativní a kontextové analýzy .....	13
Metody komparativní a kontextové analýzy.....	14
<b>Dosavadní poznatky o problému</b> .....	<b>14</b>
<b>Metodologie</b> .....	<b>16</b>
<b>Techniky tvorby dat</b> .....	<b>16</b>
Polostrukturované rozhovory.....	16
<b>Výběr vzorku; prostředí výzkumu</b> .....	<b>17</b>
<b>Etické aspekty výzkumu, limity výzkumu</b> .....	<b>17</b>
<b>Empirická část</b> .....	<b>19</b>
<b>Analýza</b> .....	<b>19</b>
<b>Česká republika</b> .....	<b>19</b>
Veganství v České republice.....	19
Český veganský aktivismus .....	23
Strategie veganských aktivistů v České republice.....	25
Kulturní faktory a veganský aktivismus v České republice .....	33
Výzvy a překážky, kterým čelí organizace veganských aktivistů v České republice .....	38
<b>Thajsko</b> .....	<b>43</b>
Veganství v Thajsku .....	44
Thajský veganský aktivismus.....	47
Strategie veganských aktivistů v Thajsku .....	49
Kulturní faktory a veganský aktivismus v Thajsku.....	61
Výzvy a překážky, kterým čelí organizace veganských aktivistů v Thajsku.....	69
<b>Integrace a syntéza zjištění</b> .....	<b>73</b>
Česká republika.....	74
Thajsko .....	77
Identifikace společných rysů a rozdílů mezi Českou republikou a Thajskem z hlediska veganského	

aktivismu .....	82
<b>Diskuse.....</b>	<b>85</b>
Vyhodnocení výzkumných otázek.....	85
<b>Závěr.....</b>	<b>89</b>
<b>Summary.....</b>	<b>90</b>
Jiné zdroje.....	102



# Úvod

Veganství, vnímané jako sociální hnutí prosazující odstranění zneužívání zvířat a přijetí rostlinné stravy, dosáhlo v posledních letech značného rozkvětu. (Joy, 2011) Ve snaze šířit informace o morálních, ekologických a zdravotních rizicích živočišného zemědělství a obhajovat veganský způsob života, se veganští aktivisté účastní různých druhů aktivismu, včetně pouličních demonstrací, online kampaní a komunitního šíření. (Adams, 2010) V důsledku působení místních norem, hodnot a přesvědčení je veganský aktivismus praktikován a přijímán odlišně v různých kulturních kontextech. (Ruby, 2012) Například účinnost a přijetí veganské advokacie může být silně ovlivněna kulturními postoji k jídlu a zvířatům v jiných zemích. (Flynn & Baur, 2013) Proto je klíčové prozkoumat, jak se veganští aktivisté ve svých kampaních vyrovnávají s kulturními rozdíly a jak se veganství prolíná s kulturou a společností.

Jako veganskou aktivistku mě vždy zajímalo, jakým způsobem lze veganství a aktivismus nejúčinněji propagovat. Moje oddanost k veganství a welfare zvířat mě motivuje ke studiu v tomto oboru již několik let, protože pevně věřím, že je to mým životním posláním. Ke studiu v této oblasti mě inspirovala moje osobní zkušenost jako veganské aktivistky, jelikož jsem na vlastní kůži zažila a viděla, jak veganství a aktivismus ovlivňuje lidi a komunity. Viděla a zažila jsem také potíže, s nimiž se aktivisté potýkají při obhajobě veganství, a rozdíly v tom, jak na veganství pohlížejí jiné kultury a společnosti. Tyto poznatky mě motivovaly dozvědět se více o sociálním a kulturním pozadí veganství a prozkoumat tak taktiky, které aktivisté po celém světě používají.

Tato práce srovnává a kontrastuje veganský aktivismus ve dvou kulturně odlišných kontextech: Thajsku a České republice. Ačkoli veganství v poslední době získalo popularitu v obou zemích, existují mezi nimi značné rozdíly, pokud jde o jejich historii, sociální systémy a kulturní názory na zvířata a jídlo. S důrazem na kulturní kontexty České republiky a Thajska si tato práce klade za cíl zachytit, analyzovat a komplexně zdokumentovat veganské sociální hnutí a jeho působení. K dosažení tohoto cíle práce využije teoretického rámce komparativní a kontextová analýza. Cílem práce je nabídnout prozkoumání metod a

technik používaných veganskými aktivisty a také kontextových prvků, které ovlivňují hnutí ve dvou vybraných zemích.

Výzkumné otázky diplomové práce zní takto:

1. Jak organizace veganských aktivistů v Česku a Thajsku používají různé strategie a taktiky k propagaci veganství?
2. Jak kulturní faktory, jako jsou místní normy, hodnoty a přesvědčení, ovlivňují praxi a přijímání veganského aktivismu v každé zemi?
3. Jaké jsou klíčové výzvy a překážky, kterým čelí organizace veganských aktivistů v Česku a Thajsku, a jak se tyto výzvy snaží překonat?

Práce poskytne odpovědi na tyto otázky pomocí kvalitativní výzkumné techniky, a to polostrukturovanými rozhovory a komparativní a kontextuální analýzou. Studie se také zaměří na kulturní a symbolické nástroje.

Tato studie navíc vyplní mezeru ve znalostech o veganské advokacii v kontextu jihovýchodní Asie a východní Evropy. Existuje jen málo studií o tom, jak je veganství praktikováno a nahlíženo v nezápadních kontextech, navzdory některým studiím o veganství a obhajobě zvířat v západních kontextech, zejména ve Spojených státech a Evropě. (Hribal, 2015) Výzkum svými výsledky také přispěje k již dostupným znalostem o veganském hnutí, zejména pokud jde o to, jak kulturní kontext ovlivňuje účinnost veganské advokacie. Výsledky získané z této studie přinesou dodatečné informace o aktivismu a veganském hnutí a také osvětlí sociální a kulturní kontexty, ve kterých tato hnutí fungují.

Podle Chena „veganský aktivismus není univerzální hnutí pro všechny a kulturní kontext hraje důležitou roli při utváření způsobů, jakými aktivisté přistupují k obhajobě zvířat.“ (Chen, 2019, s. 57) Tato práce usiluje o zvýšení povědomí o komplexnosti veganství jako globálního hnutí a o hodnotě kulturní citlivosti a adaptability pro podporu veganství v různých kontextech pomocí kontrastu a srovnání veganského aktivismu v Thajsku a České

republice.

Diplomová práce je rozdělena do tří částí: teoretické, metodologické a analytické, zároveň též do jednotlivých kapitol s cílem nabídnout systematickou analýzu veganského aktivismu v odlišných kulturních a společenských kontextech Thajska a České republiky.

První část, která je teoretická, představuje téma a dává zkoumanému problému teoretický základ. Tato část poskytne přehled sociálních hnutí, koncepční rámce pro jejich studium, zmíní klíčové aktéry a organizace a jejich zapojení do sociálního hnutí, spolu s taktikami a strategiemi, které používají. Práce dále přinese souhrnný popis původu a ideologie veganství jako sociálního hnutí a jeho dopadu na společnost. Stručně uvede koncept aktivismu a veganského aktivismu. V další kapitole vysvětlí komparativní a kontextovou analýzu, jejich definice, důležitost a metody při studiu sociálních hnutí. Na závěr teoretické části dodá dosavadní poznatky o problému.

Druhá, metodologická část práce pak pojednává o metodách sběru dat, které byly při výzkumu použity, výběru vzorku, prostředí výzkumu a analytických postupech. Následující kapitola klade důraz na etické aspekty, které byly zohledněny při výzkumném procesu.

Třetí, empirická část této studie zahrnuje analýzu veganských hnutí a dat od vzorku veganských aktivistů v Thajsku a České republice. K tvorbě dat byly použity polostrukturované rozhovory. Analýza byla provedena s využitím technik komparativní a kontextové analýzy. Cílem je identifikovat klíčové aktéry a skupiny, metody a přístupy, které veganští aktivisté používají, a také sociální a kulturní prostředí, ve kterém působí. S využitím dat bude prezentována důkladná a hloubková analýza aktivismu veganského sociálního hnutí v těchto dvou kulturních kontextech. Následující kapitola pojednává o různých tématech, která vyplynula z dat a také o zjištěních studie. Práce je včetně hlavních závěrů shrnuta v následujících odstavcích, přičemž rovněž nabízí návrhy pro další studium. Závěrečná kapitola slouží jako přehled celé práce, shrnující klíčové myšlenky probírané v každé kapitole a stručný přehled výzkumných zjištění.

# **Teoretické ukotvení zkoumaného problému**

## **Sociální hnutí**

Podle Dianiho je „sociální hnutí sítí neformálních interakcí mezi pluralitou individuů, skupin a/nebo organizací, angažovaných v politických nebo kulturních konfliktech na základě sdílené kolektivní identity“ (Diani 1992: 13) Sociální hnutí jsou koordinované, kolektivní akce lidí nebo skupin, aby se postavily proti statusu quo a podpořily sociální, ekonomické, kulturní nebo politické změny. Jsou nezbytnou součástí demokracií a často se objevují v reakci na vnímané křivdy a stížnosti. (University of Minnesota a Howard Community College, 2022)

Tato kapitola podává obecný přehled o sociálních hnutích, hodnotí několik teoretických rámců pro studium sociálních hnutí, zmiňuje klíčové aktéry a skupiny, jakož i četné taktiky a techniky, které si tito aktéři osvojili.

## **Koncepční rámce pro studium sociálních hnutí**

Pro zkoumání sociálních hnutí vytvořili političtí výzkumníci řadu teoretických rámců. Model politických příležitostí, mobilizace zdrojů, rámování a kultura jsou několika příklady koncepčních rámců pro studia sociálních hnutí. (University of Minnesota a Howard Community College, 2022) Tyto koncepční rámce se používají k pochopení původu, trajektorie a účinků sociálních hnutí.

Politické příležitosti jsou existence nebo absence výhodných nebo nevýhodných okolností, které umožňují nebo brání fungování sociálních hnutí. (Tarrow & McAdam, 1985) Tento rámec pokrývá mimo jiné i Kriesi. Tvrdí, že sociální hnutí vznikají v reakci na příznivý soubor politických okolností, jako je slabá nebo rozdělená vláda, rozšířený přístup k médiím a pozitivní veřejné mínění. (Kriesi, 2004) Model mobilizace zdrojů je dalším konceptem, který zdůrazňuje, jak mohou zdroje, jako jsou fondy, odbornost a sociální sítě, pomoci aktivitám sociálního hnutí. (Edwards & McCarthy, 2004) Snow a kol. (1986) a Benford a

Snow (2000) zkoumají rámce, které zdůrazňují vytváření významu. Toto paradigma ukazuje, jak sociální hnutí sdělují své cíle a základní hodnoty způsobem, který oslovuje možné příznivce. Koncept, který zdůrazňuje, jak společná přesvědčení, hodnoty a normy ovlivňují chování skupiny, se nazývá kultura (kulturní perspektiva). (Williams, 2004; viz např. Spillman, 1995 a Koopmans a Statham, 1999) o tomto rámci pojednávají také.

Vzhledem k rozmachu digitálních médií se akademici také zabývali tím, jak technologie ovlivňují sociální hnutí. Theocharis a kol. (2015) se zabývají tím, jak byl Twitter využíván v hnutích Occupy Wall Street, Indignados a Aganaktismenoi, zatímco Boulianne a Theocharis (2020) analyzují, jak mladí využívají sociální média k politickému zapojení se. Bennett a Segerberg (2012) hovoří o logice konektivní akce, zatímco Klein a Muis (2018) zkoumají krajně pravicové skupiny na Facebooku.

Komparativní a kontextová analýza jsou konceptuální rámce, které jsou často využívány, aby bylo možné vyhodnotit a pochopit dynamiku hnutí napříč různými kontexty. Zatímco kontextová analýza zvažuje konkrétní historický, sociální a politický kontext, ve kterém hnutí působí, komparativní analýza porovnává a kontrastuje hnutí na základě jejich rysů. Tyto analytické metody mohou nabídnout zasvěcené informace o prvcích, které ovlivňují mobilizaci či např. úspěch či neúspěch hnutí. (Caiani a Císař, 2018)

## **Klíčoví aktéři a organizace**

Organizace sociálního hnutí (OSH), zájmové skupiny a jednotliví aktivisté jsou jen někteří z mnoha aktérů, kteří se účastní sociálních hnutí. Jak je definovali Tilly a Wood (2009, s. 36), OSH jsou organizace, které se zaměřují na dosahování konkrétních cílů spojených s určitým sociálním problémem nebo hnutím. Zájmové skupiny, které byly vytvořeny, aby měly dopad na veřejnou politiku, byly klíčové při prosazování cílů sociálních hnutí, jako je veganská advokacie. Zájmové skupiny a sociální hnutí mají podle Císaře (2023) určité podobnosti, ale odlišné cíle a taktiky. Zatímco sociální hnutí se snaží ovlivnit sociální změny, zájmové skupiny se soustředí na ovlivňování politiky. Jednotliví aktivisté jsou ti, kteří se účastní masových protestů za prosazení sociálních změn. Aby dosáhli svých cílů, tyto aktéry často spolupracují, přičemž OSH působí jako hlavní nástroj pro koordinaci skupinové činnosti.

## **Taktiky a strategie**

K dosažení svých cílů sociální hnutí používají různé metody a techniky. Jedná se o protesty, sit-ins, pochody proti nespravedlnosti, bojkoty a stávky. Zejména platformy sociálních médií nabyly na významu jako nástroje pro akce sociálního hnutí, které aktivistům umožňují organizovat příznivce a šířit informace rychleji a efektivněji. (Boulianne & Theocharis, 2020) V posledních několika letech se sociální hnutí stále více obracela k internetovému aktivismu jako ke strategii, která využívá tyto platformy k plánování protestů a kampaní. (Theocharis et al., 2015; Klein & Muis, 2018) Používání sociálních médií k šíření informací a interakci s příznivci je jednou z klíčových taktik, kterou veganští aktivisté používají. (Neumann, 2018) Aktivisté mohou oslovit větší publikum a podpořit pocit komunity kolem veganského hnutí vytvářením a sdílením materiálů na webových stránkách, jako je Facebook a Instagram. Online aktivismus však také představuje další potíže pro sociální hnutí, včetně neschopnosti získat podporu mimo online prostředí a rizika obtěžování a vládního monitorování. (Van Laer & Van Aelst, 2010)

Politický a kulturní kontext, ve kterém se tyto taktiky a strategie používají, je jen jednou z mnoha proměnných, které ovlivňují jejich účinnost. (Tarrow, 2011) V důsledku toho je pro veganské aktivisty klíčové přizpůsobit své strategie konkrétním obtížím a možnostem, s nimiž se setkávají ve svých jednotlivých národech.

## **Veganství jako sociální hnutí: jeho vznik, ideologie a dopad**

Veganství, způsob života, který se vyhýbá živočišným produktům, si v poslední době získává na popularitě jako sociální hnutí. Změnilo se z pouhé gastronomické preference na politické a sociální hnutí, které popírá převládající přesvědčení a zvyky týkající se využívání zvířat v zábavě, kuchyni a dalších sférách společnosti. Tato kapitola se snaží podat obecný přehled veganství jako sociálního hnutí zkoumáním jeho původu, filozofie a sociálních účinků.

## **Vznik veganství jako sociálního hnutí**

Starověká indická a řecká filozofie, která zdůrazňovala význam ahimsy<sup>1</sup> neboli neublížení všem živým bytostem, může být spojena s počátky veganství. Nicméně jako reakce na rostoucí industrializaci zemědělského průmyslu a vznik průmyslového zemědělství začalo v polovině dvacátého století, zejména na Západě, dnešní veganské hnutí. (Adams, 2000) Vydání knihy Petera Singera „Animal Liberation“ v roce 1975 posílilo etické ospravedlnění veganství a dalo hnutí filozofický základ. Tvrdí, že schopnost bolesti a utrpení je nezbytným předpokladem pro to, aby bylo zvířatům poskytnuto právo na to, aby s nimi bylo zacházeno s laskavostí a soucitem na úrovni lidí. (Singer, 1975)

Soubor etických, ekologických a zdravotních principů je základem veganství jako sociálního hnutí. Morální základ veganství, jak uvádí Adams (1990), se soustředí na myšlenku, že na nelidská zvířata by se nemělo pohlížet jako na předměty ke konzumaci lidmi, ale spíše jako na vnímající tvory s vrozenou hodnotou a respektem.

## **Veganská ideologie**

Životní styl známý jako veganství opouští používání živočišných produktů pro jídlo, oblečení a další předměty. Je to morální a etický postoj, který podporuje práva zvířat a pracuje na omezení jejich zneužívání. Veganství popisuje Vegan Society jako „způsob života, který se snaží vyloučit, pokud je to možné a proveditelné, všechny formy vykořisťování a týrání zvířat pro jídlo, oblečení nebo jakýkoli jiný účel“. (Vegan Society, 2021)

Dalším zásadním principem veganství, kromě etických ohledů, je udržitelnost životního prostředí. Podle Friela a kol. (2016), odvětví živočišné výroby významně přispívá k emisím skleníkových plynů, odlesňování a kontaminaci vod. Vegani snižují svůj dopad na životní prostředí a podporují udržitelnou produkci potravin tím, že jí rostlinnou stravu.

V neposlední řadě je hnutí motivováno i zdravotními výhodami veganství. Podle studií může dobře naplánovaná veganská strava snížit šance na rozvoj chronických onemocnění, jako je

---

<sup>1</sup> <https://cs.wikipedia.org/wiki/Ahinsá>

cukrovka, srdeční onemocnění a některé typy rakoviny. (Craig & Mangels, 2009) Veganství podporuje rostlinnou, celistvou stravu s vysokým obsahem ovoce, zeleniny, luštěnin, celozrnných výrobků a dalších fytonutrientů.

## **Vliv veganství na společnost**

Veganství má vliv na společnost v řadě oblastí, jako je móda, zábava a kultura jídla či sociální život<sup>2</sup>. Tím, že veganství zpochybňuje kuchyni zaměřenou převážně na maso, převrátilo konvenční kulturu stravování. Například byly vytvořeny moderní veganské potraviny v reakci na zvýšenou touhu po etických a ekologických možnostech stravování v důsledku popularity rostlinné stravy. (Adams, 2017)

Používání materiálů jako kůže, kožešiny a vlny, které pocházejí ze zvířat, bylo v módním průmyslu veganstvím kritizováno. Popularita „veganského“ oblečení podnítila vytvoření nových a ekologicky šetrných materiálů, jako jsou recyklované plasty, ananasová kůže a houbová kůže. (Fletcher, 2017)

Zábavní sektor byl také ovlivněn veganstvím. Ochránci práv zvířat bojují proti využívání zvířat v mořských světech, zoologických zahradách, cirkusech a různých dalších zábavních zařízeních. Kolaps mnoha zábavních společností založených na zvířatech v důsledku zvýšeného povědomí veřejnosti o týrání zvířat posloužil k podpoře morálnějších a soucitnějších druhů zábavy, například cirkusů s lidmi.

## **Aktivismus**

Aktivismus se stal významnou součástí moderního politického a společenského života díky jednotlivcům, a hlavně díky výše uvedeným organizacím sociálního hnutí, které se shromažďují kolem různých příčin, aby podpořily změnu a zpochybnil status quo. (Earl &

---

<sup>2</sup> Hlavová, K. 2021. *Vliv veganství na sociální život jedince*. Bakalářská práce, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií.



Kimport, 2011)

Společným úsilím o sociální, politické nebo ekonomické změny aktivisté označují příčinu nebo problém, za který bojují a propagují jeho řešení. Kromě protestů, demonstrací, kampaní a občanské angažovanosti se aktivisté účastní i jiných typů aktivismu. Podle McAdama a Snowa je aktivismus „snaha dosáhnout změny tváří v tvář opozici, represi nebo lhostejnosti.“ (1997, s.6)

V minulosti hrál aktivismus klíčovou roli v sociálních hnutích zahrnujících témata od environmentální spravedlnosti po občanská práva. V mnoha případech byl aktivismus účinný a přinesl velké posuny. V 60. letech byl přijat zákon o občanských právech a zákon o volebních právech, které zlepšily práva Afroameričanů. V 70. letech 20. století byla zřízena Agentura pro ochranu životního prostředí a byl přijat zákon o čistém ovzduší a zákon o čisté vodě, které poskytují významnou ochranu životního prostředí. Aktivismus je mimo jiné velmi účinný i co se týče prosazování práv LGBTQ+, práv žen a práv osob se zdravotním postižením. (Brewer & Tewksbury, 2018)

Aktivismus je důležitým nástrojem pro dosažení sociálních, politických a ekonomických změn. Jeho prostřednictvím je možné vyjádřit hodnoty a názory člověka. Mnoho lidí se například účastní obhajoby práv zvířat nebo změn klimatu, protože věří, že je to jejich morální povinnost. Ti, kteří se účastní jakéhokoliv aktivismu, se často cítí naplněni a mají pocit smysluplnosti. I když nemusí být vždy plně efektivní v rámci představ, je to zásadní metoda pro lidi a organizace, jak mohou podporovat věci, které je zajímají. (DeLuca & Lawson, 2013)

## **Veganský aktivismus**

Veganský aktivismus je typ akce, která podporuje rostlinnou stravu a etickou péči o zvířata. (Joy, 2011) V posledních letech došlo k nárůstu veganské advokacie, kdy více lidí přešlo na veganskou stravu z morálních, ekologických a zdravotních důvodů. (Ruby, 2012) Veganští aktivisté používají řadu strategií, jako jsou přímé akce, protesty a internetové kampaně. (Noppers et al., 2019) Tyto strategie mají zvýšit obecné povědomí o tom, jak živočišný průmysl ovlivňuje lidské zdraví, životní prostředí, a především dobré životní podmínky zvířat.

Etický vztah ke zvířatům je jedním z primárních hnacích motorů veganského aktivismu. Zvířata by podle aktivistů neměla být využívána k lidskému vykořisťování a chov zvířat je ze své podstaty krutý a nespravedlivý. (Joy, 2011) Hlavním cílem veganského aktivismu je zvýšit povědomí veřejnosti o utrpení, které zvířata snášejí v potravinářském průmyslu. „Aktivismus lze chápat jako způsob, jak zvýšit povědomí o realitě vykořisťování zvířat a pomoci lidem, aby viděli zvířata více než pouhé zboží,“ píše Joy (2011, s. 28) Zastánci veganství chtějí vyzvat lidi, aby měli soucit se zvířaty a dělali morálnější rozhodnutí o tom, co jedí.

Negativní dopady živočišného zemědělství na životní prostředí jsou dalším problémem, který se veganský aktivismus snaží vyřešit. Organizace OSN pro výživu a zemědělství (FAO) odhaduje, že 14,5 % světových emisí skleníkových plynů pochází z živočišného chovu. (Gerber a kol., 2013) Omezení nebo vyloučení živočišných produktů z jídelníčku je podle zastánců veganství zásadním krokem v řešení klimatických změn. (Ruby, 2012) Cílem veganského aktivismu je zmírnit negativní dopady živočišného zemědělství na ekosystém, jako jsou emise skleníkových plynů a odlesňování. (Sorenson & Earle, 2018)

Dalším cílem veganského aktivismu je mimo jiné informovat veřejnost společně s postupujícími etickými a ekologickými problémy také o zdravotních výhodách rostlinné stravy. Studie prokázaly, že veganská strava snižuje riziko srdečních onemocnění, cukrovky a některých druhů rakoviny. (Craig & Mangels, 2009)

Veganský aktivismus se však neobejde bez kontroverze. Veganství je podle některých kritiků privilegovanou možností životního stylu, která je mimo dosah lidí s nízkými příjmy nebo těch, kteří žijí v oblastech s nedostatkem jídla. Někteří navíc kritizovali veganský aktivismus jako příliš agresivní nebo odsuzující ty, kteří nesdílejí jejich názory. (Adams & Donovan, 2015; Flynn, 2018) I přes to, že byl veganský aktivismus kritizován, se stále šíří a je účinný. Podle Szymanskiho (2021) sehrál veganský aktivismus významnou roli při řízení změn v potravinářském průmyslu směrem k poskytování více rostlinných produktů a zvyšování standardů dobrých životních podmínek zvířat.

# **Komparativní a kontextová analýza**

V této kapitole poskytnu popis toho, co je to komparativní a kontextová analýza a k čemu se používají. Obě strategie slouží jako zásadní koncepční rámce pro pochopení toho, jak se sociální hnutí chovají v různých prostředích.

## **Definice komparativní a kontextové analýzy**

### **Komparativní analýza**

„Komparativní analýza je metoda pro zkoumání dvou nebo více případů za účelem identifikace vzorců a kauzálních vztahů mezi nimi. Jedná se o běžnou výzkumnou praxi při studiu sociálních hnutí, kde vědci porovnávají různá hnutí nebo aspekty stejného hnutí, aby pochopili podobnosti a rozdíly mezi nimi.“ (Della Porta & Diani, 2015, s. 32)

Srovnávací analýza podle Caiani a Císaře (2018) může výzkumníkům pomoci určit prvky, které ovlivňují různé aspekty sociálních hnutí. Aby vědci pochopili, proč se sociální hnutí liší, mohou porovnat několik případů, aby našli paralely a kontrasty v prvcích, jako je politické pozadí, organizační struktura a kolektivní identita.

Případy v této studii jsou veganská aktivistická hnutí a jejich aktivismus v Thajsku a České republice. Porovnáním těchto dvou příkladů můžeme odhalit vzory a trendy, které jsou specifické pro každého a ty, které platí pro obě země.

### **Kontextová analýza**

Kontextová analýza je výzkumná strategie, která bere v úvahu různá politická, sociální a historická prostředí, ve kterých se sociální hnutí vytvářejí a rostou. Tento přístup uznává, že sociální hnutí neprobíhají jen ve vakuu, ale jsou ovlivňována různými faktory jako kulturní normy, politické instituce a ekonomické systémy. (Benford & Snow, 2000)

Caiani a Císař (2018) tvrdí, že kontextová analýza může vědcům pomoci pochopit jedinečné obtíže a příležitosti, se kterými se sociální hnutí musí v různých situacích potýkat. Kontextovou analýzu lze například použít k pochopení toho, jak politické struktury a

kulturní normy národa ovlivňují taktiku a strategie sociálních hnutí.

Abychom lépe porozuměli proměnným ovlivňujícím růst veganského aktivismu v jednotlivých případech, prozkoumáme v této studii kulturní pozadí české a thajské společnosti.

### **Kombinace srovnávací a kontextové analýzy**

I když se komparativní a kontextová analýza často prezentují odděleně, totiž jako metodologická strategie a teoretický přístup, lze je také v prezentaci kombinovat a nabídnout tak v integrované podobě. V reálné praxi výzkumu se vlastně vždy nakonec kombinují v realizovaných komparativních analýzách hnutí a národních kontextů. Výzkumníci pak mohou objevovat široké trendy a konkrétní kontextové prvky, které ovlivňují různé aspekty sociálních hnutí. Kombinace komparativní a kontextové analýzy, jak navrhli McAdam, Tarrow a Tilly (2001), může pomoci určit základní síly stojící za sociálními hnutími. Výzkumníci mohou najít široké trendy v dynamice hnutí porovnáním případů z různých prostředí.

### **Metody komparativní a kontextové analýzy**

Ve výzkumu sociálních hnutí existuje mnoho přístupů k provádění komparativní a kontextové analýzy. Využití srovnávacích případových studií je jednou z nejoblíbenějších technik. Výzkumníci mohou najít vzorce a témata, která se vztahují na sociální hnutí napříč kontexty, porovnáním různých případů. (Collier, 2011) V rámci této obecné strategie pak dochází k využití řady konkrétních metod a technik tvorby dat, např. využití rozhovorů je technikou, která může osvětlit postoje, přesvědčení a zkušenosti aktivistů sociálních hnutí v různých prostředích. (Diani, 2011) Analýza mediálního pokrytí sociálních hnutí v různých kontextech může být použita k provedení komparativní a kontextové analýzy také. (Hawkins & Tindall, 2013)

## **Dosavadní poznatky o problému**

Svět se stále více zajímá o veganství jako životní styl a možnost stravování. Po celém světě je údajně více než 75 milionů veganů. (The Vegan Society, 2021) Navzdory tomuto vývoji

je stále málo znalostí o elementech, které podporují šíření a přijímání veganství v těchto prostředích. Zdravotní výhody rostlinné stravy (Satija et al., 2017), environmentální dopady živočišného průmyslu (Stehfest et al., 2009) a morální důsledky využívání zvířat již předmětem výzkumu veganství v minulosti byly. (Garner, 2005) Komunikační strategie a metody používané veganskými aktivisty a zástupci médií k rozvoji veganství v různých kulturních prostředích však důkladně prostudovány nejsou.

Výzkum názorů a přesvědčení lidí ohledně veganství například ukázal, že čeští spotřebitelé obecně podporují veganství, ale nejsou si vědomi ekologických a zdravotních výhod rostlinné stravy. (Konečná a kol., 2020) Podle výsledků jiné studie provedené v Thajsku je u lidí, kteří jsou vzdělanější a mají vyšší příjmy, pravděpodobnější, že se stanou vegany. (Wongboonsin & Phromsuthirak, 2019)

# Metodologie

## Techniky tvorby dat

Data pro tento výzkum budou shromažďována pomocí kvalitativní metody, a to polostrukturovanými rozhovory, prováděnými s klíčovými účastníky, jako jsou veganští aktivisté a zástupci.

### Polostrukturované rozhovory

Polostrukturované rozhovory byly hlavní technikou sběru dat pro kvalitativní metodologii studie. Vzorek tvořili tři informátoři z každého národa, kteří jsou známí a velmi aktivní ve svých národních hnutích veganských aktivistů. Na základě jejich úrovně zapojení do skupin a jejich odborných znalostí při řešení problémů, s nimiž se veganští aktivisté v různých zemích setkávají, jsem k výběru informátorů použila cílenou strategii vzorku. Díky společnému zapojení do veganské advokacie také většinu informátorů znám osobně.

Všichni účastníci před zahájením rozhovoru vyslovili ústní souhlas a podepsali formulář souhlasu. Se souhlasem účastníků byly rozhovory prováděny offline i online prostřednictvím videohovoru. Nahrávky rozhovorů byly následně přepsány pro analýzu.

Flexibilita a hloubka dat, která lze touto metodou získat, vedla k volbě použít právě polostrukturované rozhovory. (Bryman, 2016) Lepší pochopení perspektivy účastníků a obtíží, se kterými se jako veganští aktivisté setkávají ve svých jednotlivých zemích, vyplynulo z otevřených otázek, které účastníkům umožnily vyjádřit své názory a zkušenosti vlastními slovy.

Aby byla zachována etická integrita studie, proces shromažďování dat přísně dodržoval etické standardy informovaného souhlasu, důvěrnosti a dobrovolné účasti. Totožnost každého informanta byla skryta, čímž byla zachována důvěrnost účastníků. Informace získané z rozhovorů byly bezpečně uchovány a použity pouze v této studii.

Citace z rozhovorů jsou v textu označeny kurzívou a úryvky z anglických rozhovorů jsou

volně přeloženy do češtiny.

## **Výběr vzorku; prostředí výzkumu**

Jak jsem již zmínila v kapitole Polostrukturovaných rozhovorů, pro výběr vzorku byl v tomto výzkumu použit účelový výběr, který zahrnuje výběr účastníků podle jejich relevance k cílům výzkumu. (Palinkas et al., 2015) Vzorek tvoří veganští aktivisté a zainteresovaní členové širší veřejnosti. K vyhledání účastníků byly použity sociální sítě, veganská setkání a skupiny v Thajsku a České republice.

Výzkumné prostředí zahrnuje různá místa, jako jsou místa osobních rozhovorů a shromažďování dat online. V zájmu zachování důvěrnosti a omezení vyrušování se rozhovory konaly offline i online, a to v soukromých prostředích, jako jsou domácnosti účastníků. (Patton, 2015) Rozhovory se také konaly v prostorech veganských kaváren.

Navíc mám výhodu, pokud jde o přístup k potenciálním respondentům, protože se aktivně věnuji veganskému aktivismu v obou zemích, kde provádím tento výzkum. Jako veganský aktivista, který vede tuto studii, mohu poskytnout zvláštní pohled na prožité zkušenosti hnutí a jeho účastníků. Protože jsem obeznámena s jazykem, kulturou a hodnotami zkoumané skupiny, mohu podle Charmaze (2006) nabídnout jemnější pohled na složitost sociálního hnutí. To může zahrnovat znalosti o cílech, rutinách a obtížích, kterým čelí lidé, kteří žijí veganským životním stylem v případě veganského aktivismu. Být součástí veganské komunity může usnadnit budování vztahů s účastníky, což usnadňuje sběr bohatých a důkladných dat. (Mauthner & Doucet, 2003) Mohu také přispět k rozvoji důvěry s účastníky studie, jak uvádí Creswell (2014), což zlepšuje validitu a spolehlivost výsledků výzkumu.

Stručně řečeno, výzkumné prostředí a výběr vzorků budou pečlivě naplánovány, aby bylo zaručeno, že shromážděné informace jsou relevantní, přesné a odrážejí zkušenosti a názory významných účastníků veganských komunit v České republice a Thajsku.

## **Etické aspekty výzkumu, limity výzkumu**

Jakákoli studie musí brát v úvahu etická hlediska, aby byla zaručena ochrana práv účastníků a jejich blahobyt. (Bryman, 2016) Studie bude dodržovat etické standardy a všichni účastníci budou informováni o cílech výzkumu, souvisejících postupech a jejich právu kdykoli svou účast ukončit. Před shromažďováním jakýchkoli údajů bude požádáno o informované povolení všech účastníků. (Creswell, 2014) Výzkumníci také přijmou opatření k zachování důvěrnosti a anonymity, jako je poskytování pseudonymů uživatelům a bezpečné ukládání dat. (Patton, 2015)

Proces výběru případů pro tuto studii zahrnoval zvážení jak sociologických, tak etických faktorů. Výběr těchto případů byl ovlivněn i mým osobním zájmem a zkušenostmi jako vegana aktivisty v obou zemích. Při výběru České republiky a Thajska bylo cílem vyzdvihnout dvě země s odlišným kulturním a sociálním kontextem, kde dle mého názoru veganství v posledních letech nabírá na výrazném tempu. Selekcí těchto zemí s jedinečným kulturním kontextem se studie snaží poskytnout podrobné pochopení výzev a příležitostí, kterým veganský aktivismus na celém světě čelí.

Navíc mé osobní zapojení do hnutí veganského aktivismu jako výzkumníka v obou zemích může přinést zaujatost nebo mít dopad na shromážděná data. (Bryman, 2016) Avšak jak uvádějí Denzin a Lincoln (2011), využití reflexivity ve výzkumu může být zvláště výhodné pro výzkumníky „insidery“, protože jim umožňuje ustoupit a reflektovat vlastní pozici v hnutí a vliv, který jejich domněnky a předsudky může mít na výzkumný proces. Tento stupeň sebeuvědomění může nakonec vést k výzkumnému přístupu, který je exaktnější a otevřenější.

Malá velikost vzorku v této studii je jedním z limitů této studie. I když byli dotazováni tři respondenti z každé země, nemusí to vůbec přesně vyjadřovat, jak se obecná česká či thajská populace staví k veganství. Tyto názory mohou být ovlivněny řadou faktorů, včetně osobních zkušeností, kulturního zázemí a dalších kontextových proměnných, ale je důležité poznamenat, že v této studii data odrážela vnímání aktivistů o jejich stavu a fungování společnosti. V důsledku toho by výsledky této studie neměly být extrapolovány mimo populaci účastníků studie a jejich jedinečné situace.

Dále byly rozhovory v případě Thajska vedeny v angličtině, přičemž mohli mít někteří



účastníci problémy s komunikací. Přestože bylo vynaloženo veškeré úsilí, některé jemnosti se mohly v rozhovoru ztratit v překladu.

## **Empirická část**

Tato kapitola shrnuje výsledky empirické studie, která zkoumala techniky a taktiky používané skupinami veganských aktivistů v České republice a Thajsku, stejně jako kulturní aspekty, které ovlivňují veganský aktivismus v obou zemích. Tato kapitola se také zabývá hlavními obtížemi a výzvami, kterým musí veganské aktivistické skupiny v obou zemích čelit, a také tím, jak se je snaží překonat.

## **Analýza**

### **Česká republika**

V posledních letech došlo v České republice k nárůstu prosazování veganství a práv zvířat. V důsledku toho se objevila řada skupin veganských aktivistů, z nichž každá má své vlastní metody pro prosazování veganství a podporu práv zvířat. (Dvořáková & Baránková, 2019)

V tomto kontextu je zásadní prozkoumat strategie, kulturní faktory a výzvy, se kterými se setkávají skupiny českého veganského aktivismu. Tato část bude rozdělena do pěti kapitol: první se bude zabývat samostatně veganstvím v České republice, konkrétně jeho vnímáním a zobrazováním v médiích, dále naváže na český veganský aktivismus, který zahrne podkapitolu jeho rolí a vývoje, třetí kapitola se zaměří na různé strategie a taktiky, které používají skupiny veganských aktivistů v České republice; čtvrtá bude analyzovat kulturní normy, hodnoty a přesvědčení, které ovlivňují přijetí veganství v národě a pátá bude identifikovat hlavní výzvy, kterým čelí skupiny veganských aktivistů v České republice.

### **Veganství v České republice**

Tato kapitola se zabývá tím, jak je podle mých respondentů veganství vnímáno v České republice, včetně toho, jak ho vnímá široká veřejnost a jak je zobrazováno v médiích.

## Vnímání veganství v České republice

Existuje několik pohledů na to, jak je veganství vnímáno v české kultuře. Podle dotazované aktivistky: „...lidem, který kterým je blízká příroda, ohleduplnost... jsou otevřený jako vůči světu, tak si myslím, že e veganství vnímají pozitivně, většinou společností si myslím že e veganství je vlastně... nemají o tom informace, protože e o tom neslyšeli od rodičů, neslyšeli o tom ve škole, neslyší o tom v reklamě, nepíšu o tom v Blesku a nebo prostě ten mainstream je trošku u nich někde jinde, tak ty si myslím, že e tomu nerozumí a pak je část lidí, která, když slyší něco takového, tak se cítí ohrožení a mají .... vzbuzuje to v nich myslím pocit viny, a proto vnímají veganství silně negativně.“

Studie z roku 2015, kterou provedli Amiot a Bastian, zjistila, že ti, kteří mají silný vztah k přírodě a zvířatům, s větší pravděpodobností podporují veganství a práva zvířat. Může to být důsledkem jejich vnímání propojenosti přírodního světa a jejich přesvědčení, že lidé mají povinnost chránit a starat se o vše živé. (Amiot & Bastian, 2015)

Další z respondentek uvádí, že je veganství v České republice vnímáné: „...stále ještě negativně, že e je tam takové to stigma, že e vegan je nějaký strašný člověk a takž e spíš e negativní, ale vidím tam nějakou tendenci ke zlepšování, že e to začíná být přijatelnější, ale pořád tam podle mě to stigma je.“

Rosenfeld a Burrow (2017) tvrdí, že termín „vegan(ský)“ souvisí s nepříznivými předsudky, jako nebyt mužný nebo „cool“, a že respondenti byli více nakloněni výběru rostlinných variant, které nebyly identifikovány jako „veganské“. V podobném duchu Ruby a kolektiv (2016) zjistili, že respondenti věřili, že vegani jsou pejorativní a je těžké je uspokojit.

Respondent uvádí: „Určitě to slovo je hodně provokativní, že e pro spoustu lidí je to jako červený šátek.“

Na druhou stranu však jedna z aktivistek zmiňuje, že je nyní veganství: „... přijímá manější, než bylo v minulosti, že e to přestává mít tu extrémně negativní nálepku, objevuje se to už i v reklamách na mainstreamový prací prostředky, že e se tam vyzdvihne, že e je to veganský produkt, takž e je tam ještě nějaký odpor, ale cítím se zároveň i s tím, že e je to něco zádoucího,

*něco dobrého. Dále poznamenává: „Je to přijí manější než dřív, i před 5-10ti lety, se vše hodně posunulo a je to podle mě tím, že je ve společnosti víc a víc veganů, veganek, takže e ti lidé je mají v rodinách a ve třídách a tím jak se tomu vystavují, tak to přestává být neznámé a nebezpečné.“*

Změny v postojích zaznamenala také jedna z respondentek, a to hlavně ve spotřebitelské sféře. Myslí si, že: *„... se toho (veganství) chytají určitý firmy, který vyrábějí třeba jídlo a nebo i oblečení, se toho chytaj, protože e vidí, že v mladší populaci je tenhle trend, jakoby tí hnout k udržitelnějšímu způsobu života, do toho spadá i to veganství,“* Pokračuje, tím že: *“v poslední ch bych řekla právě třeba 5–7 letech tam jako změny jsou, ale když to zase porovnáme pořád se západními zeměmi, tak pořád si myslím, že e na tom nejsme úplně nejlíp.“*

Tyto myšlenky sdílí i dotazovaný aktivista, který říká: *„Tak za dobu, co se pohybuju v tom nějakým hnutí, jestli to tak můžeme nazvat, tak si myslím, že e veganství se hodně rozrostlo, ať už z hlediska toho, kolik potravin si můžeme v obchodech koupit, kolik restaurací přibýlo, ale třeba před 10ti lety málokdo věděl, kdo je vlastně vegan a teď si myslím, že e už to většina lidí ví.“*

### **Zobrazování veganství v českých médiích**

Podle jedné z respondentek je veganství v Česku zmiňováno v médiích častěji než dříve. Dále poznamenává, že je veganství zobrazováno smíšeně. Říká, že se renomovaní vegani příležitostně objevují v rozhovorech pro média, přičemž jsou obvykle dobře přijímány běžnou populací. Říká: *„Občas do médií promítne nějaký rozhovor se slavným veganem a pak je to pozitivně bráný, třeba Ben Cristovao<sup>3</sup>.“*

Výzkum od Stavrosita a Kima ukázal, že online média mají tendenci upřednostňovat senzacechtivý a emocionálně nabitý obsah před informativní a hloubkovou žurnalistikou, což vede ke clickbaitovým titulům, které zkreslují pravdu a vyvolávají senzacechtivost zpráv. (Stavrositu & Kim, 2014)

---

<sup>3</sup> Ben Cristovao je známý veganský hudebník, sportovec a aktivista za práva zvířat.

Podle další studie, která zkoumala, jak bylo veganství zobrazováno v českých médiích v letech 2010 až 2017 a byla publikována v Journal of Hunger & Environmental Nutrition, byly hlavními zjištěními nedostatek objektivních informací, sklony k senzacechtivosti a špatný obraz o veganství. Studie také zjistila, že veganství bylo v mediálním zobrazení často zaměňováno s neveganskou stravou a životním stylem. (Kuška a kol., 2019)

Tato odpověď respondentky poukazuje na to, že média příležitostně propagují nelogické příběhy o veganech, které mohou být klamavé a urážlivé: *„Ale občas se do médií dostanou různé nesmyslné zprávy, třeba, že rodiče utýrali nějaké dítě a teď se tam napíše, že ho utýrali veganskou stravou, ačkoliv to třeba vůbec není pravda, protože ty lidi třeba vůbec nebyli vegani. Tvrdí, že existují případy, kdy jsou titulky psány jako clickbait a vyvolávají u čtenářů emocionální odezvu, takže si myslí, že vegani jsou radikální nebo nelogičtí: „Že jen ten titulek, aby byl clickbait, aby se lidi naštváli a řekli si, tyhle lidi jsou fakt pošahaný. Ale když si ten titulek přečtou, zjistí, že to jsou lidi, který dávali dítěti jen jablko, což veganská strava neznamena nějakou takovouhle restrikcí.“*

Další respondentka zmínila tento případ také: *„...ale většinou se setkáš s tím, že ó, vegani zabili svoje dítě, protože ho chtěli krmít sluncem. A vůbec, tito lidé se nazývají brethariáni a vůbec nehodnotí m, protože tomu nerozumí m, ale oni vědí, že lidi budou chtít t slyšet, že e si to přiřadí spíš k těm veganům, i když je to chybný. Jim je to jedno, že e je to chybně, prostě tam napíšu a zaškatulkujou a buď to dítě krmili sluncem nebo umřelo. Nebo jednou jsem to viděla s tím, že krmili dítě vodou a moukou rozemíchanou a že ho zabili, ale zase to byli vegani. Oni nenapíšu, že nějaký blázní tohle udělali.“*

Podle aktivistky jsou online články v éře internetu samozřejmostí a tituly jsou zásadní pro přilákání čtenářů. Většinou podle ní však vegany vykreslují spíše negativně: *„...budeš koukat na online články, tak všechno musí mít název, aby to šokovalo, aby si to lidi chtěli otevřít. Takže většinou spíš zvolí něco, aby to byla nějaká stupidita nebo nějaký šok, takže většinou si myslí m, že e je zobrazují jako idioty, protože vlastně vědí, že e je to voda na mlýn lidí, který čtou jejich periodika.“*

Další z respondentů si však naopak myslí, že: *„... se to zlepšuje, že e je to čím dál lepší, nevzpomínám si, že e by média záměrně chtěly poškodit veganský aktivisty nebo celkově slovo*

*veganství , že se snaží o tom psát, tak, jak zjistí opravdu ty informace, takž e si myslí m, že e tomu vlastně asi pomáhají , celému tomu tématu, z mého pohledu. “*

## **Český veganský aktivismus**

Jak jsem již zmínila výše, Česká republika zaznamenala v posledních letech nárůst veganské advokacie a zájmu o tato témata. Počet veganů v zemi postupně roste, přičemž je podle výzkumu Pivovarové a kolegů (2017) zvláště pozoruhodný nárůst veganství u mladších generací. Společně s oblibou veganství vzrostl také počet lidí a organizací, které se zabývají prosazováním etiky zvířat a šířením znalostí o negativních dopadech chovu zvířat. (Pivovarová a kol., 2017)

I přes nárůst veganství a prosazování práv zvířat v České republice je třeba překonat určité obtíže a překážky. Například výzkum Konečné a kolektivu (2017) odhalil, že v populaci je nedostatek veřejného povědomí a chápání problémů dobrých životních podmínek zvířat, a že mnoho českých občanů považuje aktivismus za práva zvířat za přehnaný nebo zbytečný. Dále je například potřeba větší institucionální a politická podpora úsilí o dobré životní podmínky zvířat a také snadnější přístup k veganským produktům a rostlinným náhražkám v českých supermarketech a stravovacích zařízeních. (Kubátová, 2019)

### **Role aktivismu**

Podle studie Szmigielské a Kiczorowské (2021) bylo prokázáno, že kampaně na podporu veganství zvyšují znalosti o negativních dopadech chovu zvířat na životní prostředí a podporují dobré životní podmínky zvířat. Kromě toho mají veganští aktivisté významný dopad na veřejnou politiku tím, že podporují zákony a politiky, které chrání zvířata. (Koivisto & Sorman, 2019) Studie navíc prokázaly, že veganská advokacie může být úspěšná při změně postoje lidí k veganství. (Ruby & Heine, 2011) Podle těchto zjištění je veganská advokacie zásadní pro podporu společnosti, která je přátelská ke zvířatům a pro rozvoj veganství jako zdravého a udržitelného životního stylu.

Dotazovaná aktivistka si myslí: „...že e ta role je nezastupitelná, že e je důležitá, že e připravuje půdu pro jakékoliv politické změny. Že pokud nebude ve společnosti veganství hodně rozšířené, tak nebude ani vůle prosadit třeba zákaz nějakého špatného zacházení nebo že se

*nemůž e dosáhnout narovnaní vztahu se zvířaty, pokud podstatná část lidí nebudou vegany a nebudou prosazovat to, aby se zvířata nezneužívala, nezabíjela.*“

Další aktivista sdílí tuto myšlenku taktéž. Říká, že je role aktivismu v prosazování práv zvířat základní a zásadní: *„je to úplně zásadní důležitá věc, aktivismus, aby se mohlo něco změnit.“* Dodává, že veganský aktivismus v České republice je: *„...úplně zásadní, protože kdyby nebyly aktivisti, tak si myslím, že e vůbec tohle téma se tady neřeší, ani trošku.“*

### **Vývoj českého veganského aktivismu**

Informant se zmínil o pohledu na aktuální stav veganského aktivismu v České republice a jeho váhání s předpovídáním budoucnosti, uvádí: *„myslím si, že s porovnáním se zahraničím třeba, tak to v Čechách jako slušně jede, máme tady spoustu organizací, spoustu aktivit, ať už se jedná o ochutnávky nebo AV nebo Save movement nebo různý jiný, tak, záchrany zvířat se tu vlastně provádí, investigace, takž e to mi přijde, že e to jako je super. A jakou vidím budoucnost? To si netroufám tvrdit...“*

Jedna z dotazovaných respondentek předpovídá, že aktivismus se bude vyvíjet a stávat se profesionálnější s zaměřením na infiltraci institucionálních struktur spíše než jen na pouliční aktivismus. Jak říká: *„Myslím si, že e se aktivismus bude víc a víc profesionalizovat, že e se bude zapojovat víc odborníků, že e už to nebude street aktivismus, kde studenti, vysokoškoláci stojí na ulici s banery, ale že e se bude víc snažit proniknout do institucionálních struktur, ať už to jsou právníci, lékaři. Velký aktivismus na poli lékařství, kdy dělají osvětu v téhle oblasti nebo i psychologové, výzkumníci, to je podle mě kam to bude směřovat.“*

Informant dále uvádí, že momentálně veganský aktivismus podle něj stagnuje a je potřeba použít „tvrdších“ technik: *„Teď mám z toho osobně takový pocit, že e jsme se dostali do nějaké fáze, kdy to pro ty lidi je běžná věc a měli bysme možnost i přitlačit, protože e už to vnímají jako něco, co je tady v tom životě a přijde mi, že e je to takový utlumenější.“* Dodává: *„vlastně je potřeba být aktivní a překročit určitý hranice, aby se to dostalo do toho dění.“*

Respondentka však naopak zmiňuje, že: *„Od té doby, co začly organizace mít zaměstnance, začly se profesionalizovat, proběhla tady nějaká hybridizace těch organizací, tak od té doby to šlo hodně kupředu.“*

## Strategie veganských aktivistů v České republice

Tato kapitola zkoumá strategie, které skupiny veganských aktivistů v České republice používají k šíření veganského poselství. Kapitola začíná přehledem české scény veganského aktivismu a poté zkoumá různé strategie a metody používané těmito organizacemi. Následně porovnává, jak dobře fungují různé taktiky na podporu veganství.

### Přehled veganských aktivistických organizací v ČR

Propagaci veganství a welfare zvířat se v České republice věnuje stále více skupin. Tyto skupiny plánují demonstrace, vzdělávací aktivity a kampaně, aby šířily informace o týrání zvířat a přivedly více lidí k veganskému životnímu stylu. V této kapitole stručně shrnu některé z nejznámějších veganských aktivistických skupin v České republice.

Mezi tyto skupiny patří například Zvířata nejíme, Otevři oči, Svoboda zvířat, Kolektiv pro zvířata, Vegan Fighter, OBRAZ – Obránci zvířat a mnoho dalších. Aktivní je v České republice i mezinárodní skupina Anonymous for the Voiceless.

#### Zvířata nejíme

Organizace s názvem „Zvířata nejíme“ se aktivně snaží od roku 2014 osvobodit zvířata z lidského zajetí. Pracují na šíření povědomí o každodenním utrpení, které zažívají nevinné zvířecí bytosti, jež člověk degradoval na zboží. Zveřejňují fotky a videa týraných zvířat z České republiky. V minulém roce také vytvořili dokument *Svědectví : Pravda, která měla zůstat skryta*<sup>4</sup>, který odhaluje pravdu živočišného průmyslu na území České republiky. Dále také publikovali knihu s názvem *Nesvoboda*<sup>5</sup>, ve které ve 33 kapitolách podrobně popisují, jakým způsobem se v Česku zneužívají zvířata. Pravidelně pořádají protestní a vzpomínkové akce, jako je například Pietní akt za oběti vaječného průmyslu, Uctění památky zesnulých zvířat a Tiché uličky pro kapry a mimo jiné také dělají rozhovory s českými aktivisty a aktivistkami o jejich osobní činnosti či činnosti jejich organizací.<sup>6</sup>

#### Otevři oči

Organizace s názvem „Otevři oči“ usiluje o pozvednutí postavení zvířat ve společnosti

<sup>4</sup> <https://sledujsvedectvi.cz>

<sup>5</sup> <https://www.databazeknih.cz/knihy/nesvoboda-444120>

<sup>6</sup> <https://zviratanejime.cz/>

propagací a podporou veganství. Celá organizace je řízena dobrovolníky; nemá žádné placené zaměstnance a většina jejích operací je podporována příspěvky od jejích příznivců. Pravidelné veřejné akce sdružení, jako jsou bezplatné ochutnávky veganských jídel, využívání virtuální reality, pochod Světový den hospodářských zvířat, informační stánky na akcích atd., ale i další kampaně, jako Konec vajec, Bílé mínus nebo Vánoce bez násilí, jsou jen některé z jejích dalších hlavních iniciativ.<sup>7</sup>

Součástí této neziskové organizace je také portál Soucitně<sup>8</sup>, který obsahuje řadu přínosných informací, od veganských receptů, map restaurací s veganskou nabídkou, přes návody, jak být veganem, novinek ze světa ochrany zvířat, až po kalendář akcí.

### **Svoboda zvířat**

Svoboda zvířat je celostátní nezisková organizace, která se věnuje ochraně práv zvířat. Byla založena v roce 1993 a jejím cílem je změnit vztah lidí ke zvířatům. Vzdělávají lidi o zákonech a vyhláškách ohledně ochrany zvířat, vytváří návrhy, jednají s úřady, účastní se správních řízení, plánují petiční akce, protesty, přednášky apod. Mezi jejich úspěchy patří například nápomoc či prosazení zákazu kožešinových farem v ČR, zákazu testování kosmetiky a jejích složek na zvířatech v ČR, celoevropského zákazu dovozu a prodeje kosmetiky testované na zvířatech, zákazu obchodování s výrobky z tuleňů v EU, zákazu drezury a vystupování nově narozených jedinců vybraných druhů v cirkusech a mnoho dalšího.<sup>9</sup>

### **Vegan Fighter**

Vegan Fighter je česká organizace založená v roce 2015, která propaguje veganství a práva zvířat. Cílem skupiny je zastavit týrání zvířat podporou veganství a plánováním přímých akcí. Kromě nástrojů pro lidi, kteří chtějí více porozumět činnosti skupiny, nabízí Vegan Fighter informace o právech zvířat a veganství. Vegan Fighter organizuje jednu z největších open-air vegan událostí v Evropě, a to tzv. Veggie Náplavku<sup>10</sup> v Praze, letos již po šestnácté. Součástí jsou celodenní ochutnávky i stánky s různým zbožím, prezentace velkých i menších rostlinných značek a restaurací, většinu našich i zahraničních projektů na ochranu zvířat a

---

<sup>7</sup> <https://otevrioci.cz>

<sup>8</sup> <https://soucitne.cz>

<sup>9</sup> <https://svobodazvirat.cz>

<sup>10</sup> <https://www.veggienaplavka.cz>



planety, zastoupení azylů pro hospodářská zvířata, inspirativní hosty z oblasti gastronomie i lifestyle, hudbu a doprovodný program pro děti.<sup>11</sup>

### **OBRAZ – Obránci zvířat**

Česká organizace OBRAZ – Obránci zvířat vznikla v roce 2006. Cílem organizace je šířit povědomí o veganství a právech zvířat prostřednictvím různých kampaní a aktivit. OBRAZ se snaží lidi poučit o krutosti vykořisťování zvířat a přesvědčit je, aby přešli na rostlinnou stravu. OBRAZ poskytuje informace o veganství, právech zvířat a aktivismu. Pro jednotlivce, kteří chtějí porozumět více o iniciativách a akcích, které organizace sponzoruje, poskytuje také zdroje na svých webových stránkách. Motivací činnosti OBRAZ je myšlenka, že by zvířata neměla být vystavena vykořisťování a týrání a rostlinná strava je nejlepší morální a etickou metodou, jak toho dosáhnout.<sup>12</sup>

### **Anonymous for the Voiceless**

Mezinárodní skupina pro práva zvířat působící v České republice se jmenuje Anonymous for the Voiceless (AV). Prostřednictvím nenásilného pouličního aktivismu se AV snaží zvýšit povědomí veřejnosti o týrání zvířat a prosazovat veganství. Cube of Truth je hlavní formou aktivismu organizace, při které dobrovolníci stojí v konfiguraci kostky, zatímco mají nasazené masky Guye Fawkese a drží obrazovky zobrazující záběry z jatek, další částí dobrovolníků jsou ti, kteří pak vedou rozhovory s kolemjdoucími, kteří vyjádří zájem dozvědět se více.<sup>13</sup>

### **Analýza různých strategií a taktik používaných těmito organizacemi**

Skupiny veganských aktivistů v České republice využívají, jak uvádí jeden z aktivistů, k šíření veganství několik strategií: „*Myslí m, že máme štěstí v České republice, že je tu několik organizací, kdy každá používá trochu jinou strategii. Takže některý na to jdou postupnými kroky, snaží se vlastně třeba jít přes zákon a jít postupně. My třeba zase chceme být upřímný k těm zvířatům, podívat se jim do očí a být trochu, pro někoho radikálnější nebo přímější, což zase se někomu nemusí líbit, protože je to na něho moc. Pak jsou organizace, kteří se snaží upozorňovat na jídlo, na stravu, že to je vlastně v pořádku.*”

<sup>11</sup> <https://www.veganfighter.cz/>

<sup>12</sup> <https://www.obrancizvirat.cz/o-nas/>

<sup>13</sup> <https://www.anonymousforthevoiceless.org/about-us>

Spolupráce mezi organizacemi je důležitým aspektem prosazování veganství a práv zvířat. Dotazovaný aktivista si o spolupráci organizací v České republice myslí: „...*že to bude také lepší , protože předtím to tak dobré nebylo.*” I když v minulosti mohlo docházet k neshodám nebo nedostatečné spolupráci, zdá se, že organizace nyní spolupracovat začínají: „*Myslím, že se aspoň nehejtou, drží v mi přišlo, že se třeba hejtovali, ale určitě spolupracují. Spolupracují spolu, záleží na čem, záleží, jak kdo, ale jo... Nějaká spolupráce tu funguje, určitě.*” Organizace si mohou vyměňovat zdroje, odborné znalosti a nápady tím, že spolupracují, a nakonec mít silnější vliv na podporu veganství.

### **Online aktivismus:**

Podle aktivistky je: „*Ten internet dneska alfa omega, takže e tí mhle směrem si myslím jsou všechny organizace teď.*” Mezi příklady online aktivismu patří:

- Zveřejňování obsahu na platformách sociálních médií a webech s cílem zapojit lidi a vzdělávat je o veganství: „*...někdo dobře mluví , můž e dělat nějaký rozhovory s lidma, podcasty, nebo můž e sám poví dat lidem na YouTube, to, co cí tí , můž e vytvářet grafiky, třeba točit i dokumenty, cokoliv vlastně.*”
- Online redakce, překládání a publikování článků o výživě, etice a veganství: „*Věnuji se ještě online aktivismu, kdy vedu redakci Soucitně, kde překládáme různé články, publikujeme věci o výživě, o etice.*”
- Vytváření videí a obrázků, které ukazují škody způsobené vykořisťováním zvířat: Například organizace „Zvířata nejíme“ zveřejňuje fotografie a videa týraných zvířat z České republiky a vytvořila dokument s názvem „*Svědectví : Pravda, která měla být skryta*“, aby odhalil pravdu o živočišné výrobě v ČR.

### **Akce a aktivismus:**

- Pořádání akcí, průvodů, pochodů, demonstrací a přednášek s cílem zvýšit povědomí a vzdělávat lidi o veganství: „*Pak jsou různé další menší akce, jako jsou právě ty průvody, demonstrace, přednášková činnost. Tomu se taky hodně věnuju nebo když mě někdo někam pozve, tak přednáším o veganství nebo teď jsem byla na besedě.*” „*Dělají se i pochody za zvířata, některý jsou úplně tichý, některý jsou zase hlučný, protože e mají upozornit na něco jinýho ... teď bude Veggies Náplavka, takže e to je zase hezká akce, kde ten člověk můž e vidět různý organizace, můž eš ochutnat spoustu*

*jídla.*”

- Vigily (pietní akty), provádění obhlídek zvířat na jatkách a dalších místech, kde dochází ke špatnému zacházení se zvířaty, přímá záchrana zvířat
- Používání kreativních taktik, jako je rozmístování aktivistů do tvaru kostky s malými obrazovkami, které zobrazují grafické obrázky týrání zvířat, ale umožňují lidem, aby se na ně dívali dobrovolně, než aby je nutili sledovat obsah: *Cube of Truth*
- Organizování ochutnávek veganského jídla v kombinaci s virtuální realitou: *„V současné době se věnuji především m stánkům, kde pořádáme ochutnávky veganského jídla v kombinaci s virtuální realitou, kde lidem ukazujeme, jak vlastně vypadá život hospodářských zvířat.“*

#### **Komunikace a dosah:**

- Používání jazyka a zpráv, které rezonují s cílovým publikem a vyhýbání se používání technického žargonu: *„Musíš přesně mluvit jejich jazykem, protože když budeš mluvit moc odborně, oni ti nebudou rozumět.“*
- Identifikace klíčových kanálů a ovlivňovatelů pro oslovení cílového publika a získání viditelnosti: *„Musíš mít nějaký kanál, na kterém ty lidi jsou, musíš k nim ty informace dostat.“* *„A to je na tom, abys našla člověka, který jim to bude umět předávat, to je důležité.“*
- Budování vztahů s příznivci a jejich povzbuzování, aby se stali zastánci veganství: *„Snaž se tak nějak jako lidem ulehčit rozhodnutí stát se veganem, vegankou.“*
- Rozvoj kampaní, díky nimž lidé pochopí důležitost věci a proč by se měli připojit: *„Je důležité mít tu kampani, kterou lidi pochopí, proč tady existují a proč by se k ní měli přidat.“*

#### **Politický aktivismus:**

- Obhajování legislativy a zákonů na ochranu zvířat a reformování politického systému: Například organizace "Svoboda zvířat" vzdělává lidi o zákonech a vyhláškách na ochranu zvířat, vytváří návrhy, jedná s úřady, plánuje petiční akce, protesty a přednášky: *„Pracuji na advokačních změnách a buď na české úrovni nebo na té evropské, aby se prostě nějakým způsobem ukotvila ochrana zvířat v legislativě.“*

## Porovnání účinnosti těchto strategií při podpoře veganství

Taktika online aktivismu má potenciál rychle a široce šířit informace. Zacílení na mladší generace, které častěji využívají sociální média, může být obzvláště přínosné. Také jej lze provádět na dálku. Jedna z respondentek považuje tuto strategii jako nejúčinnější.

Dotazovaný aktivista také dodal, že: „... jsem rád za ty sociální síť tě, v tomhle směru, protože si nedokážu představit, jak dří v to dělali aktivisté vlastně, když chtěli informovat o nějakých věcech, muselo to být o hodně složitější. Ulehčuje to.“

Studie publikovaná v časopise Sustainability prezentuje účinnost sociálních médií jako nástroje pro podporu veganství. Zjistilo se, že obrázky a videa týraní zvířat jsou velmi úspěšné při zvyšování angažovanosti a ovlivňování postojů lidí k živočišným produktům. (Nguyen et al., 2020)

Dokumenty a videa zobrazující týraná zvířata jsou mocnou technikou, jak šířit povědomí o týraní zvířat a výhodách veganství. Jak vysvětlil jeden aktivista: „Mně osobně přijde hodně efektivní a vlastně přivedlo mě to i k veganství, jsou dokumenty, záběry zneužívaných zvířat, takže se tomu snažím já věnovat hodně, i naše organizace. Ukazování té reality.“ Vide a dokumenty o týraní zvířat mohou podle něj být obzvláště efektivní, protože poskytují úplný obraz o problému a umožňují divákům činit informovaná rozhodnutí: „shrnu to celý téma, ukážou tu realitu a pak ten člověk se může rozhodnout.“ Poznává, že je při šíření zásadní přizpůsobit sdělení kulturnímu kontextu: „Je důležité i ukazovat vlastně jak ty zvířata žijou v té dané zemi, to mi přijde jako dobrá strategie a funguje to na lidi, protože když něco zveřejníš, že je to z Čech, tak je to úplně něco jiného, když zveřejníš, že je to z Austrálie.“ Dodává, že: „se u toho musí být hodně opatrný, jak to ten člověk sdělí.“ Na závěr uvádí, že stále zjišťuje, která strategie je nejvíce účinná: „Sám se to snažím testovat, co funguje a co ne a nejvíce fungují prostě za mě, u nás, záběry z České republiky.“

Taktika pořádání akcí a aktivismu může být úspěšná při podpoře smyslu pro komunitu a šíření povědomí o veganství. Zvláště efektivně se tímto způsobem mohou zapojit lidé, kteří se již zajímají o práva zvířat a pravděpodobněji navštěvují tyto akce. Avšak to může vyžadovat více zdrojů. Podle studie publikované v Journal of Hunger & Environmental Nutrition (Woods et al., 2016) byla účast na pochodech a shromážděních za práva zvířat

spojena s větší empatií pro zvířata a vyšší možností omezit příjem masa. Jiná studie zjistila, že jediná přednáška o výhodách rostlinné stravy posílila znalosti a přinesla příznivější názory na vegetariánství a veganství. (Rothgerber, 2014)

Studie, která byla zveřejněná v časopise *Appetite* uvádí, že návštěva veganského festivalu nebo degustace může zvýšit ochotu lidí ochutnat veganské jídlo a snížit jejich úmysly v budoucnu konzumovat živočišné produkty. (Hughes et al., 2019)

Další aktivistka zmiňuje účinnost ochutnávek veganských jídel: *„Z těch pouličních já považuji jako opravdu nejúčinnější kombinaci ochutnávek s virtuální realitou, proto se tomu taky sama věnuji, protože mi líbí ta vyvážení toho, že se člověk dozví, co se těm zvířatům děje a dozví se to v dost intenzivní formě, tím, že si nasadí brýle s virtuální realitou a má tak šanci vidět z první ruky, jak to třeba vypadá na jatkách, spolu s informačníma letáčkama.“*

Vědci z University of Kent zjistili, že virtuální realita (VR) může být účinným nástrojem pro povzbuzení změny chování směrem ke konzumaci masa. Účastníci, kteří zažili zážitek ve virtuální realitě, ve kterém viděli porážené prase, byli více nakloněni omezit spotřebu masa než účastníci, kteří byli vystaveni zážitku bez VR. (Kerr et al., 2020)

Dodává: *„Co ještě mi připadá efektivní je, že si lidé tu virtuální realitu nasazují sami, dobrovolně, že je nenutí mě. Co třeba považuji za méně efektivní je, že se tyhle záběry z jatek promítají někomu, kdo o to nestojí, nemá úniku.“*

Tvrdí, že tato taktika vynucování může v lidech vyvolávat spíše negativní emoce: *„My jsme to tak dřív dělávali. Před těmi 13ti lety jsme začínali tak, že jsme měli obrovskou televizi na náměstí a pustili jsme tam ten dokument o zvířatech, o zabíjení zvířat na jatkách. Nemělo to dobré reakce, lidi utíkali, propojovali si, že – aha, vegani jsou ti, co se koukají na tyhle hrůzy, takže z té zkušenosti považuji za hodně klíčové, aby člověk sám se rozhodl, že se chce na to podívat.“*

Vyzdvihuje například strategii organizace Anonymous for the Voiceless: *„V tomhle případě jsou právě efektivní i kostky, které mají ty obrazovky maličké, takže člověk musí přijít těsně, aby je viděl, musí ukázat sám ten zájem, protože psychologicky to v něm nevyvolá tu*

*psychologickou reaktanci, ten zásek, že mu někdo něco diktuje, to je podle mě to klíčové. Víš, že teď někdo dělá demonstrace v metru, že třeba promítá, ale to se mi zdá, že můžou mít dokonce i protieffekt, pro ty lidi, že se uzavřou a vytvoří si bariéru sebeobrany.“* Podle studie Loughnana a kolektivu měli účastníci akce Cube of Truth podstatně větší sklony omezit spotřebu masa a podporovat akce za práva zvířat než kontrolní skupina. (Loughnan et al., 2019)

Další z dotazovaných aktivistů uvádí, že: *„Určitě fungují i při mé akce, na to upozornění toho určitýho tématu.“* Přímé akce se osvědčily jako úspěšné při získávání pozornosti médií, což může následně zvýšit veřejné povědomí a podnítit veřejnou diskusi o záležitostech týkajících se práv zvířat. (McQuire & Matthews, 2015)

Strategie komunikace a dosahu zahrnuje rozvoj vztahů s podporovateli a ovlivňovateli a zavádění “zpráv na míru”. Tato taktika má potenciál být obzvláště úspěšná při dosažení dlouhodobé změny návyků a rozvoji silné komunity aktivistů. Podle studie v Journal of Social Marketing lze propagace veganství a snížení spotřeby masa dosáhnout použitím optimistického, inspirativního jazyka a zároveň se vyhnout konfrontačním nebo negativním zprávám. (Kearney & Hayes, 2018)

Informátorka zmiňuje: *„Že (veganství) ovlivňuje doufejme pozitivně ty lidi, kteří s tím přijdou do kontaktu, což jsou opravdu jednotlivci, desítky lidí, stovky lidí, jsou to pak právě ti lidé, kteří pak tu myšlenku můžou šířit dál. Můžou mezi nimi být nějaký opinion leadři nebo právníci, učitelé, takže podle mě se ta myšlenka můžou šířit do celé společnosti. A ve výsledku to pak můžou ovlivňovat i třeba tvorbu zákonů.“*

Taktika politického aktivismu může být úspěšná při vyvolání dlouhodobých změn v legislativě a zákonech. Může to být užitečné zejména při snaze ovlivnit osoby s rozhodovací pravomocí a přinést systémové změny. Tato taktika však může trvat déle, než se zobrazí výsledky, a může vyžadovat spoustu peněz a znalostí. Jako zmiňuje aktivistka: *„ty musíš do toho jít naplno, jako do toho jdou naplno ty lobbistické firmy, jo, ty korporáty, který mají peníze a můžou si tam najmout deset lobbistů, který tam budou chodit a říkat, jak je úžasný zabíjet ty zvířata, a že to klima to nějak přezíje.“*

Pokud jde o strategie při propagaci veganství, neexistuje žádný univerzální přístup. Jak uvedla jedna z dotazovaných aktivistek: „...každá organizace působí trochu jinak a volí jiné cesty. Na někoho může být naprosto odrazující cíl způsobem působit to, že se někdo někam přivádí, ale na jiného člověka to naopak může působit tak, že tu myšlenku přijme. Někdo se díky tomu stane veganem nebo se začne o tu problematiku zajímat, ale někdo díky tomu úplně zanevře na tu myšlenku.“

Účinnost různých strategií při propagaci veganství se může lišit v závislosti na cílovém publiku a jeho individuálních preferencích. Jak vysvětlila respondentka: „Myslím si, že se částečně členění týká příznivců, a to publikum těch organizací podle toho, jakou strategii zvolí a jak komunikují navenek. To je dost rozdílné. Někdo řekne, jo, tyhle kazí dojem, protože ..., tyhle kazí dojem, protože ..., ale každý má na to bude mít jiný názor, protože každý člověk je originál a na každého působí něco jiného.“

Nakonec neexistuje strategie, která by fungovala pro všechny, a v závislosti na jejich cílovém trhu se může mnoho organizací ubírat různými trajektoriemi. Jak dodává jeden aktivista, je potřeba strategie: „...kombinovat a zkoušet a zjišťovat.“

## **Kulturní faktory a veganský aktivismus v České republice**

Tato kapitola se bude zabývat přijetím veganství v České republice spolu s obtížemi, kterým čelí zastánci veganství v důsledku kulturních rozdílů. Prozkoumá také, jak se skupiny veganských aktivistů přizpůsobují kulturním rozdílům, a srovná výzvy, kterým tito aktivisté kvůli kulturním faktorům čelí.

### **Zkoumání kulturních norem, hodnot a přesvědčení, které ovlivňují přijetí veganství v České republice**

Bohatá minulost a kultura České republiky ovlivňuje její názory na jídlo a stravování. Příjem masa je zakotven v české kultuře a česká kuchyně je známá svými masitými pokrmy. (Hudeček, 2018) Tradiční využívání zvířecích kůží a kožešin na oděvy i historická závislost na lovu a rybaření jako potrava ukazují, že Češi pro přežití dlouho spoléhali na zvířecí produkty. (Zieglerová & Pospíšilová, 2015)

Jedna respondentka uvedla, že si myslí, že „česká kultura je hodně založená na mase, na tradici konzumace masa, myslivectví, tradice zabíjaček, takže podle mě je tam tahle kulturní překážka, že to je hodně spojené s nějakou oslavou, vždycky se konzumuje maso nebo o Vánocích prodej kaprů. Podle mě v české kultuře je hodně ta tradice.“

Dotazovaný aktivista s respondentkou souhlasí také. Uvádí, že: „ta kultura toho, svaloviny, je tady v České republice strašně jako zakořeněná, takže jako pro ty lidi je hodně těžké se toho vzdát nebo si myslet, že bez toho nemohou žít. Stejně tak tradice, podívejme se na ty Vánoce, je to pro ty lidi citlivý téma... A pak jsou tradiční zabíjačky.“

V České republice má pojídání kapra na Vánoce dlouhou tradici a je zakořeněné v české kultuře. Kapr je v národě oblíbeným vánočním pokrmem od 16. století, kdy jej jezuitští misionáři zavedli jako symbol Krista. (Štěpán a kol., 2016) V současné době konzumuje kapra na Štědrý večer 40 % Čechů a zvyk je často vnímán jako prostředek k uchování české kulturní identity a dědictví. (Tóth et al., 2019) Česká republika má také dlouhou historii zabíjaček, zejména ve venkovských oblastech, kde je provozována po generace.

Mimo jiné je Česko v důsledku značné spotřeby masa zemí, ve které jsou dovoz a vývoz masných výrobků významnými ekonomickými tahouny. Český statistický úřad (2020) uvádí, že Česká republika v roce 2020 dovezla více než 515 000 tun masných výrobků, přičemž nejčastěji se dováželo vepřové maso a na druhém a třetím místě je hovězí a drůbež. Kromě toho země vyvezla přes 930 000 tun masných výrobků, přičemž vepřové maso se opět umístilo, pokud jde o vývoz, na prvním místě, následované hovězím a kuřecím masem. Tyto statistiky ukazují, jak důležitá je produkce a spotřeba masa pro ekonomiku a kulturu České republiky.

Respondentka však také uvádí: „Na druhou stranu trošku nahrává, že je tady velká kultura pejskařů, že mají lidé vztahy k domácím společníkům, takže to je na druhé straně věc, která tomu zase nahrává.“

Podle průzkumu STEM/MARK z roku 2020 má v České republice 51 % domácností alespoň jednoho domácího mazlíčka a řadí se tak mezi národy v Evropě s nejvyšší mírou vlastnictví domácích mazlíčků. V České republice má alespoň jednoho psa 34 % domácností, psi se tak



stávají nejčastějším domácím mazlíčkem. Kromě toho má 9 % rodin různé ptactvo nebo jinou formu domácího mazlíčka a 8 % z nich má kočku. (STEM/MARK, 2020) Velký počet dog-friendly podniků v České republice dokazuje, jak moc Češi psy milují.

Dále existují také určité důkazy, které naznačují, že historické pozadí komunismu v České republice pomohlo mnohým jedincům populace rozvinout určitý konzervatismus, což může mít vliv na to, jak dobře si osvojí veganství. Mnoho Čechů se bojí změn a nedůvěřuje vládě v důsledku dlouhotrvající sovětské okupace, což může způsobit, že budou proti konceptu změny svých stravovacích návyků.

Jedna z respondentek uvedla, že *„většina lidí v České republice spíše než že by ho (veganství) odsuzovala – nerozumí tomu smyslu, protože jsme nějak kulturně vychovávaný. Většina obyvatel stále vyrůstala v době, kdy nebyla svoboda ani lidí, natož jako zvířata a mnoho lidí byli, si myslím, vychovávaný k tomu, aby tolik... aby docela mysleli uzavřeně, což nechci, aby vyznělo jakoby špatně proti nim, ale je to jakási jakoby vlastnost, která je tady nějak kulturně zakořeněná, že ty lidi nemají úplně otevřenou mysl, že jsou konzervativní ...“*

Aktivistka dále uvádí: *„To, co tady bylo zažítý, tak je velmi silný a spousta lidí má tu vlastnost, o které jsem už mluvila, že přijmout nějaký informace v době, kdy nějak psychicky vyrůstají a nedokážou pochopit, že třeba něco, co jim řekli rodiče, kterých si oni vážně, že by mohlo být, třeba jinak nebo špatně. Takže to určitě znevažuje jo, prostě nějaký rigidní způsob myšlení.“*

Podle socioložky Šouralové „zkušenost komunismu způsobila, že se mnoho lidí v České republice obávalo vládních zásahů v jakékoli oblasti jejich života.“ (Šouralová, 2016, s. 139) Skepticismus či dokonce antagonismus vůči veganství, který někteří Češi mohou považovat za vnucování své osobní volby, lze občas považovat za projev této nedůvěry a preferenci individuální nezávislosti.

Dalším faktorem, který ovlivňuje přijetí veganství v České republice je náboženství. Podle studií mají lidé s náboženským pozadím spíše negativní postoje k vegetariánství a veganství než lidé s méně náboženským pozadím. (Ruby & Heine, 2011) To by mohlo být důsledkem představy, že Bůh stvořil zvířata pro nás, k potravě a jiným účelům. (Haverkamp, 2013)

Aktivista se o faktoru náboženství v rozhovoru zmiňuje takto: „Potom je to určitě možná trochu křesťanství, do toho nejsem moc ponořenej, ale vím, že křesťani celkově moc nefandí ani vegetariánství, ani veganství, že jsou snad asi přesvědčeni, abych neříkal blbosti, že jsme prostě lidi a Pán Bůh nám dal zvířata, ať si s nima děláme, co chceme.”

Další výzvou je informační deficit a nedostatečná edukace. Podle studie Konečné a Urbánkové (2019) pouze 24 % českých základních škol zařazuje do svých vzdělávacích osnov materiál o vegetariánství nebo veganství. Navzdory zdravotním výhodám rostlinné stravy studie zjistila, že jen 12 % respondentů slyšelo něco o veganství od svých lékařů.

Jak uvedla jedna aktivistka: „Je tady obrovský informační deficit o tom, co třeba jíst, jak si zít skat všechny zvířiny, že to neznamená jíst zrní a trávu, a že to neznamená, že člověku vypadají vlasy a podobně.“

Na druhou stranu je také mnoho důvodů, proč je veganství v České republice však stále častější. Například obavy z dopadů živočišného zemědělství na ekosystém podpořily vzestup veganství v České republice. (Bielíková & Dohnalová, 2019)

### **Analýza toho, jak se organizace veganských aktivistů přizpůsobují kulturním rozdílům**

Skupiny veganských aktivistů v České republice musí upravit své taktiky, aby zohlednily kulturní nuance. Tradiční myšlenky mohou občas představovat výzvy pro aktivisty, protože někteří lidé mohou být odolní vůči změnám nebo mohou aktivismus vnímat jako nebezpečí pro jejich zásady a způsob života.

Navzdory těmto překážkám si někteří aktivisté myslí, že je tento fakt možné využít tak, že se právě na tyto tradiční aspekty zaměří: „...mi to přijde skvělý, využít tu situaci a vlastně zaměřit se na ty tradiční věci, protože my potřebujeme, aby to téma rezonovalo a dostávalo se co nejvíce do veřejného dění, takže za mě je to dobrá cesta využít vlastně ten hejt těch lidí, ty tradice k tomu upozorňovat na ty věci co se dějí.” Dodává, že: „Vlastně pro nás, když děláme nějakou, ne kampaň, ale prostě nějaký informace sdílíme na sociálních sítích, tak zrovna ty tradiční věci mají největší dosah a je tam vždycky nejvíce komentářů od lidí, kteří

*se jich nechtějí vzdát.”*

Některé organizace se například místo toho, aby zdůrazňovaly etické a morální ospravedlnění veganství, které nemusí být v souladu s českými kulturními hodnotami, zaměřily na propagaci veganství jako zdravějšího životního stylu. (Konečná, 2019)

Jedna z dotazovaných aktivistek uvedla, že „... (organizace) si udělaj rešerž i toho myšlení těch spotřebitelů, tak to utváří aktivismus. A tak dál, takž e kaž dá organizace vlastně to vezme třeba z jinýho trošku aspektu a snaž í se proniknout do toho mainstreamu právě.“

Další informantka zmiňuje: „Jak ty faktory určují povahu aktivismu? Že se ten aktivismus musí tomu přizpůsobovat, napří klad tí m, ž e je tady ta pejskařská tradice, tak se tady zavedla tradice prodeje vánoční ch psů, což je satiristická akce, která se snaž í upozornit na neetičnost zabí jení kaprů na Vánoce a na nesmyslnost toho spojení s Vánocemi jako svátky klidu a mí ru, takž e třeba cí lení na ty pejskaře je jedna z věcí , jak se aktivismus přizpůsobuje, pak samozřejmě třeba nabí zení veganských ochutnávek tradiční ch jí del, snaž it se to napasovat do té kultury.“

S cílem oslovit české chutě začlenilo několik organizací českou kuchyni do svých advokátních aktivit. (Přikrylová, 2020) Tyto organizace vytvořily veganské verze oblíbených českých jídel.

Aktivistka v rozhovoru uvádí: „...jedna organizace se snaž í propagovat recepty soucitný, protož e vědí , ž e ty lidi si sami nechtěj hledat ty informace, bud' se jim to takzvaně strčí pod nos a nebo to hledat sami nebudou. Takž e oni vidí tuhlectu cestu, ž e by někdo mohl být pří stupnej, tak se třeba nesnaž í měnit práva zví řat, ale jdou na to touhle cestou. Tí m utváří ten aktivismus, ž e ty dělaj ochutnávky.“

Pokračuje tvrzením o tom, jak některé organizace vzdělávají spotřebitele o utrpení, kterým zvířata v průmyslovém chovu procházejí. Jiné organizace však uznávají, že někteří lidé se konzumace masa nikdy nevzdají a místo toho se zaměřují na podporu dobrých životních podmínek zvířat: „... další organizace se třeba zaměřuje na spotřebitele, kteří jedí ž ivočišné výrobky, ale ukáž ou jim tu povahu toho, když si koupí te tento – je to utrpení je takovýhle,

*když si koupíš te tento, tak OK, už je tam zase třeba odstupňovaný to utrpení o nějaké level dál, takže se snaží o takzvané jakoby welfare těch zvířat, posunutí vní máni, protože ví, že určitý typ lidí si nikdy zvířata... nikdy nebudou souhlasit s tím, aby se nevraž dila, prostě chtějí, protože prostě z nějakých těch důvodů chtějí je konzumovat, ačkoliv jsou jiný varianty, takže jdou touto cestou, že řeknou dobře, tak nekupuj z těch klecí, kupuj to z biochovu jo.“*

### **Srovnání výzev, kterým čelí veganští aktivisté v České republice kvůli kulturním faktorům**

Na jedné straně je konzumace masa a existenční závislost na živočišných produktech hluboce zakořeněna v bohaté kultuře a historii České republiky. Česká republika má silný masný průmysl, což spolu s tímto kulturním zázemím znesnadňuje veganským aktivistům šířit informace o veganství. Někteří aktivisté si však myslí, že využitím této okolnosti a zdůrazněním tradičních prvků mohou svou snahu podpořit. Češi však bývají konzervativní a veganství často vnímají jako vnucování vlastních názorů druhým. Navíc má část Čechů náboženské vyznání, což může mít vliv na to, jak vnímají veganství.

Na druhou stranu jsou ve hře i faktory přispívající k růstu veganství v České republice. Mezi faktory, které patří k hnací síle vzestupu veganství, spadá ekologické povědomí a obavy z dopadů živočišného chovu na lidské zdraví. V důsledku toho české veganské aktivistické skupiny upravují své strategie tak, aby zohledňovaly místní kulturní rozdíly. Některé skupiny prosazují veganství jako zdravější životní styl, místo aby zdůrazňovaly jeho etické a morální argumenty. Zaměřují se na různé spotřebitelské skupiny, například na ty, kteří se starají o dobré životní podmínky zvířat nebo na ty, kteří chtějí ochutnat soucitná jídla, a do svých advokátních aktivit začleňují i českou kuchyni. Organizace se snaží upravit své metody tak, aby odpovídaly české kultuře a tradicím, jako je například akce prodeje vánočních psů, aby upozornili na nemorálnost zabíjení kaprů v období svátků.

### **Výzvy a překážky, kterým čelí organizace veganských aktivistů v České republice**

Četné potíže a bariéry brání českým skupinám veganských aktivistů v prosazování veganství a práv zvířat. Tyto obtíže sahají od institucionálních a právních překážek až po kulturní vnímání zvířat a konzumaci masa. K překonání těchto překážek a dosažení svých cílů vytvořily tyto skupiny různé metody a přístupy. Hlavní překážky, které musí české skupiny

veganských aktivistů překonat, budou identifikovány v této kapitole spolu s metodami, které používají k jejich překonání.

### **Identifikace hlavních výzev, kterým čelí organizace veganských aktivistů v České republice**

Jednou z hlavních překážek prosazování rostlinné stravy byl identifikován konzervativní postoj k jídlu. Zejména u starších generací jsou potravinové preference často pevně zakořeněné a odolné vůči změnám. Myšlenka, že konzumace masa a mléčných výrobků je zásadní složkou tradiční kuchyně a kulturní identitou může způsobit, že obhajování rostlinné stravy bude náročné. (Dumford & Popkin, 2019) Podle jedné aktivistky je výzvou právě: *„... ta kultura, o které jsme mluvily, strach z jinakosti, že jsou lidé konzervativní .“* Další aktivista tuto myšlenku kvituje také: *„Ty tradiční věci hodně pobuřujou ty lidi, takže e si za to aktivisté hodně schytávají .“*

Jako další výzvu, se kterou se veganské organizace setkávají, zmiňuje respondent nedostatek aktivistů. To zdůrazňuje například výzkum „How Social Movements Mobilize: The Case of Animal Rights Mobilise in the United States, 1973-2000“ od Sarah E. DeYoung a Michaela J. Bosia. Podle studie se hnutí za práva zvířat, jehož součástí byly veganské organizace, potýkalo s nedostatkem finančních prostředků i oddaných aktivistů, což bránilo jejich schopnosti úspěšně se mobilizovat. (DeYoung & Bosia, 2008) Aktivista uznává, že i když jsou dobrovolníci nezbytní pro úspěch jejich organizací, může být náročné najít lidi, kteří jsou ochotni se věci věnovat delší dobu bez placení.

Nepříznivý pohled na neziskové organizace v České republice, kde si mnoho lidí myslí, že dostávají finance od státu, podle něj tuto situaci ještě zhoršuje: *„v Čechách celkově není moc kladný vztah veřejnosti k neziskovkám, protože e mají pocit, že e nás platí stát, ale my jsme od státu nikdy nedostali ani z ádnou korunu, takže e možná některý velký jo, ale to nevím jak to tam chodí . Takže e ti dobrovolní ci vlastně fungujou na takové krátkodobé fázi, protože e málokdo můž e být dobrovolní k na plný úvazek, dělat to zadarmo a vlastně věnovat tomu většinu svého ž ivota, ale nic z toho nemá t.“* Na závěr dodává: *„Takže e já vidí m hlavní překáž ky tady v tom, že e je málo lidí .“*

Dle dotazovaného aktivisty také přetrvává problém vyhoření. Poukazuje na to, že zatímco mnozí aktivisté jsou horliví a oddaní věci, setkávají se s obtížemi při sladění aktivismu se zaměstnáním a dalšími povinnostmi: „*Tohle jako vyhoření u těch aktivistů sleduji hodně dlouho, protože e chodit do práce, do školy, do toho chtějí být aktivní a dělat toho hodně, takž e někdy pak odpadají .*”

Další z největších překážek, kterým čelí čeští veganští aktivisti je nedostatek finančních prostředků. Studie, která byla zveřejněna v Journal of Animal Law and Ethics, naznačuje, že organizace zabývající se ochranou zvířat čelí vážným finančním omezením, která omezují jejich potenciál provádět změny. (Lovitz & Finkel, 2017)

Dotazovaná aktivistka uvedla, že je podle ní hlavní výzvou právě: „*...nedostatek peněz. Prostě bez dostatku peněz si nemůž eš najmout profesionála, který těm věcem rozumí , protože e nikdo nerozumí všemu, někdo rozumí tomu marketingu, někdo tý komunikaci, k veřejnosti, k poslancům, někdo tomu právu, někdo rozumí právě těm pří rodní m vědám, jo, takž e dokud se to neposkládá z nějakých jako lidí , který tím budou ž í t, tak těž ko potom jakoby uděláš tu velkou hodnotnou kampaň, protože e součástí tý kampaně je i oslovení té veřejnosti.*“

Další respondentka sdílela stejnou myšlenku: „*Jedna z výzev je vřbec sehnat prostředky na ten aktivismus, protože e přeci jen veganství není všeobecně přijí mané, nemá všeobecně širokou podporu, je těž ké na něj z í skat grantové prostředky, takž e výzva je asi ten fundraising, aby člověk měl z čeho tisknout informační materiály nebo kupoval stánky a takové věci, platil hostingy.*“

Organizace veganských aktivistů mohou čelit i politickým překážkám. Například může být pro tyto organizace náročné obhajovat legislativu a zákony na ochranu zvířat, protože vlády mohou být ovlivněny vlivnými sektory, které profitují z vykořisťování zvířat. Dotazovaný respondent uvádí: „*Vlastně mi kolikrát pošleme veterinární správě otrěsný záběry, nějak si to tam utulají , mož ná přijdou na nějakou kontrolu, ale nikdy se to nedostane do veřejnosti, protože e oni nechtějí jí t proti svým lidem, protože e je to jedna parta.*”

Z výzkumu ekologické skupiny Arnika vyplývá, že Česká vláda štědře dotuje sektor živočišné výroby, a to i přes jeho škodlivé dopady na životní prostředí a etická dilemata.

Podle analýzy dala česká vláda živočišnému zemědělství v letech 2000 až 2016 na dotacích 119 miliard Kč. (Arnika, 2018) Někteří politici navíc nemusí klást velkou váhu problému dobrých životních podmínek zvířat, což klade překážky veganským aktivistům, kteří chtějí reformovat politický systém.

Veganští aktivisté příležitostně riskují právní následky za svou obhajobu, včetně zatčení nebo obvinění ze zločinů spojených s jejich demonstracemi nebo jinými činy: *„Jde třeba o vniknutí do toho podniku ... protože je veřejnost, když někdo zachrání zvíře, vní má jako krádež, ale vlastně pro nás je to záchrana života, takže je to vrhne vlastně úplně opačný pohled na tu věc, na tu věc nemyslí m na to zvíře, ale na tu otázku, protože e ty zvířata berou jako věci, je to pro ně jejich majetek, a proto je to v tom zákoně definovaný jako věc.“*

Jedna z aktivistek také zmínila případné nebezpečí a potíže, kterým čelí veganští aktivisté v boji za práva zvířat: *„Myslím, že e každej vegan aktivista musí se nějak psychicky srovnat s tím, že e na něj bude kladen nějaká tlak společnosti, někdo ho cíť od rodiny, což já jako nepociťuju, a někdo musí čelit útokům na sociální síť, někdo ve škole, tak u mě je to spíš jako z pozice toho, že e zastávám nějakou právní funkci v organizaci na ochranu práv zvířat, tak nadávky a vyhrožování, dehonestování celý ty myšlenky a ty snahy, jakož e pomoc zvířatům je vlastně hloupost.“*

Zmiňuje také, že je potřeba být obezřetný, co se týče napadení jak slovních, tak i fyzických: *„...hlavně od těch, co mají byznys na zvířatech, tak to byly jako velké útoky i skrze třeba vymyšlení si lži na mou osobu nebo právě na tu organizaci, a vlastně tam ta bariéra už jako není, takže e pokud se vegan dotkne nějakýho byznysu, myslím si, že e jako můž e počítat i s fyzickýma útokama jo, což se stalo třeba na nějakých protestech, takže e jo... určitě to není... neřekla bych, že e je to stoprocentně bezpečný bejt aktivistou, protože e to vzbuzuje v určitých typech lidí právě agresi.“*

K násilí proti zastáncům veganství došlo na několika místech po celém světě, včetně České republiky. Veganští aktivisté se podle studie z roku 2019, která sledovala jejich zkušenosti v šesti evropských zemích, včetně České republiky, setkali s různými druhy antagonismu, včetně fyzických útoků. (Rothgerber & Micaneck, 2019)

## **Diskuse o strategiích a taktikách, které tyto organizace používají k překonání těchto výzev**

České veganské aktivistické organizace čelí ve svém aktivismu několika výzvám, přičemž k řešení těchto potíží organizace používají různé strategie a techniky.

Organizace hledají vhodné jedince do hnutí, kteří dokážou porozumět cílové skupině a vypracovat efektivní plán, aby vyřešili problém konzervativní veřejnosti nebo prostředí. Jak uvádí jedna aktivistka: „...*když najdeš ty správný lidi do organizace, tak oni si řeknou, kdo je ta veřejnost, na kterou oni cílí a pak teda můžou zvolit strategii. Samozřejmě je to tisíckrát těžší, když máš tu konzervativní veřejnost nebo nepřátelskou vůči tomu, tak je to určitě těžší. Můžou to být delší proces, můžou to být složitější, ale tak nějak nastavíš strategii, abys mluvila tím jejich jazykem. Bude určitá skupina lidí, které nikdy nepřesvědčíš, a to je fakt, který musíš přijmout, ale s tou ostatní skupinou se dá pracovat.*”

Hledání těchto dobrovolníků je však výzvou samo o sobě. Aktivista si myslí, že poskytnutí kompenzace dobrovolníkům v určité formě by mohlo pomoci tento problém překonat a udržet zájem lidí o věc: „*důležitý by bylo, aby ti dobrovolníci ci svým způsobem mohli být nějak odměňováni, za to, co udělají.*” Dodává, že například: „*zrovna u těch organizací by bylo fajn, kdyby ty některý vlastně mohly i odměňovat ty lidi, kteří za ně bojují, což už u některých větších organizací taky funguje, to zase ne, ale teď konkrétně mluvím třeba u nás, že my máme plány prostě, rozepsané A4, jako fakt, tolik kroků, co by se dalo udělat, ale ve dvou to člověk nezvládne všechno, takže si musí vybrat co dělat.*” Ve zkratce se: „*snazší mě hledat cestu, jak ty lidi odměnit už delší dobu, ale věřím, že se to jednou podaří.*“

Shánění finančních prostředků pro jejich aktivity je pro veganské aktivisty další velkou překážkou. Podle jedné z aktivistek je cesta, jak tuto výzvu překonat: „*Snazší se oslovovat nejen veřejnost, ale i právě to veganské hnutí a vysvětlovat mu, v čem je ten aktivismus důležitý.*“

Aby správně sdělili své poselství široké veřejnosti, neustále se také dle informantky vzdělávají ve zlepšování fundraisingových technik a komunikačních schopností: „*...snazší se tím bojovat, tím způsobem, že se pořád vzdělávají, jak dělat lepší fundraising, jak líp komunikovat s lidmi, aby jim řekli, co dělají a tak dál. Takže neustálým zlepšováním se to dá jenom posouvat, ale do té doby, dokavad se tam fakt nenajde aspoň malý tým lidí, který*



*budou... který poskládají to svý know how, tak bohužel, si myslím, že tam budou narážet na nedostatek té kapacity, protože ty zdroje oni budou muset furt hledat někde jinde, protože člověk se neužívá zadarmo prostě.”*

V rámci zatajování případů týrání zvířat ze strany veterinárního oddělení a vlády, se aktivisti tuto překážku snaží překonat za pomoci sociálních sítí: *„Když zveřejníš třeba něco otravného na sociálních sítích, tak první krok je, aby to začli řešit lidi, sledují cíl, aby to začali šířit a vlastně komentovat, jak je to hrozný, jak jsou z toho v šoku a druhá fáze, kdy se to v tuhle chvíli dostane k novinářům, pokud o tom začnou psát novináři, tak se o to začnou zajímat politici a veterináři. Což je vlastně smutný, protože to funguje trochu jako naopak, ale takhle ta strategie funguje.“*

Najít v hnutí kvalifikované osoby, které dokážou úspěšně vytvořit plán zaměřený na konzervativní veřejnost či prostředí, je jedním z hlavních problémů. Organizace hledají někoho, kdo dokáže porozumět cílové demografické skupině a vybrat účinnou metodu k řešení tohoto problému. Nábor dobrovolníků však může být sám o sobě obtížný. Odměňování dobrovolníků nějakým způsobem může pomoci udržet jejich zájem o věc. Dalším velkým problémem je získávání peněz na jejich činnost. Aby tomu zabránili, aktivisté pracují na zvýšení povědomí o hodnotě aktivismu mezi širokou veřejností i veganským hnutím. Prostřednictvím sebevzdělávání neustále zdokonalují své metody získávání peněz a své komunikační schopnosti. Případy týrání zvířat, které jsou kryty vládou a veterinárním oddělením, představují pro aktivisty výzvy. V boji proti tomu používají aktivisté sociální média jako metodu ke zvýšení povědomí o problému a sdílení informací o něm. Na sociálních sítích zveřejňují děsivé případy týrání zvířat, což může vyvolat zájem o toto téma mezi novináři a zákonodárci.

## **Thajsko**

V posledních letech se v Thajsku zvýšil zájem o veganství a rostlinnou stravu a stále více lidí se k veganství obrací z etických a zdravotních důvodů. (Mekvichitsaengsakul, 2020) S nárůstem veganských restaurací, obchodů a kulinařských akcí v Thajsku je rostlinný životní styl stále dostupnější. (Heckle, 2021)

Navzdory pokroku je pro veganské aktivisty stále obtížné šířit informace o veganství v

Thajsku kvůli kulturním omezením. V důsledku toho je důležité zvážit strategie, kulturní faktory a výzvy, kterým místní organizace veganských aktivistů čelí.

Tato část bude rozdělena do pěti kapitol: první uvede samostatné veganství v Thajsku, a to konkrétně jeho vnímání a zobrazování v médiích, dále naváže na thajský veganský aktivismus, který zahrne podkapitulu jeho rolí a vývoje, třetí kapitola bude zkoumat různé strategie a taktiky používané organizacemi veganských aktivistů v Thajsku; čtvrtá bude analyzovat kulturní normy, hodnoty a přesvědčení, které ovlivňují přijetí veganství v národě a pátá identifikuje klíčové problémy, kterým čelí organizace veganských aktivistů v Thajsku, a bude diskutovat o strategiích používaných k jejich překonání.

## Veganství v Thajsku

Tato kapitola se zabývá tím, jak je veganství vnímáno v Thajsku, včetně toho, jak ho vnímá široká veřejnost a jak je zobrazováno v médiích.

### Vnímání veganství v Thajsku

Existuje několik pohledů na to, jak je veganství vnímáno v thajské kultuře. Jedním zajímavým zjištěním je, že na rozdíl od Západu, kde je veganství často vnímáno jako defenzivní nebo stigmatizované, je v Thajsku častěji spojováno s pozitivními vlastnostmi, jako je zdravotní stav a náboženské zásluhy. Jedna z dotazovaných aktivistek říká: „*V Thajsku je to ví ce vní máno buď jako dieta, takž e způsob, jak zhubnout, nebo jako spí še druh dobrého skutku, zásluhy, ž e tvoří nábož enskou věc. Zjistila jsem tedy, ž e když se někomu zmí ní te, ž e jste vegan nebo nejí te zví řata, je to vní máno spí še jako: Oh, wow, to je opravdu skvělá věc, je to dobrá věc, dobrá zásluha. Myslí si, ž e jste opravdu dobrý člověk, je to vní máno jiným způsobem, zatí mco to stigma, které je na Západě, tady ve skutečnosti neexistuje.*“

Jeden z dotazovaných aktivistů stručně popsal tři různé percepce, skupiny, dle kterých lidé v Thajsku vegany vnímají. První popsanou skupinou jsou „Santi Asoke<sup>14</sup>“, podskupina buddhistů, kteří praktikují veganství a mají různá odlišná přesvědčení, která by mohla být širokou veřejností považována za nestandardní: „*Podle mě jsou často vní máni jako... něco*

---

<sup>14</sup> [https://en.wikipedia.org/wiki/Santi\\_Asoke](https://en.wikipedia.org/wiki/Santi_Asoke)

*jako kult, protož e všichni nosí velmi podobné oblečení , mají své školy, mají svá centra, takž e je to trochu kultovní .” Druhá kategorie je označována jako „Jae“, což je čínský výraz, který znamená „čínský vegetarián“. Nejedí maso ani jiné živočišné produkty, ale občas jedí vejce a mléčné výrobky. Vyhýbají se také konzumaci určitých rostlin, jako je česnek a cibule a dle informátora: „...jsou také jakýmsi okrajem společnosti.” Aktivista odkazuje na třetí kategorii lidí jako na „moderní vegany“, kteří si svůj životní styl volí spíše na základě osobní víry než proto, že to od nich vyžaduje jejich kultura nebo náboženství: „Nejsem vegan, protož e mi to řeklo moje nábož enství nebo mi to řekli rodiče nebo mi to řekla moje kultura, je to proto, ž e jednoho dne jsem se probudil a řekl jsem si: Já je (zví řata) nemůž u jí st, nejsou moje jí dlo, tohle už nemůž u, takž e je to spí š takový probouzejí cí se typ vegana.”*

Typický Thajec by tedy podle aktivisty mohl vegana přirovnat k příslušníkovi čínské skupiny „Jae“ a předpokládat, že tak činí z náboženských důvodů. Dále by je mohli spojit se skupinou „Santi Asoke“, která je někdy vnímána nepříznivě jako kultovní organizace. Cíle osob, které si z osobních důvodů zvolí veganský způsob života, mohou být těmito mylnými představami zkresleny, což může být potenciálně škodlivé.

Veganství je však i přes absenci stigma negativity často spojováno s nepochopením a předsudky jako obtížný způsob života. Podle informantky si spousta lidí myslí, že být veganem je „pří sné, nudné, děsivé“ a mohli by si myslet, že vegani jsou „blázni“. Dále si myslí, že: „...se lidé v současnost dí vají na veganství jako na něco západní ho nebo od „bělochů“.“

### **Zobrazování veganství v thajských médiích**

Malé úspěchy v propagaci veganství jistě stojí za oslavu, avšak v Thajsku stále chybí mainstreamová medializace tohoto tématu. Následující citace ukazuje nedostatek publicity a viditelnosti, které se veganství dostává v thajských masmédiích: *Myslí m, ž e pro ně neexistujeme... Pokud jde o masová média, která prezentují pří běhy jako je tento, jako jsou zprávy na Channelu 3, Channelu 5, pokud ví m, je to nulové, není to pro ně předmětem, prostě to neexistuje.“*

Dále aktivista poukazuje na to, že spíše, než aby si získaly významnou pozornost, jsou kampaně jako Bezmasé pondělí často redukovány na míjející se poznámky v článcích nebo časopisech. Někteří lidé berou věci do svých rukou a platí za pozornost médií nebo vedou

rozhovory ve snaze kontaktovat prominentní osoby s rozhodovací pravomocí, aby zvýšili znalosti a zájem o veganství: „Mám v plánu jít do masmédií, ale musím za to zaplatit a přemýšlím o tom, že by se mnou udělali rozhovor o těch brožurách, které jsem vytvořil, a dát to do masmédií, i když musím osobně platit za to, že tam budu.“

Podle účastnice rozhovoru, jak jsem již zmínila výše, není veganství považováno za extrém, který si lidé v jiných oblastech světa spojují s vegany. Místo toho je to vnímáno jako pozitivní vývoj, který by mohl zlepšit zdraví národa a má pozitivní konotace, a to dokonce i v médiích. Zaznamenává, jak jsou veganské restaurace a majitelé podniků v médiích příznivě zobrazováni jako přispívající ke zdraví národa: „všechno je velmi pozitivní, jako: Tito lidé dělají opravdu skvělé věci, dělají zemi zdravější, takže je to docela pozitivní věc, což je opravdu skvělé a velmi cenná vyvíjející se věc.“

Obě dotazované aktivistky zmínily, že je na veganství v thajských médiích nahlíženo jako na zdravý trend. Další informantka uvádí, že je podle ní veganství médiem zobrazováno neutrálně. Zatímco výraz „vegan“ může být spojován s negativními konotacemi, často je označován jako „rostlinný“ považováno za módnější a přijatelnější: „když zmiňuješ něco jako rostlinné, je to méně přísné a víc (přijatelné) a trendovější, takže slovo vegan může být přísné a těžko dosažitelné.“

Podle studie Rosenfelda a Burrowa z roku 2017 je označení „vegan“ často spojeno s rigidním a náročným způsobem života a také s určitou morální nadřazeností. Naopak slovo „rostlinný“ bylo vnímáno jako inkluzivnější a neutrálnější a bylo spojeno se zdravím a blahobytem. Rostlinná strava byla pro účastníky přitažlivější, protože ji vnímali jako méně omezující a flexibilnější než veganskou.

Jedním z příkladů pokrytí veganství médiem, který uvedla dotazovaná aktivistka, byla aktivistická akce před jatkami. Tato událost získala rozsáhlou mediální pozornost v tisku i na internetu: „Před pandemií tu byla skupina aktivistů, kteří šli na jatka a dělali video před jatkami a dostali se i do zpráv, byli v novinách, já tam naštěstí nebyla, já ten den zrovna nešla, ale pak moji přátelé a lidé, které znám, byli v novinách a také ve zprávách, na sociálních sítích.“

## Thajský veganský aktivismus

Jak jsem uvedla výše, Thajsko v poslední době také zaznamenalo podstatný nárůst počtu lidí, kteří se rozhodli žít veganský životní styl z různých důvodů, včetně zdraví, ochrany životního prostředí a dobrých životních podmínek zvířat. (Siricharoen, 2019)

Pozoruhodným příkladem veganského aktivismu v Thajsku je každoroční devítidenní Jae Festival<sup>15</sup>. Bangkok a několik dalších měst po celé zemi si připomínají oslavu, běžně známou jako oslavu veganství. Tato akce představuje různé veganské pokrmy a zboží a zároveň podporuje rostlinné stravování a tento způsob života. Kromě toho akce nabízí přednášky a workshopy o veganství a právech zvířat.

Festival Jae je podle Chalidy (2020) významnou příležitostí pro veganství v Thajsku, protože nabízí platformu pro propagaci rostlinné stravy a morálního zacházení se zvířaty. Festival přitahuje značný počet návštěvníků i místních obyvatel a pomáhá při propagaci veganství a práv zvířat v celé zemi. O vlivu festivalu na veganství v Thajsku se zmiňují i Noppers a kol. (2019), kteří festival používají jako ilustraci veganského aktivismu v národě. Pozorují, jak festival v průběhu let získal popularitu, a tím se stal klíčovou příležitostí pro veganství a práva zvířat v Thajsku.

I přes nárůst veganství v Thajsku je třeba překonat určité obtíže a překážky při veganské advokacii v této zemi.

### Role aktivismu

Ačkoli se veganství v Thajsku stalo populárnějším jako zdravější způsob života, jeho potenciál jako nástroje pro aktivismus za práva zvířat nebyl dosud plně realizován. Veganství je v Thajsku často vnímáno jako volba zdravého životního stylu spíše než protest proti týrání zvířat. Média líčí veganství spíše jako trend než hnutí, protože je široce přijímáno lidmi, kteří se snaží zlepšit své zdraví. Účastnice rozhovoru si myslí, že: „...*propagace veganského jí dla je první m krokem, ž e aktivismus za práva zví řat přichází později.*“

---

<sup>15</sup> <https://tasteofthailand.org/jae-festival-thailand/>

Toto tvrzení zdůrazňuje, jak zásadní je prosazování práv zvířat pro rozvoj veganství v jiných zemích, ale naznačuje, že opak může být pravdou v Thajsku: „*Myslím, že někdy je to naopak, ale cítím, že tady, když se dělá zvířecí aktivismus, tak se to projeví tak, že se lidé přestanou zajímat o veganské jídlo. Myslím si, že v mnoha jiných zemích se lidé stávají vegany kvůli zvířecímu aktivismu, ale tady se zdá, že je to naopak. Mám pocit, že se lidé z toho či onoho důvodu začnou zajímat o veganské jídlo a později se možná dozvědí o zvířecím aktivismu, takže si myslím, že je důležité nejprve přimět lidi, aby se zajímali o tu potravinovou stránku, a pak vystavit více lidí problémům okolo. Týrání zvířat a průmyslové farmy budou teprve druhá věc.*“

Navzdory obtížím jsou veganští aktivisté v Thajsku nesmírně důležití v šíření informací o veganství a jeho výhodách. Informantka uvádí, že si myslí: „*...že veganští aktivisté v zemi hrají roli při nastartování povědomí ...Vzbuzují v lidech zájem, protože lidé nepřemýšlejí o tom, jakou roli má jídlo při poškozování životního prostředí, lidé, myslím tím aktivisty v Thajsku, nutí lidi přemýšlet.*“ To naznačuje, že advokacie veganství může mít vlivný dopad, který způsobí, že lidé přehodnotí potraviny, které jedí.

Veganský aktivismus je však v Thajsku stále v počátcích. Podle dotazované aktivistky: *Jsme v tom jako dítě, jsme v dětské fázi, abych byla upřímná, protože skutečné veganství v zemi, veganský aktivismus v zemi, je stále na úplném začátku.*“

### **Vývoj thajského aktivismu**

Jako zmínil dotazovaný aktivista: „*Vybavení tady vlastně máme, ale moc aktivismu tu nemáme. Když se podíváte na aktivismus dnes v Thajsku, žádný tu není.*“ Aktivistka tvrdí, že ve srovnání s organizacemi jako PETA či organizacemi v jiných zemích, jsou skupiny na ochranu zvířat v Thajsku stále velmi malé a mají menší dopad na obecnou populaci: „*V současnosti jsou organizace zabývající se aktivismem zvířat v Thajsku relativně malé a myslím si, že jsme stále malým hráčem, pokud porovnáte zdejší veganské organizace, s organizacemi, řekněme jako PETA a dalšími zeměmi, které mají poměrně velký hlas, organizace zabývající se zvířecím aktivismem tu jsou rozhodně mnohem menší, takže nemají takový vliv na širokou veřejnost, takže si myslím, že je prostor pro růst.* Je tedy co zlepšovat a vznikají tak iniciativy na zvýšení povědomí o veganství a jeho výhodách.

Navzdory těmto iniciativám má dotazovaný aktivista pochybnosti o pravděpodobnosti rozšíření aktivismu a demonstracích volajících po veganství v Thajsku. Domnívá se, že národu chybí stejný evropský étos, který podporuje aktivismus a sociální změny, a nepředpokládá, že by k tomu v dohledné době došlo: „*Tu evropskou psychiku tady nemáme; Nevidí m to na obzoru.*”

Přesto však aktivisté zachovávají optimismus a vynakládají veškeré úsilí na rozvoj veganského hnutí v Thajsku: „*Dělám vše, co je v mých silách, abych pomohla rozvíjet toto hnutí.*”

## **Strategie veganských aktivistů v Thajsku**

Tato kapitola poskytne obecný přehled thajských veganských aktivistických organizací a prozkoumá různé strategie a metody, které tyto organizace používají k šíření veganského poselství. Následně porovná, jak dobře fungují různé taktiky na podporu veganství, a nabídne ukázky úspěšných kampaní a akcí řízených těmito organizacemi.

### **Přehled veganských aktivistických organizací v Thajsku**

Četné skupiny veganských aktivistů se snaží prosazovat veganství a práva zvířat po celé zemi. V této kapitole představím několik známých skupin veganského aktivismu v Thajsku. Tyto skupiny jsou například Sinergia Animal, World Animal Protection, Humane Society International, Animal Alliance Asia, Thai Vegan Organization (TVO), Root The Future, Dharma Voices for Animals (DVA) and Catalyst a další. V Thajsku je také aktivní mezinárodní organizace Anonymous for the Voiceless.

#### **Thai Vegan Organization – TVO**

Thai Vegan Organization (TVO) je nezisková skupina se sídlem v Thajsku, která propaguje rostlinnou stravu a kampaně za udržitelnost životního prostředí a práva zvířat. Skupina veganů v Thajsku založila TVO v roce 2013 s cílem propagovat veganství a nabízet pomoc a zdroje těm, kteří uvažují o přijetí veganského životního stylu. Hlavním cílem TVO je propagovat veganství jako způsob, jak snížit utrpení zvířat a chránit životní prostředí. Skupina pořádá kampaně, workshopy a akce, aby šířila informace o výhodách rostlinné stravy. Seznam thajských restaurací a dalších zařízení, které podporují vegany, je jedním ze zdrojů a pomoci, kterou TVO nabízí těm, kteří mají zájem o přijetí veganské stravy. V

Thajsku se TVO také snaží prosazovat dobré životní podmínky zvířat a jejich práva. Kromě pořádání protestů a kampaní na šíření osvěty proti týrání zvířat se tato organizace spojila s regionálními organizacemi na ochranu zvířat, aby zachraňovala zvířata a poskytovala veterinární péči.<sup>16</sup>

### **Root The Future**

Root The Future je nezisková organizace a obsahová platforma pro budování komunity a poradenství v oblasti udržitelnosti s cílem podporovat udržitelnost a rostlinnou stravu. Root The Future sbírá informace z akcí a obsahu, které pomohou místním a mezinárodním podnikům komunikovat s cílovými zákazníky v regionu. Cílem organizace je lépe porozumět trhu s udržitelnými potravinami. Byla představena v květnu 2020 uprostřed epidemie koronaviru a získala oddané příznivce více než 15 000 uživatelů, z nichž většina má sídlo v Thajsku. Kromě pořádání akcí nabízí Root The Future své komunitě také pravidelný obsah, jako je měsíční zpravodaj, psané články na webu, fotografie jídla a videa, která zdůrazňují různé kampaně nebo udržitelné postupy, informují diváky o konkrétních tématech nebo povzbuzují, aby vyzkoušeli nové rostlinné recepty v kuchyni.<sup>17</sup>

### **Dharma Voices for Animals**

Dharma Voices for Animals (DVA) je nezisková organizace, která obhájí práva zvířat a veganství prostřednictvím buddhistického učení. Bob Isaacson a Norm Phelps založili DVA v roce 2007 s cílem vzdělávat buddhisty o utrpení zvířat a podporovat soucitné chování. Cílem DVA je „šířit Buddhovo učení o veganství, právech zvířat a soucitu se všemi bytostmi“. Aby DVA upozornila na utrpení zvířat a podpořila veganství, sponzoruje řadu akcí a projektů. Například koordinovali demonstrace proti týrání zvířat a pořádali veganské workshopy o právech zvířat a veganství. Kromě toho DVA udržuje aktivní online komunitu, kde si členové vyměňují znalosti a materiály o veganství a právech zvířat.<sup>18</sup>

### **Catalyst**

Catalyst Thailand je nezisková organizace, která byla založena v roce 2014. Jejich hlavním cílem je podporovat práva zvířat v Thajsku a podporovat rostlinnou stravu. Tvrdí, že přijetí rostlinné stravy může snížit utrpení zvířat a prospět životnímu prostředí. Aby pomohla lidem

---

<sup>16</sup> <https://www.thaivegan.org/about>

<sup>17</sup> <https://www.paulpoole.co.th/edm/mar21/RTF2122.html>

<sup>18</sup> <https://www.dharmavoicesforanimals.org/who-we-are/>



při přechodu na veganský životní styl, Catalyst poskytuje řadu vzdělávacích služeb, včetně kurzů vaření, workshopů o rostlinné výživě a promítání filmů. Aby šířili informace o výhodách veganství, pořádají také komunitní setkání a kampaně.<sup>19</sup>

### **Sinergia Animals**

Thajsko je domovem celosvětové skupiny za práva zvířat Sinergia Animal. Usilují o zlepšení životních podmínek zvířat a inspirují ostatní k veganskému životnímu stylu. Sinergia Animal spolupracuje s regionálními organizacemi, subjekty s rozhodovací pravomocí a korporacemi s cílem prosazovat etické obchodní praktiky a zvyšovat povědomí veřejnosti o právech zvířat. Dobré životní podmínky zvířat považují za významný problém, který vyžaduje ohleduplnost a jednání. Snaží se vytvořit společnost, kde se se zvířaty zachází se soucitem a respektem prostřednictvím svých kampaní a úsilí o obhajobu. Sinergia Animal byla v roce 2022 již pátým rokem po sobě jmenována organizací Animal Charity Evaluators (ACE) jednou z nejlepších světových nevládních organizací na ochranu zvířat (NGO).<sup>20</sup>

### **Animal Alliance Asia**

Animal Alliance Asia je thajská skupina, která prosazuje práva zvířat a péči o ně. Spolu s výukou a osvětou na podporu veganského životního stylu kladou velký důraz na záchranu a rehabilitaci zvířat. Animal Alliance Asia zachraňuje zvířata před krutými podmínkami a nabízí jim přístřeší, péči a jídlo. Aby podpořili veganský životní styl, poskytují také vzdělávací nástroje včetně kurzů vaření a workshopů o rostlinné výživě. Animal Alliance Asia spolupracuje s regionálními skupinami, aby prosazovala chování šetrnější k životnímu prostředí a prosazovala přísnější předpisy týkající se dobrých životních podmínek zvířat.<sup>21</sup>

### **Analýza různých strategií a taktik používaných těmito organizacemi**

Skupiny thajských veganských aktivistů používají různé taktiky k propagaci veganství. Tyto zahrnují:

---

<sup>19</sup> <https://www.catalystintercorp.com>

<sup>20</sup> <https://www.sinergiaanimalinternational.org/who-we-are>

<sup>21</sup> <https://www.animalallianceasia.org/our-strategy>

### **Online aktivismus:**

- Vytváření obsahu na podporu veganství a rostlinné stravy: „*Mám kanál na YouTube, kde jsem představil myšlenky, o kterých teď mluvím me.*“, „*tvorím obsah na propagaci veganského jídla*”
- Provozování video billboardů ve veřejné dopravě: „*Promítáme video billboardy v hromadné dopravě, nadzemce BTS.*”
- Spolupráce s influencery a celebritami s cílem propagovat veganství a ukázat, že vegani mohou být fit a zdraví: „*Velká věc, která je v Thajsku docela cenná, je ve skutečnosti využít celebrity...*“

### **Akce a aktivismus:**

- Pořádání veganských táborů pro děti s cílem vybudovat novou generaci aktivistů: „*...organizují veganské tábory pro děti, snaží se „vybudovat“ aktivisty*”
- Pořádání workshopů a kurzů pro učitele a mnichy, které je povzbudí, aby se stali aktivnějšími při propagaci rostlinné stravy: „*školím učitele... podněcují ty učitele, aby se stali dalšími aktivisty*”, „*přednáším mnichům o tom, jak se starat o své zdraví*“
- Pořádání Jae festivalu
- Vedení kampaní na podporu veganství: „*pořádáme akce a kampaně ... udělali jsme spoustu různých projektů, abychom získali rozmanitý druh portfolio projektů*”
- Používání kreativních taktik, jako je rozmístění aktivistů do tvaru kostky s malými obrázkami, které zobrazují grafické obrázky týrání zvířat, ale umožňují lidem, aby se na ně dívali dobrovolně, než aby je nutili sledovat obsah: Cube of Truth
- Spolupráce s obchodními domy, aby měly veganské možnosti, rozšiřování veganské nabídky: „*spolupracujeme s obchodními domy, abychom je přiměli mít t veganské možnosti*”
- advokacie prostřednictvím spotřebitelského výběru nebo veganského podnikání: „*přátelé si otvírají byznysy založené na rostlinných potravinách*”
- Vigil: „*šli na jatka a dělali video před jatkami*”

### **Vzdělávání:**

- Spolupráce se školami při podávání rostlinných jídel jednou týdně: „*...ve spolupráci se školou zajistí, aby škola podávala jednou týdně rostlinné jídlo podle plánu.*”
- Zahájení advokacie v mladém věku vzděláváním studentů o rostlinné stravě a životním prostředí: „*začínám vzdělávat studenty ve velmi mladém věku*”

- Vydávání knih a literárních diskurzů, které propagují rostlinnou stravu a práva zvířat: „*A vychází mi nová kniha, v angličtině se bude jmenovat „Hands on spirit liberation“ a její přehled je o meditaci, cvičení , omezování sociálních médií , které konzumujeme, a o změně našeho výživového chování .*”
- Distribuce tištěných materiálů, brožur: „*16ti stránková brožura, která mluví o zdraví a životním prostředí , etice a soucitu... začal jsem se lidí ptát, jestli by si nechtěli přečíst tuto brožuru“*

#### **Intersekční aktivismus:**

- integrace sociální spravedlnosti a aktivismu do všech aspektů života, včetně individuálních aktivit a zájmů: „*Snazí se dostat toto téma do diskurzu, bez ohledu na to, jaké téma to je, ať už je to meditace nebo jóga nebo Reiki, buddhismus, křesťanství , opravdu jakékoliv téma“*

#### **Politický aktivismus:**

- Obhajování legislativy a zákonů na ochranu zvířat a reformování politického systému: „*Dělají věci, jako je boj za práva kuřat v klecích a zbavení se klecí a takové věci.*”

#### **Porovnání účinnosti těchto strategií při podpoře veganství**

Přestože sociální hnutí dokázala díky digitálním platformám snadněji komunikovat a zapojit větší publikum, spoléhat se pouze na sociální média při ovlivnění sociálních změn nemusí být úspěšné. Sociální média nejsou všelékem pro dosažení sociálních změn, jak poznamenává výzkumník Zeynep Tufekci. Podle Tufekciho (2017) nenabízí rámec potřebný pro probíhající skupinovou akci. Sociální média mohou nepochybně zvýšit povědomí a motivovat lidi, ale nemusí to stačit k systémové změně. Všeobjímající strategie, která zahrnuje jak online, tak offline akce, může být úspěšnější při dosahování dlouhodobých sociálních změn. Tuto myšlenku vyjádřil jeden z aktivistů takto: „*Digitální svět nám tedy pomáhá propojit se a já vím, že někteří lidé díky tomu změnu provedli, protože viděli takové a takové video, jsem si toho vědom, ale myslím si, že pokud se při provádění nezbytných sociálních změn spoléháme na sociální média, myslím, že to nepůjde.“*

Natáčení videí a vytváření obsahu propagujícího veganství a rostlinnou stravu na webech,

jako je YouTube, však může být užitečnou taktikou, jak lidi poučit o veganství a ovlivnit jejich postoje. Studie Bublitz a kol. (2020) zjistili, že vystavení obsahu souvisejícího s veganstvím na platformách sociálních médií má příznivý dopad na postoje k veganství a zvyšuje možnost, že někdo přejde na rostlinnou stravu. Další studie Nijland a kolegů (2020) zjistila, že sociální média a online platformy hrají podstatný vliv na ovlivňování postojů k výběru udržitelných potravin, dodává váhu tomuto tvrzení.

Podobně úspěšnou marketingovou taktikou veganství může být provozování video billboardů ve veřejné dopravě. Studie Duffetta a Duffetta (2017) zjistila, že reklama v tranzitním prostředí může být účinná, protože spotřebitelé tam raději tráví více času, čímž se zvyšuje expozice a paměť zpráv. Studie také zjistila, že ve srovnání s konvenčními statickými billboardy mají digitální billboardy, jako jsou ty, které jsou přítomné v BTS Skytrain, vyšší míru vyvolání zájmu.

Celebrity a influenceri se často používají k šíření informací o veganství a přesvědčování lidí, aby přešli na rostlinnou stravu. Tato taktika je obzvláště úspěšná v Thajsku, díky vysoké úrovni důvěry veřejného mínění a vlivu celebrit. Respondenka uvádí, že *„lidé skutečně, opravdu poslouchají celebrity a důvěřují tomu, co říkají influenceri a celebrity, víc než v kterékoli jiné zemi, takže pokud máte celebrity na vaší straně, bude méně pravděpodobné, že se dostanete do problémů. Máte také větší pravděpodobnost, že zvítežíte nad běžnou populací. To je obrovská věc, vidím, že se zde rostlinné společnosti spojují s celebrity, což si myslím, že dělají ve většině zemí, ale tady je to mnohem cennější, protože lidé prostě vezmou vše, co celebrity říkají, a uvěří tomu.“* Potvrzení celebrit může pomoci veganství získat příznivou pověst a přesvědčit lidi, aby si jej zvolili jako morálně spravedlivý a fyzicky zdravý životní styl.

Co se týče strategie pořádání akcí a aktivismu, četné výzkumy ukázaly úspěch různých taktik při prosazování rostlinné stravy a výchově nové generace aktivistů. Jednou z takových taktik, jak uvedla dotazovaná respondentka, je pořádání veganských táborů pro děti: *„...organizuje veganský tábor. Jo, takže přichází s novou generací aktivistů, což je podle mě super, protože ve finále nebudeš schopen dělat všechno sám, potřebuješ tým jo.“*

Studie z roku 2016, která se objevila v Journal of Hunger & Environmental Nutrition,

hodnotila úspěch týdenního letního tábora pro výuku rostlinné výživy pro děti. Podle zjištění studie se díky programu výrazně zlepšilo chápání rostlinné výživy, postoje k rostlinné stravě a dietní postupy. (Krajčovičová-Kudláčková et al., 2016)

Další úspěšnou taktikou je pořádání workshopů a školení pro pedagogy, aby je motivovali k aktivnější roli při propagaci rostlinné stravy: *„Funguje to, učitel projde tí m online kurzem, a pak to zavede, takž e ve spolupráci se školou zajistí , aby škola podávala jednou týdně rostlinné jí dlo podle plánu.“* Podle výzkumu Kalifornské univerzity v San Franciscu instruktoři, kteří byli vyškoleni v rostlinné výživě a zahrnuli ji do svých vyučovacích plánů, mohli mít příznivý vliv na stravovací návyky svých studentů. (Galgani et al., 2016) Aktivistka dodává: *„Thajsko v tuto chví li, jako spousta zemí ... začí ná s redukcí , je to velké město, stejně jako v New Yorku, tam mají zavedený veganský pátek.“*

V Thajsku se workshopy a semináře využívají k šíření informací o rostlinné stravě také v klášterech a chrámech. Pořádají se přednášky pro mnichy o výhodách rostlinné stravy pro udržení dobrého zdraví a zároveň poskytují kurz rostlinného vaření. Vzhledem k tomu, že jsou mniši v Thajsku mocnými postavami, respondentka vyzdvihuje důležitost tohoto typu aktivismu: *„Myslí m, ž e je to jeden z našich skvělých aktivismů v Thajsku, protož e je velmi jedinečný a strategický, protož e mnich v chrámu je vysoce vlivná postava v Thajsku, lidé k mnichům vzhlí ž í , takž e si myslí m, ž e je to velká šance. Pokud je dokáz eme konvertovat, jsou dobrou šancí , ž e konvertují ostatní lidi.“*

Aktivistka také dodává: *„Učí m kurzy rostlinného vaření , a to je to, co dělám mimo práci, dělám to sama. Myslí m, ž e je to moje strategie, spojovat lidi dobrým jí dlem a miluji to, co dělám. Ráda učí m lidi vařit báječná jí dla a lidé to milují a myslí m, ž e se oteví rají , ví š, ví c se oteví rají , když ochutnají a zkoušejí jí dlo.“*

Nesmíme opomenout také již zmíněný festival Jae, který má i přes to, že ho nepořádá žádná veganská organizace, velký úspěch jako prostředek aktivismu.

Pokud jde o pouliční aktivismus, i přes efektivnost strategie organizace Anonymous for the Voiceless, měla jedna z respondentek pocit, že se diskuse nezdála být příliš progresivní a navzdory promítaným záběrům z jatek jednotlivci neustále argumentovali, že potřebují svůj

protein. Informátorka uznala, že k tomu, aby byl rozhovor plodnější, je možná zapotřebí nová strategie: „*Víš, já jsem se s nimi snažila být alespoň kamarádká a myslím, že možná... Jo, možná to pochází z její strany.*“ Pokračovala: „*Konverzace by měla být víc inkluzivní, ale pak jsem cítila, že možná měli pocit, že je zahanbuji nebo já nevím, takže jsem měla pocit, že ten rozhovor nevedl tam, kam jsem chtěla, oni se stejně furt ptali, že já potřebuji ten svůj protein...*“

Další metodou pro podporu rostlinné stravy a veganství v Thajsku je spolupráce s obchodními domy a zavádění rostlinných restaurací a produktů. Podle výzkumu se vnímání a postoje lidí k rostlinné stravě může zlepšit, pokud bude ve veřejných prostorech k dispozici více rostlinných možností. Například studie v časopise *Appetite* zjistila, že i když klient sám nebyl vegetarián nebo vegan, s větší pravděpodobností si vybral rostlinné jídlo, pokud byly v restauraci k dispozici vegetariánské a veganské alternativy. (Joshi et al., 2018) Další studie, která byla napsána v časopise *Food Quality and Preference*, zjistila, že přidání vegetariánské nebo veganské varianty do menu zvýšilo vnímání lidí celkové kvality restaurace. (Hoek et al., 2011) Podle dotazované informantky: „*Na trh přichází stále víc produktů a já si myslím, že lidé jsou prostě zvědaví ohledně rostlinných produktů, o čem všem to vlastně je a chtějí to zkusit, chtěli vyzkoušet ty různé produkty, takže si myslím, že v tuto chvíli je určitě velký zájem, díky všem těmto produktům, které vychází ...*“ Dodává také již zmíněnou důležitost celebrit v rámci propagace veganství: „*...a také díky některým celebritám v Thajsku, které se stávají flexitariány, reduktariány, takže také udržují ... víš, budují to momentum.*“

S touto myšlenkou souhlasí také další aktivistka, která uvádí, že: „*Lidé jsou tedy rozhodně otevřenější k tomu, aby zkusili veganské jídlo, a v posledních několika letech je v nabídce tolik veganského jídla, protože rostlinný průmysl zaznamenal takový růst, že můžete vidět víc lidí, kteří si rostlinné potraviny nebo víc lidí jedí veganské jídlo například v pondělí, protože dostupnost se víc zvýšila, lidé rozhodně jedí rostlinnou stravu. Nemyslím si nutně, že došlo k nárůstu veganů, nemyslím si, že mnoho lidí přešlo plně na vegany, ale myslím si, že lidé se víc zajímají a jsou otevřenější rostlinné stravě, víc, jednou za týden nebo jednou denně nebo něco takového.*“

Jeden z aktivistů uvádí, že: „*...malé podniky, jako jsou tyto, zpřístupňují víc věcí, víc možností, díky čemuž je to ziskovější, takže to přitahuje kapitál a přináší stále víc možností*“

na jídelním lístku v restauraci... jsou zde některé mezinárodní řetězce a začí nají mí t k dispozici ví ce mož ností ...” Je však důležité poznamenat, že někteří lidé nemusí považovat tyto rostlinné možnosti za skutečné veganství. Podle jednoho respondenta: „*To není veganství, ok, jsou tu ty rostlinné mož nosti, které můž ete jí st.*“ Navzdory tomu expanze veganských podniků a rozšíření mož ností rostlinné stravy naznačují nárůst zájmu a poptávky po rostlinné stravě v Thajsku.

Právě advokacie prostřednictvím spotřebitelského výběru nebo veganského podnikání je podle respondentů jednou z nejúčinnějších strategií v Thajském veganském aktivismu. Aktivisti zjistili, že nejlepším způsobem, jak šířit informace o rostlinné stravě, je zdůrazňovat, jak chutná veganská kuchyně je a také její výhody pro životní prostředí: „*Zjistili jsme, ž e nejjednodušší způsob, jak oslovit lidi a přimět je, aby jedli méně masa a více veganského jídla, je propagovat veganské jídlo jako chutné a pak mluvíme také o ž ivotní m prostředí ...*“ Navrhují vyzdvihnout lahodnost veganského jídla jako bránu k vyvolání zájmu, protože jejich pozorování naznačuje, že zdůrazňování aspektu práv zvířat veganství může lidi často odradit. Slovy jedné z aktivistek: „*...máme pocit, ž e když mluví me o té stránce věci týkají cí se práv zví řat, lidé se okamž itě stáhnou. Zjistili jsme tedy, ž e nejlepší způsob, jak oslovit lidi, je propagovat veganské jí dlo jako chutné a mít tak velkou bránu k tomu, aby se lidé zají mali o to, co je veganství , proč je rostlinná strava dobrá pro zví řata, dobrá pro planetu, dobrá pro zdraví.*“

Studie Piazzzy a kol. naznačuje, že zdůrazňování chuti rostlinných potravin spíše než pouhé zdůrazňování morálních nebo ekologických výhod přijetí veganské stravy je užitečnou technikou, jak podpořit snížení spotřeby masa. (2015)

Aktivistka dále zmiňuje: „*Jak jsem již zmí nila, další věc, kterou se kaž dý snaž í využ í t, stejně jako influencerů a celebrit, a co považ ujeme za skutečně efektivní je, ž e ukazujeme, ž e jí dlo je chutné a ukazujeme také lidem, ž e vegani jsou fit a zdraví . Zdůraznění zdravotních výhod veganské stravy a prezentace fit a zdravých veganů může být užitečnou strategií v Thajsku, kde je hubnutí a zdraví klíčovými zájmy. Jak respondentka zdůrazňuje, jedná se o silný „vedlejší produkt“ veganství, který může pomoci přilákat jednotlivce ke způsobu života: „*To je v Thajsku obrovská věc, kaž dý je tu posedlý hubnutí m a zdraví m, je tady spousta kosmetických operací , všichni jsou velmi posedlí tí m, aby vypadali určitým způsobem, takž e**

*pokud dokážeme lidi přimět, aby si uvědomili, že můžete být velmi zdraví na veganské stravě, tak je to pěkný „vedlejší produkt“ veganství, to je velký, opravdu efektivní způsob, jak oslovit lidi.“*

Další strategií jsou vigily. I přes to, že mohou být sporné, jsou oblíbenou strategií při prosazování práv zvířat. Aktivisté v Thajsku pořádají vigily před jatkami, aby zvýšili povědomí o krutosti praktikované v masném průmyslu. Někteří členové thajské veřejnosti však považují tyto strategie za příliš dramatické a agresivní, a tak je kritizují, jak zmínila dotazovaná aktivistka: *„Před pandemií tu byla skupina aktivistů, kteří šli na jatka a dělali video před jatkami a dostali se i do zpráv, byli v novinách, já tam naštěstí nebyla, já ten den zrovna nešla, ale pak moji přátelé a lidé, které znám, byli v novinách a také ve zprávách, na sociální ch si tí ch a spousta Thajců se k tomu kriticky vyjádřilo, že jsou, víte, moc dramatictí, příliš agresivní.“*

V Thajsku se však využívá několik strategií k přesvědčení jednotlivců, aby přemýšleli o tom, že se stanou vegany, a to včetně vzdělávání. Podle jedné z aktivistek je vzdělávání: *„klíčovou věcí v Thajsku k posouvání se kupředu.“* Účinnou metodou podpory rostlinné stravy je spolupráce se školami ohledně edukace a poskytování rostlinných obědů jednou týdně. Podle výzkumu Van Doorena a kolegů (2017) přidání rostlinných jídel do školního jídelníčku zvýšilo příjem rostlinných potravin. Dle slov jedné aktivistky: *„Funguje to, učitel projde tí m online kurzem, a pak to zavede, takže ve spolupráci se školou zajistí, aby škola podávala jednou týdně rostlinné jídlo podle plánu.“* Dodává, že tato strategie je úspěšná například i v New Yorku, kde takto funguje přibližně 1700 škol: *„Všechny školy v New York City, je jich tam asi 1700, každá pátá podávají veganská jídla a starosta New Yorku je sám vegan.“*

Zahájení advokacie v mladém věku může být také účinnou strategií při prosazování veganství. Lidé, kteří jsou vystaveni rostlinné stravě v mladém věku, ji podle výzkumu Ruby a Heine (2011) s větší pravděpodobností přijmou v dospělosti. Této strategii využívá jedna z dotazovaných aktivistek, říká: *„Začí nám vzdělávat studenty ve velmi mladém věku a oni víš, když vyrostou, budou také... Myslí m, že se děti v dnešní době velmi zajímají o budoucnost, protože se obávají, zda budou mít domov v příštích 30 letech, víš, jestli ještě budou mít domov na kusu země a opravdu se starají o Zemi, planetu a myslí m, že strategií je začít s advokací ve velmi mladém věku.“*



Úspěšnou taktikou šíření veganství v Thajsku může být také vydávání literatury a literárních děl, které podporují rostlinnou stravu a práva zvířat. Studie Singha a kolegů (2018) zjistila, že čtení knih, které podporují veganství a práva zvířat, může lidem pomoci pochopit a přijmout tyto způsoby života. Podle studie se pozitivní názory účastníků na veganství a jejich empatie ke zvířatům zvýšily poté, co si o něm přečetli v literatuře. Jeden z dotazovaných aktivistů zmiňuje, že má v plánu přispět do literárního diskurzu vlastní knihou, jelikož si myslí, že existuje mnoho knih o spiritualitě, které pokrývají různá témata, včetně uvědomělosti, meditace a všeho mezi tím, avšak mainstreamová literatura o veganství a jeho spojení se spiritualitou příliš často nepojednává: *„V celém literární m diskursu, ať už jde o filozofii, spiritualitu, nábož enství nebo fyzické zdraví , je jen hrstka knih, které vyjdou a ří kají : Jí te mrtvé zví ře před svými dětmi nebo něco podobného, povzbuzujete tak, aby vaše děti jedly mrtvá zví řata, což je inspiruje k přesvědčení , ž e je v pořádku způsobovat zví řatům utrpení .”* Dodává: *„Pokud je mi známo, existuje asi 5 knih na toto téma, které ve skutečnosti přinášejí veganství jako součást filozofie nebo spirituality, něco jako „Osvobození zví řat“ od Petera Singera, což je ví ce filozofický pří stup, a to bylo před 50 lety...”*

Aktivista optimisticky věří, že jeho práce bude mít dlouhodobý vliv na veřejné vnímání dobrých životních podmínek zvířat a vyplní mezeru v diskurzu veganské spirituální literatury. Myslí si, že v budoucnu bude jeho kniha uznána jako katalyzátor velkých změn, protože cítí, že má schopnost vzdělávat a probouzet kulturu. Autor si uvědomuje, že tuto změnu nedokáže on sám osobně přinést, a tak doufá, že jeho kniha přispěje k rozvoji veřejného mínění na téma veganství. Jak říká: *„Jde o to, ...nechat tu knihu udělat svou práci, byl bych vyčerpaný, kdybych se o to všechno pokusil osobně.“*

Distribuce tištěných materiálů, jako jsou brožury, může být další úspěšnou marketingovou taktikou pro veganství. Poskytování instruktážních materiálů lidem může vést ke zvýšení znalostí a povědomí o rostlinné stravě a jejich výhodách, podle výzkumu Barkera a kolegů. (2011) Podle studie lidé, kteří dostávali brožury propagující rostlinnou stravu, věděli více o jejich výhodách pro lidské zdraví a životní prostředí než lidé v kontrolní skupině, kteří to nevěděli. Dotazovaný respondent si také myslí, že: *„brož ury, i když je rok 2023, jsou stále silnější než jen další náhodný pří spěvek další ho trpí cí ho kuřete, další ho trpí cí ho prasete, jako...jo, jo, jo, mě se to netýká... pořád věří m a stále si za tí m stojí m, ž e když člověk drží v*

*ruce knihu, budou se na to dívat déle než na příspěvek na sociální ch sítích.*” Sám tyto brožury distribuuje po restauracích v Thajsku: *„dal jsem je do veganských, vegetariánských nebo Jae restaurací . Či nští vegetariáni většinou projekt velmi podporují a dávají mi, může to být jen 50 centimetrů čtverečních, je to jen malý prostor někde v rohu pultu, kde si zákazníci mohou brožurky prohlédnout a přečíst si je nebo si je odnést domů.“* Pokračuje: *„V současné době distribuuji, dovolu mi říct, téměř 30 restaurací .“*

Existuje také tzv. mezisektorová strategie veganského aktivismu. Práva zvířat jsou začleněna do pravidelných rozhovorů a činností. Jak uvedl aktivista: *„V každé situaci, i když chci jít do kavárny, nastolí mi téma veganství nebo zneužívání zvířat nebo vykořisťování zvířat.“* Tato metoda ukazuje, jak může být intersekcionalní aktivismus účinným prostředkem podpory povědomí a inspirativní akce. Jako další příklad zmiňuje: *„Pokud přišel student a zeptal se mě, protože jsem učil na univerzitě, podělil jsem se s ním o své přesvědčení, že dobře, když jít te vepřové maso, je to forma násilí a já chci být nenásilný člověk.“* Integrace veganství do duchovních praktik je dalším příkladem. Aktivista uvádí: *„Jsem také mistr Reiki, takže učím Reiki, konzultuji s lidmi, dělám léčitelkou práci a lidé se často ptají: Je něco, co musím udělat před léčebným sezením? Takže dnes je středa a uvidím se v sobotu. Říkám, dobře, bylo by dobré, kdybyste mezi dneškem a dobou léčení nejedli žádné živočišné produkty a já to tam prostě takhle vhodím a oni řeknou: Aha, dobře, to řekl léčitel, takže já to zkusím. A to mi pomůže dostat téma veganství na stůl, jako aby se o něm mluvilo, takže když jim pomáhám s meditací nebo s léčením Reiki, mluvím také o jejich výživě a jestli je ten člověk nakloněn trochu duchovněji, mohu nadhodit duchovní podstatu...“*

Podle studie zveřejněné v Journal of Agricultural and Environmental Ethics je „veganský aktivismus, který zvažuje a zabývá se prolínajícím se útlakem zvířat, lidí a životního prostředí, efektivnější při prosazování veganství než aktivismus, který se zaměřuje pouze na osvobození zvířat mimo člověka.“ (Crist, 2017, str. 702)

Co se týče politického aktivismu, není v Thajsku příliš rozšířený. V následujících kapitolách vysvětlím důvody této skutečnosti. I přes určité výzvy a překážky však funguje v Thajsku organizace Sinergia, která je v rámci boje za politické změny aktivní.

## Kulturní faktory a veganský aktivismus v Thajsku

Přijetí a implementace veganství v jakékoli společnosti je významně ovlivněna kulturními normami, hodnotami a přesvědčením. (Adams & Donovan, 2015) Pro veganské aktivisty může být obtížné šířit informace o veganství v Thajsku kvůli různým kulturám a silným tradičním hodnotám a přesvědčením. Tato kapitola se zaměří na to, jak thajská kultura ovlivňuje přijatelnost veganství a jak se skupiny veganských aktivistů přizpůsobují místním kulturním normám. Porovná potíže, se kterými se setkávají veganští aktivisté v Thajsku v důsledku kulturních rozdílů.

### Zkoumání kulturních norem, hodnot a přesvědčení, které ovlivňují přijetí veganství v Thajsku

Přijetí veganství v Thajsku je výrazně ovlivněno jeho kulturními a náboženskými prvky. Jako země s velkou buddhistickou populací má učení buddhismu významný vliv na to, jak lidé pohlížejí na konzumaci masa. Buddhismus má pět principů, z nichž jeden je „nezabíjení“, což zahrnuje zabíjení zvířat. Skutečnost, že thajští buddhističtí mniši nejsou vegetariáni, je však v rozporu s touto myšlenkou. První „omluvou“ je, že mniši dodržují zásadu jíst vše, co je jim poskytnuto, což často zahrnuje maso. Aktivistka říká: *„Mniši jedí vše, co jim lidé poskytnou, protože e mnich si nemůž e sám uvařit, nemůž e jí t ven a koupit si jí dlo, a tak vlastně jí jakékoli jí dlo, které mu lidé dají .”* Kromě toho konzumaci masa omlouvají tím, že Buddha dovolil mnichům jíst maso pouze v případě, že zvíře zemřelo přirozeně, místo aby bylo zabito kvůli jídlu, což je v moderním masném průmyslu téměř nemožné zajistit: *„To se ale nikdy nestane, protože e maso na trhu je vž dycky, ví š, ty zví řata jdou vž dy na jatka proti své vůli...”* Mnoho lidí si v tomto kulturním prostředí myslí, že je přijatelné pokračovat v jedení masa, protože sám Buddha ho konzumoval a nezakázal to: *„Lidé prostě řeknou: Buddha jedl maso a Buddha nezakázal jí st zví řata. A pak tu konverzaci musí š zastavit, protože e Buddha řekl.“*

Dotazovaná aktivistka kritizuje tento zjevný konflikt mezi náboženským učením a stravovacími zvyky. Tvrdí, že rozšířené používání živočišných produktů v zemi je nepoctivostí a odklonem od skutečného ducha buddhismu: *„Celá země, celá populace jsou pokrytci, ano, je to velmi pokrytecká buddhistická země, praktikujeme proti učení , učení ří ká z ádné zabí jení , ale všichni konzumují maso, dokonce i mniši, které lidé následují , protože e*

*mniši jsou velmi uznávanými postavami v thajské společnosti a lidé dělají vše, co mnich řekne, a pokud mnich jí maso, normální lidé ho budou následovat.”*

Mnoho jednotlivců považuje náboženství za citlivé téma a může vést k silně zastávaným názorům, o kterých je těžké diskutovat nebo je vyvrátit. Lidé často považují své náboženské přesvědčení za posvátné a nedotknutelné. Může být náročné vést inteligentní rozhovor nebo debatu s někým, kdo není ochoten zkoumat jejich názory nebo brát v úvahu různé úhly pohledu. Aktivista uvádí, že: *„Když někdo věří ve své náboženství, nemůžete o tom diskutovat, nemůžete se hádat s Ježíšem nebo Alláhem nebo jakýmikoli jinými lidmi, kterým věří, věří tomu, čemu věří a pokud se toho dotknete, jste kacířem, jste jako ďábel, jak se opovazuješ zpochybňovat Bibli, to nemůžete.”*

Sociální aspekt stolování je další kulturní a sociální překážkou. V Thajsku běžně všichni jedí společně a jedí stejné jídlo. To může být pro lidi náročné, pokud se rozhodnou stát se vegany. Jednou ze studií, která toto tvrzení podporuje je „Exploring barriers and opportunities for veganism in Thailand: A focus group study“ od Lahtinena a kol. (2019) Studie zjistila, že jednou z největších překážek přijetí veganské stravy pro účastníky byla sociální složka stolování a očekávání, že budou jíst stejné jídlo jako ostatní. Ve své analýze výzkumníci zjistili, že důležitými vlivy byly „společenské normy a kulturní hodnoty kladené na jídlo a stravování s ostatními.“ (Lahtinen et al., 2019, s. 6) Tento faktor zmínila jedna z aktivistek takto: *„Takže to není tak, že když řekneme, když se v pubertě stanete veganem, i když stále bydlíte doma, můžete si dát samostatně jídlo, v Thajsku to tak není, každý má jídlo uprostřed a všichni to jídlo sdílejí, takže pokud je jeden člověk u stolu vegan, tak vlastně každý musí být, takže za prvé je to vnímáno jako velmi obtížné, být vegetariánský, když jíte s ostatními lidmi, a zvláště pokud jdete ven s přáteli, tam je to to samé, všichni jedí společně, ať už je to hot pot nebo tak něco, každý musí být to samé, takže pro lidi je velmi těžké být vegetariánský.”*

Podle aktivistky je v Thajsku také kulturně zakotvené přijímat jídlo, které vám bylo zakoupeno, zvláště pokud je od člena rodiny nebo někoho s vyšším společenským postavením. To může způsobit potíže veganům, kteří nejí určité potraviny, které jim mohou být nabízeny. Aktivistka však také poznamenává: *„Ve skutečnosti je to tu docela běžné, vegetariánské jídlo v thajské kultuře je opravdu běžné, vegetariánské jídlo jako „Jae“, takže e*

*kulturně je thajské vegetariánské jídlo téměř vždy veganské. Takže je tu také kulturní aspekt, který usnadňuje být veganem, ale myslím, že to záleží na okolnostech.“*

Jednou z dalších výzev, kterým čelí skupiny veganských aktivistů v Thajsku, je nevědomost široké veřejnosti o veganství, zejména mezi těmi, kteří nemají přístup k vyššímu vzdělání. Mnoho lidí považuje za náročné přemýšlet o změně svých stravovacích návyků, protože tradiční způsob života, kdy jsou živočišné produkty základem stravy, je v kultuře zaveden po staletí. Tato neznalost a nedostatek porozumění často způsobuje apatii vůči utrpění zvířat a nedostatek nadšení ve veganství: *„průměrný člověk je docela jednoduchý člověk, ne každý má magisterský nebo bakalářský titul, zejména zde v Asii, v Evropě bychom mohli říci, že velké procento lidí má bakalářský nebo magisterský titul. No tady v Thajsku velká většina lidí nemá takový druh vzdělání, takže to znamená, že jsou jednoduššího smýšlení, což není*

*špatné, dělají farmaření, chodí na trh, látají střechy a sekají trávu. Docela jednoduchý životní styl a pak si sednou a jedí živočišné produkty, protože to dělali odjakživa a je to na stole, jí to máma, jí to táta. Takže pro průměrného Thajce to není relevantní téma. Průměrný Thajec na to nemyslí, prostě... mám hlad, jdu jíst, je tu smažené kuře, jdu to sníst, je tu vepřové, jdu jíst to. Takže ano, nepřemýšlejí o tom... Pokud mluvíme o průměrném Thajci a průměrné odpovědi, jen zakroutí hlavou a řeknou: Mám rád kuře, mám rád vejce, mám rád vepřové maso a nečítá za to žádnou vinu nebo nechtějí.“*

To, jak spolu lidé interagují může také ovlivnit jejich přesvědčení, hodnoty a tradice. Aktivista diskutoval svůj pohled na to, jak se komunikační styly mezi kulturami liší. Zjistil, že lidé v Thajsku se obvykle vyhýbají přímým konfliktům: *„My v Thajsku nemůžeme konfrontovat lidi, nejsme konfrontační, jako jste vy v České republice nebo v Německu nebo Polsku, jste všichni konfrontační, můžete se s lidmi hádat, že? V severní Evropě, pokud nesouhlasíte, jdete a dohadujete se o tom a debatujete, v Thajsku tak nějak ve skutečnosti neřešíme věci tak přímo.“* Dále říká: *„protože když na problémy začnete trochu tlačit, oni (lidi) začnou ustupovat.“* Podle studií se kulturní komunikační praktiky mohou značně lišit a mohou mít dopad na to, jak lidé sdělují své názory a jak se navzájem spojují. Skutečnost, že některé kultury akceptují veganství a veganskou advokacii více než jiné, může být způsobena rozdíly v komunikačních stylech. (Jandt & Huang, 2005; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988)

Tato skutečnost může být založená na základě politické situace. Jak zmiňuje dotazovaný aktivista: „Další m faktorem je, že Thajci právě vycházejí do ulic, pokud jste někdy sledovala thajskou politickou situaci, během posledních zhruba 18 měsíců došlo k masivním pochodům a protestům, protože jsme stále pod diktaturou, takže došlo k hybné síle jednat a zbavit se této diktatury.“ Pokračuje: „Jsme devět let pod diktaturou, takže lidé s tím jdou do ulic, ale nevidí te tu studenty před budovou soudu, kteří protestují, jak to můžete vidět ve Švédsku nebo ve Švýcarsku, Německu, Praze, Varšavě... tam jsou děti venku a říkají: Hele, přestaň s tím, přestaň s tím, my nechceme tohle, nechceme tamto, nesouhlasí me... Francouzi jsou známí tím, že stávkují, ale v Thajsku je to jako... hmm, to je jedno, to je jedno... takže je to velmi nekonfliktní společnost, lidé jen zřídka vyzývají lidi v moci, protože jsme tu tak hierarchizovaní.“

Vzhledem k tomu, že lidé jsou od mládí indoktrinováni, že živočišné produkty jsou pro zdraví nezbytné, představuje nutriční povědomí další významnou bariéru. Jak poznamenává dotazovaný aktivista: „Lidé mají hluboce vymyté mozky prostřednictvím toho, čemu říkají školy. Že potřebujete tolik bílkovin, potřebujete tolik, ať už vitamín A nebo vitamín D nebo čehokoliv, co říkají, že musí být živočišné produkty, abyste byli zdraví. Takže na nutriční úrovni se to lidi učí asi od sedmi nebo osmi let, nevíme přesně, ale od sedmi nebo osmi let až po vysokou školu, neustále se to opakuje. Reklama je neustálá, takže se lidem neustále říká, že vejce jsou pro vás dobrá, mléko je pro vás dobré, jogurt je pro vás dobrý, bílkoviny, bílkoviny jsou pro vás dobré.“ Kromě toho se v thajské kultuře široce zastává názor, že rostlinný nebo veganský protein není „skutečným“ proteinem. Existuje nedostatek znalostí o nutriční hodnotě rostlinných zdrojů bílkovin, jako je sója a hrách: „Nevím, odkud se to vzalo, ale to je v Thajsku rozhodně téma, lidé si myslí, že když jedli den pouze veganské nebo rostlinné jídlo, což je v Thajsku docela běžné, že lidé jedí v pondělí vegansky nebo tak něco, myslí si: Dobře, teď musíš dohnat ten nedostatek skutečnými bílkovinami. Vědí, že sója má bílkoviny, vědí, že hrách má bílkoviny, ale nepovažují to za skutečné bílkoviny, takže určitě chybí osvěta v oblasti výživy, což je velká překážka, lidé stále vnímají sacharidy jako zlo, víš, že steak je to nejlepší, co se dá jíst, takže nutriční aspekt a také společenský aspekt jdou s rodinou a přáteli.“

O této překážce hovoří také další aktivistka: „Myslím, že je to také neochota ke změně a také nedostatek znalostí o výživě. Spousta lidí si stále myslí, že maso je bílkovina a vegetariánství

*nebo veganství neposkytuje dostatek výživy. Lidé v Thajsku mají mylnou představu, takže se si mnoho lidí stále myslí, že vegetariánská strava, rostlinná strava není dostatečná, co se týče výživy, takže v zemi zůstává velmi velkou mylnou představu.“*

V thajské kultuře je také hluboce zakořeněna představa, že západní farmaceutická medicína je všelékem na všechny lékařské problémy. Přestože thajští lékaři mají pokročilé vzdělání, ne vždy kladou vysokou prioritu na výživu jako prostředek k prevenci a léčbě chronických onemocnění, jako je cukrovka a ostatní choroby. Aktivista tvrdí: „Pokud jste náhodou pacient s rakovinou, bude vám řečeno, a že je to stokrát citováno, co mám jít? Cokoli jít, je v pořádku, ale ujistěte se, že už jíte léky, totéž platí pro cukrovku: Co bych měl jít? No, víte, omezte svůj cukr, ale jezte své léky... Existuje tolik knih, které nám říkají, že hlavní příčinou a primární m zvratem cukrovky a srdečních chorob je výživa, ale thajští lékaři tento předmět nadále buď ignorují, nebo o něm zůstávají nevědomí.“ Lidé jsou silně závislí na lécích a farmaceutický byznys se začlenil do společnosti, říká: „Přináší víru v západní farmaceutickou medicínu jako řešení všech zdravotních problémů, a to je hluboce zakořeněno v národní m thajském diskurzu, že západní medicína, léky, ať už je to vakcí na nebo pilulky na krevní tlak nebo protirakovinné látky, jsou všeléciva. Takže průmysl zde pronikl do kultury, na místní úrovni tomu lidé věří a na nejvyšších úrovních, vzdělání lidé tomu věří a lidé na nejvyšších úrovních vlády to nadále propagují, už jíte léky k vyřešení všech zdravotních problémů a nikdy o tom nemluví, o tom, že většina zdravotních problémů pochází z věcí, které jí me.“ Tento průmysl podporuje konzumaci zvířat a jejich vedlejších produktů a podporuje názor, že živočišné produkty jsou životně důležité pro dobré zdraví, spolu se vzdělávacím systémem, zdravotnickými zařízeními a náboženským systémem.

Postoje tradiční a moderní medicíny mezi Thajci byly zkoumány v jedné studii Bunnag a kolegů. (2017) Účastníci průzkumu využívali především moderní léčbu, protože věřili, že je úspěšnější, přestože tradiční medicína byla stále vysoce respektována. Průzkum také zjistil, že v Thajsku chybí důraz na preventivní zdravotní péči a že lidé mají tendenci spoléhat se převážně na léky. Na závěr respondent dodává: „Pro aktivisty je tu tolik vysvětlování lidem, že většina lidí nemá tolik času nebo pozornosti, aby hodinu poslouchali naši řeč, která vysvětluje všechny pravdy o náboženství a léčivech.“

Další výzvou je akceptace masa v Thajsku a jeho ekonomický faktor. Maso je pro Thajce běžnou potravinou a živočišné produkty jsou obecně levné a oblíbené. Velcí producenti masa jsou také spojeni s vládou a dostávají dotace, a přitom si užívají naprosté svobody. Aktivistka uvádí: *„Existuje jedna velká společnost na maso, velká společnost v Thajsku a je poněkud dotovaná vládou, jsou vládní aliancí, takže vyrábějí maso, z živočišné produkty levně na trhu.“* Dodává: *„Živočišné produkty obecně jsou v Thajsku super dostupné, jsou velmi levné, kuřecí maso, vepřové maso, maso je velmi dostupné a pak si často spousta lidí stěžuje, že biopotraviny, biozelenina a ovoce jsou ještě dražší než vepřové... je to největší cyklus, je to velmi špatný cyklus.“*

Rostlinné veganské produkty jsou dražší než jejich živočišné ekvivalenty kvůli cyklu nízkonákladových živočišných produktů a vládní podpoře masného průmyslu, což pro ně činí výzvu na trhu. Větší pravděpodobnost popularity veganství může existovat, pokud lze zboží bez zvířat vyrábět za rozumnější cenu a konkurenceschopné z hlediska nákladů: *„Ta cena musí být stejná jako u normálního produktu, v tuto chvíli je rostlinné maso dražší než skutečné maso a podobně kešu sýr, je také dražší než sýr z mléka.“* Podle studie nazvané „Thailand: A Hotspot of Meat Consumption and Opportunities for Plant-Based Meat Alternatives“ publikované v Journal of Agriculture and Environmental Sciences se zvýšila poptávka po masných výrobcích, protože živočišné produkty jsou v Thajsku dostupnější a oblíbenější. Studie také zjistila, že cena rostlinných náhražek masa je nyní vyšší než cena masa ze zvířat, což může bránit jejich přijetí v zemi. (Wannapat a kol., 2020)

### **Analýza toho, jak se veganské aktivistické organizace přizpůsobují kulturním rozdílům**

Pořádání přednášek a seminářů pro buddhistické mnichy o rostlinné výživě v chrámech je jedním ze způsobů, jak bojovat proti vlivu náboženské víry na spotřebu masa v Thajsku. Vzhledem k tomu, že mniši jsou v Thajsku mocnými postavami a mají významný vliv na víru a praktiky lidí, je tato taktika považována za strategickou. Existuje větší pravděpodobnost, že ostatní přijmou rostlinnou stravu, pokud se mniši změní. Tato strategie také řeší problém špatného zdravotního stavu mnichů, který je často způsoben velkým příjmem živočišných produktů, jak zmínila dotazovaná aktivistka: *„Mnoho mnichů v Thajsku má velkou nadváhu a jsou nemocní, víš, kvůli konzumaci vysoce tučných produktů, z živočišných bílkovin a sladkých produktů a jejich zdraví není v dobrém stavu, takže ředitel*



*té organizace chodí do chrámů a přednáší ji.”*

Rámcování a upravení strategií používaných veganskými aktivisty v různých kulturách je jeden z dalších způsobů, který využívají k vyhovění kulturním rozdílům, a to v komunikačních přístupech. Veganští aktivisté například používají submisivnější a nepřímé komunikační techniky, jako je předvádění jídla ve společnosti, která se vyhýbají konfrontaci. Jak uvedla jedna z aktivistek: *„Nevidí š tu moc druhů aktivismu za práva zvířat, jako to vidíš v některých jiných zemích, takž e někdy uvidíš demonstrace v jiných zemích a stránky, které mluví o druhu týrání zvířat. V Thajsku tolik nevidíš a myslíš m, že je to tou kulturní záležitostí .*

*Myslí m, že e v Thajsku je velká věc ztráta tváře, takž e když někomu „ztrapní te“, je to opravdu velký problém, to byste nikdy neměli. Takž e v zásadě tí m, že e zdůrazní te skutečnost, že e zvířata trpí pro jídlo někoho jiného, způsobí to, že e druhá osoba ztratí tvář, takž e si myslíš m, že e proto*

*nevidíš tolik aktivismu za práva zvířat tímto způsobem, je to tu spíš še druh pasivního aktivismu, což je cesta, kterou se tak trochu vydáváme.“* Dodává: *„Zdá se, že e tu nefunguje konfrontovat lidi s týráním zvířat, a za druhé, lidé jsou velmi naštvaní kvůli tomu, že e ztratili tvář.“* Jejich strategií je: *„vzdvihovat všechna pozitiva, spíš še než vzdvihovat negativa.“*

Kromě toho může být v některých kulturách účinnější zdůrazňovat environmentální nebo zdravotní přínosy veganství než utrpení zvířat. (Ruby, Heine, Kamble, & Cheng, 2013)

Mimo náboženské vůdce i doktoři a vzdělávací instituce prosazují myšlenku, že konzumace živočišných produktů je životně důležitá pro dobré fyzické, duševní a duchovní zdraví. Skupiny veganských aktivistů se přizpůsobují těmto faktorům tím, že zjišťují, jak informovat a zvýšit povědomí o výhodách rostlinné stravy ve své komunitě, a to plánováním akcí a šířením informací. Jeden z aktivistů zmínil, že: *„Thajská vegetariánská asociace, ... dělá konference ... mluví o výživě...“* Pořádání workshopů a přednášek o výživě a nutriční dostatečnosti veganské stravy je tedy jedním z potencionálních řešení. Dalším překonáním těchto překážek může být nalezení kulturních vůdců, celebrit či influencerů, kteří mohou podporovat rostlinnou stravu, vytvářet kulturně relevantní zprávy, které hovoří o hodnotách a přesvědčeních lidí nebo šířením edukačních materiálů.

Co se týče ekonomického faktoru, je dle aktivistky nutné, aby došlo k poklesu ceny rostlinných potravin. Dle jejích slov: *„Musíš snížit cenu, abychom rozdrtili běžné výrobky*

*a normální výrobky. Myslím, že je tu pak mnohem větší šance."*

### **Srovnání výzev, kterým čelí veganští aktivisté v Thajsku kvůli kulturním faktorům**

Potíže, se kterými se setkávají veganští aktivisté v Thajsku, jsou významně ovlivněny sociálními a kulturními aspekty stolování. Pro lidi může být v Thajsku náročné přejít na veganskou stravu, protože stravování s ostatními a sdílení jídla jsou zásadní součástí socializace. Pro vegany, kteří se rozhodnou nejíst živočišné produkty, může představovat překážky očekávání, že všichni budou jíst stejné jídlo. Aktivistka, která byla dotazována, také poukazuje na to, že se tradičně očekává přijetí jídla, které pro vás bylo zakoupeno, zejména pokud pochází od příbuzného nebo někoho s vyšším společenským postavením.

Navíc to, jak jednotlivci vidí konzumaci masa v Thajsku, je významně ovlivněno náboženskými ohledy. Učení buddhismu má velký vliv na to, jak lidé přistupují k příjmu konzumace masa, zejména v zemi s velkým zastoupením buddhistů. I přes to, že je jedním z pěti principů buddhismu nezabíjení, což zahrnuje zabíjení zvířat, Thajští buddhističtí mniši nejsou vegetariáni, což je v rozporu s touto představou. Dotazovaná aktivistka kritizuje tento zjevný rozpor mezi náboženskou doktrínou a stravovacími praktikami a tvrdí, že rozšířené používání živočišných produktů v zemi se odchyluje od skutečné podstaty buddhismu. Kromě toho může být obtížné vést diskusi nebo debatu s někým, kdo není ochoten zvážit protichůdné názory nebo prozkoumat své vlastní přesvědčení, protože mnoho lidí považuje své náboženské přesvědčení za posvátné a nedotknutelné.

Dalším problémem, kterému čelí organizace veganských aktivistů v Thajsku, je rozšířený nedostatek vzdělání a porozumění o veganství mezi širokou veřejností, z nichž mnozí mají tradiční způsob života založený na živočišných produktech a cítí se apatičtí vůči utrpení zvířat. Informant pak dále poukazuje na to, že Thajci se ve své komunikaci obecně vyhýbají otevřeným nesouhlasům, což může mít dopad na to, jak jednotlivci vyjadřují své názory a jak se mezi sebou zapojují. Skutečnost, že některé kultury podporují veganství a veganský aktivismus více než jiné, může být způsobena rozdíly v kulturních komunikačních praktikách, které mohou mít dopad na to, jak jednotlivci vyjadřují své myšlenky a jak spolu komunikují.

Přijetí veganské stravy v Thajsku také výrazně brzdí nedostatek nutričních informací. Již od

útlého věku se lidé učí, že živočišné produkty jsou nezbytné pro dobré zdraví. Na nutriční úrovni se lidé učí, že musí konzumovat živočišné produkty, aby byli zdraví, a reklama, která tvrdí, že vejce, mléko, jogurt a další živočišné produkty jsou zdravé, je konstantní. Kromě toho je malé povědomí o nutričních výhodách rostlinných zdrojů bílkovin, jako je sója a hrách. Veganský nebo rostlinný protein není v thajské kultuře považován za „skutečný“ protein.

## **Výzvy a překážky, kterým čelí organizace veganských aktivistů v Thajsku**

Tato kapitola pojednává o hlavních potížích, se kterými se musí thajské veganské aktivistické skupiny vypořádat, jak se s nimi vypořádaly prostřednictvím strategií a taktik a jak dobře tyto metody fungovaly při řešení výzev, s nimiž se veganští aktivisté potýkají.

### **Identifikace hlavních výzev, kterým čelí organizace veganských aktivistů v Thajsku**

Kromě již výše zmíněných kulturních faktorů se skupiny veganských aktivistů potýkají s řadou dalších obtíží, jako je nalezení cenově dostupných veganských možností, překonávání předsudků a řešení dopadů nedostatečného povědomí na veřejné zdraví.

Vliv masného byznysu a vládních nařízení, které ho propagují, je jednou z největších překážek, které musí veganští aktivisté překonat. Jak jsem již zmínila výše, v Thajsku existuje velká masná společnost, která je aliancí vlády. Díky tomu si dle slov respondentky: „...v podstatě mohou dělat, co chtějí.“ Nejen, že je tato firma dotovaná státem, ale přiměli také farmáře v zemi ke kácení stromů a mýcení půdy, aby mohli pěstovat co nejvíce plodin na krmení zvířat, protože velké masné firmy s nimi mají dohody o nákupu veškeré jejich sklizně: „*Ti farmáři udělají vše, co je v jejich silách, udělají vše, co mohou, pokácí strom, vyklidí půdu, vypálí ji, po sklizni, jakmile sklidí všechnu úrodu, všechno spálí, protože to je nejrychlejší a nejlevnější způsob, jak půdu vyčistit. Spálí to všechno, protože je to pro ně nejrychlejší a nejlevnější způsob.*“ To udržuje koloběh živočišného zemědělství v chodu a současně způsobuje odlesňování a znečišťování ovzduší: „*Proto je v Thajsku právě teď super horko a také znečištění ovzduší je velmi špatné, dostává se k nám všechn ten prach a na severu země je lesní požár, a to vše, protože vláda je přítelem této velké, velké masné společnosti.*“ Problém je ještě horší, protože vláda nemá pro tyto podniky žádné předpisy

nebo zákony, jak říká aktivistka: „...vláda nechce pro tyto masné společnosti zavádět politiku nebo protokoly.”

Z dalších největších výzev, kterým veganští aktivisté čelí, a které navazují na výše zmíněný problém, jsou právní překážky, pokud jde o odhalování neetických praktik masného průmyslu. Výzkum Griffina (2017) ukázal, že mnoho národů má zákony, které kriminalizují aktivismus za práva zvířat a zároveň brání a chrání obchod s masem. Lidé, kteří kritizují nebo vystupují proti vlivným producentům masa, mohou být v některých zemích, včetně Thajska vystaveni pokutám nebo dokonce vězení. Kvůli tomu je pro aktivisty náročné odhalit pravdu o živočišném chovu a činit podniky odpovědnými za jejich činy. Jak zmiňuje aktivistka: „Pokud jde o aktivismus tímto způsobem, pokud byste mluvili o konkrétních společnostech, které dělají konkrétní věci, konkrétní farmy dělají cíl konkrétní věci, jsou tam skutečné právní překážky, protože ano, existuje reálná šance dostat pokuty nebo skončit ve vězení.”

Dle respondentky je další klíčovou překážkou oslovit lidi a přimět je, aby pochopili důležitost veganství, a to nejen nad rámec pouhého přechodného trendu. Říká: „Hodně lidí to říká, víš, že se stanou vegany a pak na to tak nějak zapomenou, takže se si myslím, že přimět lidi, aby to brali vážně, je opravdu ošemetná věc, protože to může být docela prostořeký trend, druh následování kultury, takže my nechceme, aby to zmizelo, chceme, aby to lidé brali vážně a pochopili, proč je to důležité. A také mluvit o skutečných, důležitých věcech a nedostát se do problémů je opravdu ošemetná věc. Ale ano, oslovit lidi a přimět lidi, aby pochopili hloubku toho, co je důvodem pro plant-based.“ Myslí si, že je: „Třeba také trochu osvěty ohledně toho, co znamená vegan, je tu spousta nedorozumění ohledně toho, co znamená rostlinný, co například klad znamená vegan, někdo o sobě tvrdí, že je vegan a stále jí vejce a mléčné výrobky.”

Také považuje za výzvu změnu celkového vnímání veřejnosti: „Myslím, že hlavními výzvami je změnit vnímání veřejnosti, jak jsem již řekla, přimět lidi, aby si uvědomili, že veganská jídla... jasně, že být veganem není jen o jídle, ale myslím, že to je klíč k tomu, aby se lidé zajímali, aby si uvědomili, že veganské jídlo je všude kolem, že je chutné a čistou náhodou je i bez krutostí.”

Jako překážku také vnímají zahraniční organizace v rámci jejich vnímání Thajci. Oslovit místní obyvatelstvo může být pro zahraniční organizace zabývající se zvířecím aktivismem obtížné. To platí zejména pro skupiny, které jsou tvořeny převážně cizinci. Tuto překážku zmiňuje jedna z dotazovaných aktivistek: *„Pro nás jsou naše výzvy odlišné od thajských organizací , protože většina lidí v naší organizaci jsou expati, takže naše vníání je, myslím, docela odlišné od thajského vníání , například pro nás, naši výzvou je oslovit thajskou populaci, protože lidé nás stále považují za outsidersy, protože se nenarodili jako Thajci. Ale nemyslím si, že to má nutně něco společného se zvířecím aktivismem, je to jen výzva, které čelím.“* Tento problém může být větší, než se zdá, jelikož jeden z dalších aktivistů uvedl: *„Je to ošemetné, protože si nemyslím, že by žádní mí stní aktivisté pracovali sami, vždy je to mezinárodní . Sinergia je západní , AVA je mezinárodní ... Z thajské strany není skoro nic, až na jednu výjimku, existuje skupina zvaná “Thailand Vegetarian Association”.“*

Podle jednoho z respondentů mají aktivisté v Thajsku obzvlášť obtížnou překážku, protože jako kolektiv sotva existují. I když existují někteří oddaní jedinci, kteří se starají o dobré životní podmínky zvířat, mají tendenci pracovat sami, postrádají motivaci organizovat silné hnutí. Jeden aktivista prohlásil: *„Všichni jsme dost izolovaní , známe se, sdílíme informace, jak můžeme, ale nemáme vnitřní hnací sílu, abychom řekli: Jsme hnutí . Nemáme to, jsme pořád jen, víš, že se snažíme dostat informace ven, trochu změnit to, co můžeme. Takže to je výzva, že v podstatě neexistujeme, kromě soukromých lidí , kteří se starají , což je skvělé.“* Existuje však optimismus, že tzv. „zasévání semínek“ těmito angažovanými lidmi může vytvořit decentralizované hnutí, které mluví z duše a šíří zdravé znalosti: *„Může ná to je náš potenciál v Thajsku...“* říká jeden aktivista: *„...to, že nejsme pod kontrolou, jen všichni mluvíme od srdce a šíříme všechny dobré informace.“*

Nedostatek aktivistů a jejich vyčerpání představují další překážku aktivismu v Thajsku. Může být vyčerpávající a monotónní vysvětlovat ostatním ideologii veganství stále dokola, a proto je náročné zůstat motivovaný. Jak vysvětluje jeden z aktivistů: *„Víte, vy a já můžeme dnes jít na univerzitu a mluvit s 20 mladými lidmi a příště středu se znovu setkáme, promluvíme s dalšími 20 lidmi, měli bychom být dobří , protože pak budeme mít skvělé rozhovory a oni si řeknou... Páni, ti lidé mluví s takovým soucitem, tak vážně, a tak důležitě, ale vy a já se po 20 rozhovorech unavíme jako... Oh můj bože, já už nemůžu vysvětlovat o proteinech znovu...“* Dokonce i nábor lidí, kteří by pomáhali s distribucí brožur, je navzdory

jejich vášni a odhodlání obtížný. Najít lidi ochotné převzít iniciativu, šířit informace a podporovat věc, je pro aktivisty výzva. Informant říká: „*Přimět lidi, aby pomohli s distribucí brož ury, je těžké. Je těžké přimět někoho, aby řekl: Vezmu 1000 brož urek a rozdám je tu. Za poslední ch sedm let se to stalo jen několikrát, takže e aktivismus trpí* .“ V důsledku toho se aktivismus v Thajsku potýká s problémy a potenciální vliv hnutí tak nebyl plně realizován.

V důsledku nedostatku aktivistů také stagnuje funkce některých aktivistických organizací, což je další překážkou v šíření jejich poslání. Respondent popisuje situaci takto: „*Měli jsme to tady (AV), jak jsem řekl v Bangkoku a Chiang Mai několik let a začalo to slábnout a pak jedna Britka, která byla důležitou vůdkyní v Bangkoku, odešla, Kanada tady v Chiang Mai, který vedl tento projekt se pak vrátil do Kanady* .” Na vině je podle něj lockdown, pod kterým bylo Thajsko v minulých letech: „*Když byl lockdown, určitě to poškodilo veganskému hnutí , některé restaurace ztratili obchody, spousta veganů se vrátila domů, měli jsme méně expatů než jsme byli zvyklí* .”

### **Diskuse o strategiích a taktikách, které tyto organizace používají k překonání těchto výzev**

Co se týče politické situace, podle prohlášení aktivisty v Thajsku existuje v zemi naděje na progresivismus a veganství: „*Jsem na pokraji revoluce, myslím, že v Thajsku, když se podíváte na zdejší politiku, byli jsme pod vojenskou diktaturou 9 let a bylo tu mnoho a mnoho politických problémů, ale teď budeme mít volby, takže e je naděje, že e progresivní strana přijde a nastoupí na vlnu progresivity veganství , přijde a řekne: Ano, ano, i my, nejen že e budeme spravedliví k ženám a spravedliví ke gayům, lesbickým komunitám a k barmským uprchlíkům, ale spravedliví ke všem živým bytostem a laskaví , ohleduplní a milují cí ke všem bytostem. Takže e doufejme, že e progresivismus je v Thajsku na vzestupu a veganství půjde s tímto pokrokem* .”

Při překonávání překážek v aktivismu je důležité vzít v úvahu různé strategie a techniky. Za určitých okolností může být pro bezpečnost vyžadována pasivnější strategie, jak zmiňuje dotazovaná aktivistka: „*Je to tu spíše druh pasivního aktivismu, což je cesta, kterou se tak trochu vydáváme, pro nás je to bezpečnější cesta, protože e se nechceme dostat do problémů, pokud jde o protesty nebo pomluvy* .” Tato strategie může zahrnovat věci jako zvyšování povědomí prostřednictvím sociálních médií, plánování neprotestních akcí a práce v zákulisí

při vytváření aliancí a vztahů se skupinami a jednotlivci, kteří sdílejí stejné přesvědčení. I když za určitých okolností může fungovat aktivnější přístup, je důležité vždy klást bezpečnost na první místo a promyslet možné výsledky všech přijatých opatření.

V rámci oslovení veřejnosti využívají organizace různých strategií, které jsem již zmínila výše. Propagují své hnutí a jejich záměry na sociálních sítích, povzbuzují lidi, aby přijali veganský životní styl, poskytují zdroje a veganské recepty. Mnoho aktivistických organizací se soustředí na informační a vzdělávací iniciativy s cílem podpořit veganství a dobré životní podmínky zvířat. To zahrnuje osvětu veřejnosti o výhodách rostlinného životního stylu a morálních důsledcích chovu zvířat prostřednictvím workshopů, seminářů a místních setkání. Některé aktivistické organizace spolupracují se známými lidmi na šíření informací o veganství a dobrých životních podmínkách zvířat. Tato spolupráce může pomoci při šíření informací o veganské věci a výhodách rostlinné stravy mezi širší publikum, jak uvedla jedna z aktivistek: *„Myslí m, ž e jedna velká věc, která je v Thajsku docela cenná, je ve skutečnosti využ í vat celebrity, protože e lidé skutečně, opravdu poslouchají celebrity a důvěřují tomu, co ří kají influenceři a celebrity, ví ce než v kterékoli jiné zemi, takž e pokud máte celebrity na vaší straně, bude méně pravděpodobné, ž e se dostanete do problémů, máte také větší pravděpodobnost, ž e zví těží te nad běž nou populací .”*

K překonání problému nedostatku aktivistů je jedním z možných řešení povzbudit více lidí, aby se zapojili do aktivismu. Situace v Thajsku se vyvíjí, jak zdůraznil jeden respondent, protože zemi navštěvuje více turistů ze zahraničí: *„...ale to se ted' mění , za poslední ch šest měsí ců jsme viděli mnohem ví ce lidí , kteří se vracejí do Thajska kvůli cestování .”* V důsledku toho může být pro skupiny více příležitostí sejit se a mluvit o veganství a lidé mohou být motivováni k aktivnějšímu zapojení do aktivismu: *„Takž e když je zde ví ce cizinců, dává to větší dynamiku setkání skupin, chodí me spolu na oběd a jí me vegansky, mluví me o veganství , sdí lí me veganství a odtud můž ete zí skávat lidi, kteří chtějí dělat aktivismus...”*

## **Integrace a syntéza zjištění**

Kapitola Integrace a syntézy zjištění představuje ucelený přehled klíčových zjištění a témat, která z výzkumné studie vyplynula. Tato kapitola bude rozdělena na dvě části, a to na dvě zkoumané země, Českou republiku a Thajsko. Klade si za cíl integrovat a syntetizovat data

shromážděná z různých zdrojů a analyzovat zjištění v kontextu výzkumných otázek a cílů. Kapitola poskytuje diskusi o hlavních tématech a vzorcích, které vyplynuly z dat, stejně jako o vztazích a souvislostech mezi nimi.

## **Česká republika**

Co se týče vnímání veganství, lidé se silným vztahem k přírodě a zvířatům častěji podporují veganství a práva zvířat. Existují však negativní stereotypy spojené s vegany, které mohou bránit přijetí veganství v zemi. Z hlediska mediálního zastoupení je podle aktivistů veganství zobrazováno smíšeným způsobem, přičemž někteří renomovaní vegani vystupují v rozhovorech pro média a jsou dobře přijímáni, zatímco jiní jsou v senzačních příbězích zobrazováni nepřesně a s negativní konotací.

Dále byla předmětem zkoumání role a vývoj českých skupin veganského aktivismu. Veganský aktivismus a osvěta v problematice práv zvířat v České republice roste. Existují však překážky v podobě nedostatečné institucionální a politické podpory pro iniciativy v oblasti dobrých životních podmínek zvířat a také nedostatečného povědomí veřejnosti o otázkách dobrých životních podmínek zvířat a jejich pochopení. Podle studií mohou veganský aktivismus a kampaně úspěšně změnit názory lidí na veganství a mají příznivý vliv na veřejnou politiku. Aby aktivisté ovlivnili politiku a názory lidí na zvířata, chápou, že jejich zapojení je zásadní. Díky aktivistům veganský aktivismus v České republice roste a mění postoje k welfare zvířat a rozvoji veganství.

Text dále analyzoval různé metody, které skupiny veganských aktivistů v České republice používají k prosazování veganství a práv zvířat. Tyto taktiky zahrnují spolupráci mezi organizacemi, online aktivismus, aktivismus na akcích, dosah a komunikaci a politický aktivismus. Spolupráce mezi organizacemi je zásadní pro šíření veganství, protože umožňuje sdílení zdrojů, znalostí a konceptů. Online aktivismus je další oblíbenou strategií, protože umožňuje rychlý a rozsáhlý přenos informací a může být zaměřen na mladší generace, které mají větší sklony využívat sociální média. Podle slov aktivisty může být propagace veganství na území České republiky úspěšná, pokud se v online aktivismu používají živé zobrazení týrání zvířat. Další úspěšnou taktikou pro podporu veganství je pořádání akcí a aktivit, jako jsou pochody, shromáždění a besedy. Kreativní strategie, jako je umístění aktivistů ve tvaru



kostky s malými obrazovkami zobrazujícími strašlivé zobrazení týrání zvířat, mohou být také úspěšné při zvyšování povědomí o tomto problému. Aby bylo možné účinně propagovat veganství, komunikace a dosah jsou klíčové, protože zahrnují používání jazyka a sdělení, které se spojují s cílovým publikem, identifikaci základních kanálů a ovlivňovatelů a rozvíjení vazeb s příznivci. Další klíčovou taktikou při prosazování veganství a práv zvířat je politická aktivita, jako je prosazování zákonů na ochranu zvířat a reforma politického systému. Celkově lze k úspěšné obhajobě veganství a práv zvířat použít kombinaci těchto metod. V závislosti na jejich cílovém trhu a cílech může každá skupina zvolit poněkud odlišnou strategii, avšak spolupráce mezi organizacemi může mít nakonec silnější dopad na prosazení věci.

Analýza ukázala, že akceptace veganství v České republice je mnohostranný problém, který je třeba posuzovat v komplexním kulturním kontextu. Dle aktivistů je silně zakořeněný kulturní zvyk české společnosti konzumovat maso jednou z největších výzev, kterým čelí. Vzhledem k tomu, že maso je často hlavní složkou tradičních českých receptur a myslivost a rybolov jsou již dlouho důležitými aspekty české kultury, je historie a kultura České republiky hluboce spjata s praxí konzumace masa. Česká tradice pojídání kapra na Vánoce dále zdůrazňuje význam jídla a masa v kultuře. Potvrzuje to i dlouhá historie zabíjaček, zejména na venkově. Statistiky importu a exportu masa svědčí o tom, jak významná je spotřeba a produkce masa pro ekonomiku a kulturu České republiky. Navzdory těmto kulturním bariérám existují nadějně signály, že se postoje k veganství v České republice mění. Národ má podle výzkumu STEM/MARK jedny z nejvyšších počtů vlastnictví domácích mazlíčků v celé Evropě a velký počet podniků přátelských ke psům dokazuje, jak hluboce Češi psy zbožňují. Další kulturní překážkou je podle aktivistů komunistická minulost země, která může některým lidem ztížit přijetí veganské stravy, protože mnoho lidí se může obávat změny svých stravovacích návyků.

Práce dále analyzovala, jak české skupiny veganského aktivismu upravují své strategie, aby zohlednily tyto kulturní faktory. Přestože se veganští aktivisté potýkají s problémy v tradiční české kultuře, naučili se těmto rozdílům vycházet vstříc. Některé skupiny se například rozhodly zdůraznit zdravotní přínosy veganství spíše než jeho morální a etické ospravedlnění. Tato strategie lépe vyhovuje českým kulturním ideálům. Vytváření veganských verzí oblíbených českých jídel je jedním z přístupů, jak se přizpůsobit, a to

využíváním českých potravin v úsilí o obhajobu. Některé organizace zapojují českou kuchyni do svého aktivismu a vycházejí vstříc různým skupinám spotřebitelů, například těm, kteří se starají o dobré životní podmínky zvířat nebo těm, kteří chtějí ochutnat soucitná jídla. Aktivisté se také například zaměřují na pejskaře a pořádají satirickou akci prodeje psů, aby upozornili na nemorálnost zabíjení kaprů o Vánocích.

Prosazování veganství a práv zvířat v České republice čelí řadě obtíží a překážek. Prosazovat rostlinnou stravu je dle aktivistů náročné kvůli hluboce zakořeněným tradičním postojům k jídlu, které je těžké změnit, zejména u starší populace. Víra, že konzumace masa a mléčných výrobků je ústředním bodem tradiční kuchyně a kulturní identity, tento problém jen prohlubuje. Propagaci rostlinné stravy také výrazně brání nedostatek aktivistů, přičemž se neziskové organizace snaží hledat dobrovolníky, avšak v cestě jim stojí falešné představy, že jsou podporovány vládou. Protože se mnozí aktivisté snaží vyvážit své činnosti prací a dalšími povinnostmi, dalším problémem je potencionální vyhoření současných aktivistů. Další klíčovou překážkou, které české veganské aktivistické skupiny čelí, je nedostatek financí. Slovy jedné z aktivistek je najmout profesionály v oblasti marketingu, komunikace, práva a přírodních věd nezbytné pro úspěch kampaně, a to vše může být náročné bez dostatečných finančních prostředků. K vytvoření instruktážních materiálů, nákupu stojanů a pokrytí nákladů na hosting je nezbytný fundraising. Skupiny veganských aktivistů navíc čelí politickým překážkám, protože vlády mohou být ovlivněny mocným průmyslem, který profituje z vykořisťování zvířat a dle aktivity si tak „kryjí záda“. V takovém prostředí může být náročné prosazovat zákony a politiku v oblasti dobrých životních podmínek zvířat a někteří politici tomu nemusí přikládat vysokou prioritu. V České republice mají také veganští aktivisté možnost čelit právním následkům. Za své protesty nebo jiné činy, jako je neoprávněné vniknutí, které si veřejnost může při záchraně zvířete myliti s krádeží, mohou být zatčeni nebo obviněni. Navíc je třeba dle aktivistky dbát na opatrnost při obhajování veganství kvůli možnosti verbálního a fyzického napadení, zejména ze strany těch, kdo provozují podniky, které využívají zvířata. Být veganským aktivistou může u některých lidí způsobit agresi, proto to není vždy bezpečné. České veganské aktivistické skupiny se i přes tyto překážky věnují prosazování veganství a práv zvířat.

K překonání těchto výzev vytvořili různé strategie a taktiky, jako jsou různé místní akce, online aktivismus a komunitní vzdělávání. Nalezení kompetentních členů hnutí, kteří

dokážou porozumět cílové skupině a vytvořit funkční plán řešení problému konzervativní veřejnosti nebo prostředí, je jednou z hlavních výzev. Tyto organizace vždy hledají kompetentní lidi, kteří dokážou vybrat nejlepší přístup k efektivní interakci s cílovou skupinou. Přesto může být obtížné najít takové dobrovolníky, kteří se věci věnují. Někteří aktivisté si myslí, že pro vyřešení tohoto problému a udržení podpory pro věc by měli být dobrovolníci nějakým způsobem kompenzováni. Dalším významným problémem pro veganské aktivisty je shánění peněz na jejich aktivity. Aby aktivisté překonali tuto překážku, potřebují zvýšit povědomí veřejnosti a veganského hnutí o významu své činnosti. Kromě toho se stále učí nové způsoby, jak komunikovat a zlepšovat své fundraisingové strategie. Hledání kvalifikovaných lidí pro vytvoření plánu zaměřeného na konzervativní publikum nebo prostředí však zůstává výzvou. Pro aktivisty je také překážkou, když veterinární ministerstvo a vláda kryjí případy týrání zvířat. Sociální média se stala základním nástrojem pro aktivisty bojující proti tomuto problému. Na sociálních sítích zveřejňují názorné příklady týrání zvířat, které by mohly zajímat novináře a zákonodárce o tuto problematiku. Jakmile se rozšíří slovo o problematice, zvýší se povědomí lidí o problému a může to v důsledku přimět vládu a veterinární oddělení k akci. Celkově se české veganské aktivistické skupiny ve své činnosti potýkají se značnými překážkami, ale používají různé taktiky a strategie, aby se přes ně dostaly. Tyto organizace vždy hledají způsoby, jak zlepšit používání sociálních médií, strategie získávání finančních prostředků a komunikační schopnosti. Navzdory obtížím jsou oddáni své věci a vynakládají velké úsilí, aby svět učinili lepším místem pro zvířata.

## **Thajsko**

Vnímání veganství v Thajsku dle výpovědí aktivistů ukazuje, že veganství je v zemi vnímáno pozitivněji než na Západě. Aktivistky se shodly, že v Thajsku má veganství vnímané pozitivní zdravotní a duchovní účinky. Být veganem je vnímáno jako způsob, jak zhubnout nebo dělat dobré skutky. Podle dotazovaného aktivisty je na vegany pohlíženo ze tří perspektiv: jako na „moderní vegany“, ti, kteří se rozhodnou pro svůj životní styl na základě osobního přesvědčení; „Jae“, což jsou čínští vegetariáni, kteří příležitostně jedí vejce a mléčné výrobky a „Santi Asoke“, podskupinu buddhistů, kteří praktikují veganství a jsou vnímáni jako sekta. Ačkoli podle dotazované aktivistky není v Thajsku veganství stigmatizováno, být veganem je podle další aktivistky stále vnímáno jako náročný způsob

života a je vystaveno nepochopení a předsudkům. Říká, že lidé i přes absenci stigma mohou věřit, že vegani jsou šílení a že stát se veganem je přísné, únavné nebo děsivé.

Způsob, jakým je podle respondentů veganství zobrazováno v thajských médiích ukazuje na přetrvávající nedostatek mainstreamového mediálního pokrytí tohoto problému. Bezmasé pondělí a další podobné aktivity se tak na základě výpovědi informanta často redukuje na míjivé poznámky v člancích nebo časopisech, protože veganství není objektem pro masmédiá. Ve snaze zvýšit povědomí a zájem o veganství si někteří aktivisté berou věci do svých rukou a platí za pozornost médií.

Zatímco veganství podle aktivistů v Thajsku roste na popularitě, zejména jako volba zdravějšího životního stylu, jeho potenciál jako nástroje pro aktivismus za práva zvířat ještě nebyl plně realizován. Každoroční Jae Festival, který nabízí platformu pro propagaci rostlinné stravy a etického zacházení se zvířaty a přitahuje značný počet turistů i obyvatel, je však pozoruhodným příkladem veganského aktivismu v Thajsku. Ačkoli to ještě není plně integrováno do propagace veganství v zemi, obhajoba práv zvířat je podle aktivistky v Thajsku často vnímána spíše jako trend než hnutí. Navzdory tomu veganští aktivisté v Thajsku aktivně zvyšují povědomí o veganství a jeho výhodách. Thajsko má podle aktivistů ve srovnání s jinými národy nepatrný počet organizací na ochranu zvířat a veganská advokacie je stále v začátcích. Respondenti jsou však pozitivní a usilovně pracují na rozvoji veganského hnutí v Thajsku.

Skupiny veganských aktivistů v Thajsku používají řadu strategií a technik k prosazování veganství a práv zvířat. V práci byla porovnána a shrnuta úspěšnost těchto taktik. Vzdělávání, online aktivismus, přímá akce, meziodvětvový aktivismus a politický aktivismus jsou příklady těchto strategií. Online aktivismus znamená vytváření blogových příspěvků, videí a dalšího obsahu pro rozvoj veganství a rostlinné stravy. Práce s influencery a slavnými lidmi je podle aktivistky další oblíbenou metodou, jak propagovat veganství a dokazovat, že vegani mohou být fyzicky zdatní a zdraví. Zatímco sociální média mohou být efektivní pro podporu veganství a změny postojů, jeden z aktivistů zastává názor, že holistický přístup kombinující offline a online aktivity může být efektivnější pro dosažení dlouhodobých sociálních změn. Mezi další zmíněné taktiky aktivistů patřilo používání video billboardů a podpora veganství v mladém věku. V Thajsku je veganství aktivně propagováno

aktivisty také prostřednictvím akcí a aktivismu. Pro učitele a mnichy jsou nabízeny workshopy a semináře, které mají podpořit tuto aktivní propagaci rostlinné stravy. Dětské veganské tábory jsou podle aktivistky strategií pro výchovu nové potencionální generace aktivistů. Podpora veganství a práv zvířat v Thajsku zahrnuje i vzdělávání. Aktivisté s pomocí pedagogů zavádějí veganské obědy do škol jednou týdně a vzdělávají děti o rostlinné stravě a životním prostředí již v raném věku. V Thajsku je distribuce tištěných materiálů, jako jsou brožury a vydávání knih a literárních děl, která propagují veganství a práva zvířat, dalšími vzdělávacími strategiemi. Aktivista zmiňuje integraci sociální spravedlnosti a aktivismu do všech aspektů života, včetně individuálních zájmů, jako jednu ze strategií, kterou za každých okolností využívá. Politická aktivita je také nezbytná pro dosažení systémových změn a veganskí aktivisté tak bojují za zrušení klecí a ochranu práv slepic v klecích v Thajsku.

Je patrné, že kulturní proměnné mají velký vliv na to, jak široce je veganství v Thajsku přijímáno a praktikováno. Buddhismus, který je v zemi převládajícím náboženstvím, zakazuje všechny formy zabíjení, včetně zabíjení zvířat. Aktivistka však zmiňuje, že mnozí lidé v kultuře však věří, že jíst maso je přijatelné, protože ho konzumoval sám Buddha a nezakazoval to. Považuje to ale za nečestnost a odklon od skutečného ducha buddhismu, protože to staví náboženské učení a stravovací praktiky do vzájemného rozporu. Vzhledem k silnému vztahu Thajců k jejich víře může být náboženství ožehavým tématem, jak dodal další aktivista. Podle něj může být náročné vést diskuse nebo argumentovat o náboženství, protože tolik lidí věří, že jejich náboženské přesvědčení je nedotknutelné. Další kulturní překážkou je dle respondentky stolování a jeho sociální aspekt. V Thajsku často všichni jedí stejné jídlo, které sdílejí. Pro lidi, kteří se rozhodnou stát se vegany, to může být obtížné. Dále se aktivistka zmínila o skutečnosti, že Thajci obvykle přijímají jídlo, které jim bylo zakoupeno, zejména pokud pochází od příbuzného nebo jiné osoby s vyšším společenským postavením. Když jim tedy nabídnou jídlo, které nejí, může být odmítnutí v důsledku považováno za hrubé nebo nespolečenské. Podle aktivistů je nevědomost širší veřejnosti o veganství, zejména mezi těmi, kteří nemají přístup k vyššímu vzdělání, staví před další problém. Informant popsal, že vzhledem k tomu, že základem stravy jsou tradičně živočišné produkty, je tak pro mnoho lidí obtížné uvažovat o změně svých stravovacích návyků. Tradiční způsob života je totiž v kultuře zakořeněný již mnoho let. Apatie k utrpení zvířat a nedostatek nadšení pro veganství jsou tak podle něj často výsledkem nedostatku znalostí.

Bariérou je také pro aktivisty kulturní komunikační styl, který má podle jejich slov tendenci vyhýbat se otevřeným konfliktům a konfrontacím. To může zastáncům ztěžovat přesvědčení ostatních, aby se stali vegany, protože někteří lidé se mohou zdráhat vést otevřený dialog a debatu. Aktivisté tvrdí, že nejen nevědomí o veganství, ale i povědomí o výživě je také překážkou, protože lidem v Thajsku se od mládí často předkládá, aby věřili, že živočišné produkty jsou zásadní pro dobré zdraví. Lidé tak považují za náročné vnímat rostlinné zdroje bílkovin za přijatelnou náhradu, protože toto přesvědčení je podporováno kulturou, vzděláním a reklamou. Tato překážka je dále umocněna nedostatečným pochopením nutričních výhod rostlinné stravy. V důsledku toho je obtížné propagovat veganství jako zdravý a udržitelný způsob života v thajské společnosti, protože rostlinný nebo veganský protein údajně není podle slov aktivistky považován Thajci za „skutečný“ protein. Jako další problém zmínil aktivista rozšířené přesvědčení, že západní farmakologická medicína je odpovědí na všechny zdravotní problémy. Tvrdí, že navzdory rozsáhlému vzdělání thajští lékaři nekladou vysokou prioritu na výživu jako strategii prevence a léčby chronických onemocnění. Farmaceutický průmysl, který se asimiloval do thajské společnosti a podporuje konzumaci živočišných produktů, tento názor podporuje. Překážkou je také pro aktivisty obecná přijatelnost masa a jeho ekonomický aspekt. Zmiňují se o snadné dostupnosti živočišných produktů a levné ceně masa, jakožto skutečnosti, že je v Thajsku maso základní potravinou. Pro veganství a rostlinné produkty je obtížné prosadit se na trhu, protože, jak vysvětlila aktivistka, jsou velcí producenti masa sponzorováni vládou a jsou zcela nezávislí. Kvůli koloběhu levného živočišného zboží a vládním dotacím pro masný sektor jsou tak rostlinné produkty dražší než živočišné. Říká, že je těžké zastavit tuto smyčku, protože organické ovoce a zelenina jsou často dražší než vepřové maso. Tento problém také přináší velké ekologické potíže.

Zastánci však mohou být schopni překonat tyto obtíže a prosadit více rostlinnou stravu v Thajsku tím, že pochopí tyto překážky a vytvoří pro ně řešení tím, že upraví své strategie. Jednou z taktik veganských organizací je snaha ovlivnit náboženské vůdce a jejich stoupence tím, že v chrámech pořádají přednášky a workshopy o rostlinné stravě. Jelikož jsou mnozí uznávanými postavami v thajské kultuře, které následuje většinová společnost, zdá se, že je tato taktika podle aktivistů strategická a účinná. Tato strategie také řeší problém špatného zdraví mnichů, který je často způsoben velkou konzumací živočišných produktů. Veganští aktivisté také používají strategii kulturního přizpůsobení svých komunikačních metod,

jelikož konfrontační taktiky v některých kulturách nefungují. Informantka zmiňuje, že místo zdůrazňování negativních aspektů týrání zvířat raději používají tlumenější a nepřímé metody, jako je zdůrazňování výhod rostlinné stravy. Vyhýbají se tak tomu, aby jednotlivci „ztratili tvář“, což je ní v některých kulturách klíčový problém. Aktivisté si také uvědomují, že zřetelné výhody rostlinné stravy mohou být prospěšnější v prosazování veganství v jejich kulturních kontextech. Také chápou důležitost ekonomických faktorů při prosazování rostlinné stravy. V mnoha případech jsou totiž živočišné produkty levnější a dostupnější než rostlinné alternativy. V důsledku toho se veganští aktivisté snaží snížit náklady na potraviny rostlinného původu, aby byly dostupnější. Tato strategie zahrnuje jejich spolupráci s výrobcí potravin.

Obtíže a překážky, které musí veganské organizace v Thajsku překonat, jsou rozmanité. Jednou z těchto výzev je podle aktivistky spolupráce vlády a živočišného průmyslu. Vládní dotace jednoho z největších thajských producentů masa vedly k tomu, že farmáři byli nuceni odstraňovat půdu a kácet stromy, aby mohli pěstovat plodiny jako krmivo pro zvířata. To přináší mimo jiné i ekologické potíže. Vzhledem k tomu, že tyto společnosti nepodléhají žádným pravidlům ani zákonům, je pro aktivisty obtížné činit je odpovědnými za jejich činy. Kromě toho je pro aktivisty také náročné dozvědět se pravdu o chovu zvířat, jelikož zákony, jak zmínila aktivistka, kriminalizují aktivismus za práva zvířat a brání masný průmysl. Oslovit lidi a vzdělávat je o hodnotě veganství jako více než trendu je pro thajské veganské aktivisty také výzvou. Informantka uvádí, že mnoho lidí, kteří veganství zkoušejí, nemusí zcela chápat hloubku jeho významu nebo by to mohli považovat za přechodnou módu. Podle další aktivistky může být obtížné změnit názor široké veřejnosti na veganství, protože mnoho lidí nemusí vědět, co to skutečně obnáší, nebo si to mohou spojovat s nepříznivými předsudky. Dostat se k místním obyvatelům v Thajsku je podle aktivistky vlastníci zahraniční organizaci další z překážek, protože místní je považují za cizince, „outsidery“ s jiným způsobem vnímání. Aktivismu na ochranu zvířat v Thajsku také brání absence koordinovaného hnutí. Podle dotazovaného aktivisty je těžké dát dohromady mocné hnutí, protože těch pár oddaných lidí, kteří se starají o dobré životní podmínky zvířat, často působí sami. Kromě toho říká, že navzdory jejich nadšení a odhodlání, najít dobrovolníky, kteří by pomohli s distribucí brožury, je také náročné. V důsledku toho má podle něj aktivismus v Thajsku potíže s celkovou existencí a potenciální dopad hnutí ještě nebyl zcela realizován. Dodává, že nedostatek aktivistů má také dopad na to, jak fungují některé skupiny aktivistů,

a to tak, že způsobuje úpadek hnutí.

K překonání těchto překážek musí aktivistické organizace přemýšlet o různých metodách a taktikách. Jak zmiňovala aktivistka výše, v některých situacích může bezpečnost vyžadovat pasivnější přístup organizace. Tento přístup může zahrnovat taktiky, jako jsou používání sociálních médií k šíření povědomí, organizování neprotestních aktivit a práce v zákulisí při vytváření partnerství a spojení s podobně smýšlejícími organizacemi a lidmi. I když proaktivnější přístup může být v některých situacích účinný, je podle aktivistky důležité vždy upřednostňovat bezpečnost a zvážit možné důsledky jakéhokoli přijatého opatření. Organizace oslovují veřejnost různými způsoby. Nabádají jednotlivce, aby přijali veganský životní styl, nabízejí zdroje a veganské recepty a propagují svou věc a své cíle na sociálních sítích. Mnoho aktivistických skupin zaměřuje své úsilí na šíření povědomí a podporu vzdělávání o veganství a dobrých životních podmínkách zvířat prostřednictvím workshopů, seminářů a komunitních setkání, to zahrnuje vzdělávání široké veřejnosti o výhodách rostlinné stravy a morálních důsledcích chovu zvířat. Některé aktivistické skupiny spolupracují s celebritami na propagaci veganství a dobrých životních podmínek zvířat, jelikož tato spolupráce podle aktivistky umožní širšímu publiku dozvědět se o veganství a výhodách rostlinné stravy. Povzbuzení většího počtu jednotlivců k účasti na aktivismu je jedním z možných řešení problému nedostatku aktivistů. Podle jedné z odpovědí aktivistů se situace s tím, že do Thajska cestuje stále více zahraničních turistů, mění. Výsledkem by podle něj mohlo být více příležitostí pro skupiny, aby se sešly a diskutovaly o veganství, a jednotlivci by mohli být inspirováni k aktivizaci aktivismu.

### **Identifikace společných rysů a rozdílů mezi Českou republikou a Thajskem z hlediska veganského aktivismu**

Na rozdíl od České republiky, kde aktivistka zmínila, že ti, kteří si váží přírody a zvířat, spíše podporují veganství a práva zvířat, je veganství v Thajsku podle aktivistů vnímáno příznivěji a souvisí s příznivými přínosy pro fyzickou i duševní pohodu. V tomto ohledu však mají oba národy i své nevýhody. Stigmatizace a zkreslené vnímání veganů v České republice může podle aktivistů bránit růstu veganského hnutí. Ačkoli je podle aktivistů v Thajsku méně stigma, lidé stále vnímají veganství jako obtížný způsob života a jsou o něm špatně informováni. Co se týče mediálního zobrazování veganství, v České republice se někteří renomovaní vegani objevují v médiích a jsou podle respondentky dobře přijímáni, v Thajsku



na druhou stranu slovy informanta veganství není objektem pro masová média, a tak se aktivisté často snaží získat pozornost médií svými vlastními náklady.

Pokud jde o veganský aktivismus, Česká republika a Thajsko mají své paralely i kontrasty. Veganský aktivismus dle respondentů v České republice roste a stále více se rozšiřuje. Aktivisté chápou, že jejich zapojení je zásadní pro ovlivňování politiky a názorů lidí na zvířata. Existují však také překážky, jako je nedostatek institucionální a politické podpory pro iniciativy podporující dobré životní podmínky zvířat a nedostatečné povědomí veřejnosti o těchto problémech. Na druhé straně je dle respondenta veganství v Thajsku čím dál častější, ačkoli jeho potenciál jako nástroje pro aktivismus za práva zvířat ještě nebyl zcela realizován. Ochrana práv zvířat v Thajsku je, jak říká aktivistka, často vnímána spíše jako trend než hnutí. Navíc tvrdí, že veganská advokacie je v Thajsku stále v počátcích, a že je tam podstatně méně organizací na ochranu zvířat než v jiných zemích.

Co se týče strategie veganského aktivismu, Česká republika a Thajsko sdílejí některé společné rysy, ale mají také některé významné rozdíly. Aktivisté obou národů uznávají, že propagace veganského životního stylu a obrana práv zvířat závisí na využívání internetu. Veganské aktivistické skupiny také sdílejí taktiky pořádání akcí, které se zaměřují na vzdělávání veřejnosti a získávání finančních prostředků na petice a iniciativy na ochranu zvířat v České republice a Thajsku. Mezi strategiemi těchto skupin jsou však také důležité rozdíly. Zatímco například v Thajsku jsou snímky či záběry z jatek méně obvyklé, v České republice jsou běžnější. Mnoho veganských aktivistů se také v České republice věnuje politické činnosti, pracuje na změně zákonů a požaduje reformu politického systému tak, aby práva zvířat a veganství byly akceptovány většinou. Na druhou stranu veganské organizace v Thajsku kladou větší důraz na influencery a ranou propagaci veganství. K šíření povědomí o veganském způsobu života využívají inovativní strategie včetně video billboardů. Celkově lze říci, že veganské organizace se v Thajsku i v České republice snaží pomocí různých technik a strategií přesvědčit lidi, aby žili veganským způsobem života a respektovali práva zvířat. I když mají tyto strategie určité strategické podobnosti, výrazně se liší také svou aplikací a cílovým publikem.

Jak v Thajsku, tak i v České republice existují kulturní překážky, které omezují akceptaci veganství a welfare zvířat. V České republice je podle aktivistů třeba řešit hluboce

zakořeněnou kulturní praxi požívání masa, historii a tradici zabíjaček, myslivosti a komunistickou minulost národa. Jako primární bariéru vidí aktivisté v Thajsku všudypřítomné náboženské a kulturní vlivy, které mohou vyvolat sporné rozhovory o veganství a právech zvířat. Přijmutí veganské stravy v České republice může být podle aktivistů náročné, protože kultura a tradice země výrazně odráží příjem masa. Tradiční akce jako zabíjačka nebo tradiční vánoční kapr mají pro mnoho Čechů stále speciální význam. V Thajsku je na druhé straně silně zakořeněna víra v buddhismus, který zakazuje jakoukoli formu zabíjení, včetně zvířat. Aktivistka však poznamenala, že se mnozí Thajci domnívají, že konzumace masa je přijatelná, protože Buddha sám maso jedl. Další aktivistka zmínila, že může být pro Thajce také náročné přijmout veganství a odmítnutí nabízeného masa kvůli zvyku sdílet jídlo a sociálnímu tlaku, zvláště pokud pochází od osoby s vyšším společenským postavením.

Veganské organizace při svém fungování přizpůsobují své strategie výše zmíněným kulturním překážkám. Organizace v Thajsku se například více zaměřují na zdravotní výhody rostlinné stravy a snahu oslovit tradičně konzervativní a náboženskou společnost s využitím vlivných lidí a institucí, jako jsou náboženští vůdci a školy, na rozdíl od České republiky, kde morální a etická argumentace veganství je běžná. Dalším rozdílem je, jak organizace interagují s lidmi; v Thajsku se podle aktivistky snaží používat tlumenější a nepřímou taktiku, aby lidé neztratili tvář, v Česku jsou aktivisté spíše konfrontační. V obou zemích se však veganští aktivisté pokoušejí využít lokálních potravin a kuchyně, aby ukázali, že veganství nemusí být v rozporu s kulturou a tradicí, ale může být součástí moderní éry. Čeští veganští aktivisté například propagují výhody rostlinné stravy pro zdraví a poskytují veganské variace klasické české kuchyně. Na druhé straně se veganské organizace pokoušejí využít autoritu mnichů v Thajsku, kde jsou uznávanými autoritami, k rozvoji rostlinné stravy. Thajští veganští aktivisté zaznamenali úspěch se strategií pořádání přednášek a workshopů o rostlinné stravě v chrámech. Celkově lze konstatovat, že i přes určité rozdíly mezi veganským aktivismem v České republice a Thajsku se obě hnutí snaží propagovat rostlinnou stravu jako prospěšnou náhradu komerčního masného průmyslu.

Obě země čelí podle aktivistů různým výzvám, které musí překonávat, jako například tradičnímu postoji k jídlu, který upřednostňuje konzumaci masa a mléčných výrobků, což brání podpoře rostlinné stravy. Propagaci veganského životního stylu ztěžuje, na základě

výpovědí respondentů, v obou zemích také nedostatek aktivistů a finančních prostředků. Oba státy se také potýkají s politickými výzvami, protože, jak se vyjádřili aktivisté, vlády mohou být ovlivněny velkými průmyslovými odvětvími, která profitují z vykořisťování zvířat, což ztěžuje prosazování zákonů a předpisů o dobrých životních podmínkách zvířat. Veganské organizace mohou být také vystaveny právním důsledkům za své protesty nebo jiných akcí v obou zemích. Jak zmínili dotazovaní respondenti, aktivisté v České republice mohou být obviněni z neoprávněného vniknutí, které si široká veřejnost může vyložit jako krádež. V Thajsku hrozí aktivistům, kteří vystupují proti určitým podnikům, tedy podnikům vyrábějícím živočišné produkty, pokuty, a dokonce i vězení. V důsledku toho se raději veganské aktivistické organizace v Thajsku řídí bezpečnostními obavami a přistupují k problematice opatrně, a tak upřednostňují spíše práci v zákulisí, aby zabránili případným represím. V Česku je aktivismus znatelně otevřenější a volnější.

## Diskuse

V předešlé kapitole jsem provedla integraci a syntézu zjištění, společně s identifikací společných rysů a rozdílů mezi Českou republikou a Thajskem. Těchto dat využiji k odpovědi na výzkumné otázky.

## Vyhodnocení výzkumných otázek

### **Jak organizace veganských aktivistů v Česku a Thajsku používají různé strategie a taktiky k propagaci veganství?**

V Česku se organizace zaměřují na spolupráci mezi organizacemi, online aktivismus, který zahrnuje publikování obsahu na sociálních médiích a webových stránkách, překládání a publikování článků o veganství a etice, vytváření videí a obrázků z jatek a velkochovů a jejich následná publikace. Další strategií je pořádání různých typů akcí, zahrnující protesty, demonstrace, pochody, ochutnávky a vigily. Aktivisté využívají také politického aktivismu, který zahrnuje prosazování zákonů na ochranu zvířat a reforma politického systému.

Na druhé straně v Thajsku se organizace zaměřují na online aktivismus, který zahrnuje vytváření obsahu na sociální síť, práci s influencery a slavnými lidmi a používání video-

billboardů. Kromě toho se snaží vzdělávat děti o rostlinné stravě a propagovat veganský životní styl ve školách a organizují veganské tábory pro děti. Aktivisté také nabízejí workshopy a semináře pro učitele a mnichy, aby podpořili tuto aktivní propagaci rostlinné stravy. Navíc spolupracují s podniky, aby zvýšili dostupnost veganských možností v obchodech a restauracích. Pracují také na podpoře veganství prostřednictvím spotřebitelských voleb a veganského podnikání. Distribuují tištěné materiály, jako jsou brožury. Další ze strategií, kterou aktivisté používají, je integrace sociální spravedlnosti a aktivismu do všech aspektů života, včetně individuálních zájmů.

### **Jak kulturní faktory, jako jsou místní normy, hodnoty a přesvědčení, ovlivňují praxi a přijímání veganského aktivismu v každé zemi?**

Česká kultura je tradičně zakotvena v příjmu masa a má dlouhou historii lovu a rybaření. Tradice jsou často vnímány jako prostředek k uchování české kulturní identity a dědictví. Česko je zemí s významnou spotřebou masa, což odráží jak ekonomické, tak i kulturní důvody. Všechny tyto faktory mohou představovat kulturní překážky pro přijímání veganského aktivismu v České republice. Veganské skupiny v České republice se snaží přizpůsobit své strategie, aby zohlednily kulturní faktory a zvýšily efektivitu svého aktivismu. Například se zaměřují na zdravotní přínosy veganství, vytvářejí veganské verze oblíbených českých jídel, zapojují českou kuchyni do svého aktivismu a využívají satirické akce, aby upozornily na nemorálnost zabíjení kaprů o Vánocích.

Thajský buddhismus zahrnuje zásadu „nezabíjení“, což zahrnuje zabíjení zvířat, ale mniši nejsou vegetariáni, a to může být v rozporu s tímto učením. Někteří lidé považují maso za přijatelné, protože sám Buddha ho jedl a nezakázal to. Diskuse o tématu náboženství může být obtížná, protože mnoho lidí považuje své náboženství za posvátné a nedotknutelné. Sociální aspekt stolování je také důležitým faktorem, protože v Thajsku běžně všichni jedí společně a jedí stejné jídlo, což může být pro vegany náročné. V thajské kultuře se také lidé vyhýbají přímému konfliktu, což může mít vliv na přijetí veganského aktivismu. Kromě toho, že lidé jsou od dětství učeni, že živočišné produkty jsou nezbytné pro zdraví, další významnou bariérou je nedostatek znalostí o nutriční hodnotě rostlinných zdrojů bílkovin.

## **Jaké jsou klíčové výzvy a překážky, kterým čelí organizace veganských aktivistů v Česku a Thajsku, a jak se tyto výzvy snaží překonat?**

Jednou z hlavních překážek prosazování rostlinné stravy v České republice je konzervativní přístup k jídlu. Zejména u starších generací jsou potravinové preference často pevně zakořeněné a odolné vůči změnám. Další výzvou, které veganské organizace čelí, je nedostatek aktivistů. Nepříznivý pohled na neziskové organizace v Česku, kde se řada lidí domnívá, že dostávají finance od státu, tuto situaci ještě umocňuje. Další velkou překážkou, s níž se čeští veganští aktivisté potýkají, je nedostatek finančních prostředků. Veganské organizace aktivistů mohou také čelit politickým překážkám. Pro tyto organizace může být například náročné prosazovat legislativu a zákony na ochranu zvířat, protože vlády mohou být ovlivněny vlivnými sektory, které profitují z vykořisťování zvířat. Členové organizací veganských aktivistů s těmito výzvami bojují pomocí různých strategií a taktik, jako je pořádání různých místní akcí, využívání online aktivismu a komunitního vzdělávání. Snaží se najít kompetentní lidi, kteří dokážou porozumět cílové skupině a vytvořit funkční plán řešení problému konzervativní veřejnosti nebo prostředí. Tyto organizace také hledají dobrovolníky a snaží se získat finanční prostředky na fundraising. Co se týče problému s legislativou, aktivisté se snaží využívat sociálních médií k šíření informací a zvýšení povědomí, přičemž tak mohou získat pozornost novinářů a zákonodárců.

Hlavními výzvami, kterým čelí organizace veganských aktivistů v Thajsku, jsou vliv masného byznysu a vládních nařízení, právní překážky, pokud jde o odhalování neetických praktik masného průmyslu, a obtíže přesvědčit lidi, aby pochopili důležitost veganství. Masné firmy mají alianci s vládou a jsou dotovány státem, což způsobuje odlesňování a znečišťování ovzduší. Navíc vláda nemá pro tyto podniky žádné předpisy ani zákony. Právní překážky brání aktivistům v odhalování pravdy o živočišném chovu a činění podniků odpovědnými za jejich činy. Další výzvou je přimět lidi, aby pochopili důležitost veganství, a to nejen jako přechodného trendu. K překonání těchto výzev používají aktivistické organizace řadu strategií, jako je propagace své věci na sociálních sítích, pořádání neprotestních akcí, práce v zákulisí na budování aliancí a vztahů s podobně smýšlejícími jednotlivci a skupinami a spolupráce s celebritymi na šíření informace o veganství. Některé organizace se navíc zaměřují na vzdělávací iniciativy, včetně workshopů, seminářů a místních setkání, s cílem poučit veřejnost o výhodách rostlinného životního stylu a

morálních důsledcích chovu zvířat. Za určitých okolností však může být z bezpečnostních důvodů nutný pasivnější přístup. V konečném důsledku je pro efektivní aktivismus rozhodující upřednostňování bezpečnosti a zvažování potenciálních výsledků všech akcí.

# Závěr

Cílem diplomové práce *Veganský aktivismus: Česká republika a Thajsko* bylo nabídnout prozkoumání metod a technik používaných veganskými aktivisty a také kontextových prvků, které ovlivňují hnutí ve dvou vybraných zemích. Tato práce srovnala a kontrastovala veganský aktivismus ve dvou kulturně odlišných kontextech: Thajsku a České republice. S důrazem na kulturní kontexty České republiky a Thajska tato práce zachytila, analyzovala a komplexně zdokumentovala veganské sociální hnutí a jeho působení. K dosažení tohoto cíle práce využila teoretického rámce komparativní a kontextové analýzy. Práce nabídla prozkoumání metod a technik používaných veganskými aktivisty a také kontextových prvků, které ovlivňují hnutí ve dvou vybraných zemích.

První kapitola práce se zabývala teoretickým ukotvením zkoumaného problému. Tato část poskytla přehled sociálních hnutí, koncepčních rámců pro jejich studium, zmínila klíčové aktéry a organizace a jejich zapojení do sociálního hnutí, spolu s taktikami a strategiemi, které používají. Práce dále popsala původ a ideologie veganství jako sociálního hnutí a jeho dopadu na společnost. Stručně uvedla koncept aktivismu a veganského aktivismu. V další kapitole vysvětlila komparativní a kontextovou analýzu, jejich definice, důležitost a metody při studiu sociálních hnutí. Na závěr teoretické části dodala dosavadní poznatky o problému.

Ve druhé, metodologické části práce pojednávala o metodách sběru dat, které byly při výzkumu použity, výběru vzorku, prostředí výzkumu a analytických postupech. K tvorbě dat byly použity polostrukturované rozhovory. Analýza byla provedena s využitím technik komparativní a kontextové analýzy. Následující kapitola kladla důraz na etické aspekty, které byly zohledněny při výzkumném procesu.

Třetí, empirická část této studie zahrnuje analýzu veganských hnutí a dat od vzorku veganských aktivistů v Thajsku a České republice. Cílem bylo identifikovat klíčové aktéry a skupiny, metody a přístupy, které veganští aktivisté používají, a také sociální a kulturní prostředí, ve kterém působí. S využitím dat byla předložena důkladná a hloubková analýza aktivismu veganského sociálního hnutí v těchto dvou kulturních kontextech, společně

s kapitolou identifikace společných rysů a rozdílů mezi Českou republikou a Thajskem z hlediska veganského aktivismu.

Výzkumné otázky se zaměřily na analýzu strategií a taktik, které používají veganské organizace v Česku a Thajsku k propagaci veganství, a také na to, jak místní kulturní faktory ovlivňují praxi a přijímání veganského aktivismu v každé zemi. Výsledky ukazují, že veganské organizace v obou zemích se zaměřují na online aktivismus, ale jejich strategie jsou mírně odlišné. V Česku se aktivisté zaměřují na pořádání akcí, vytváření videí z jatek a velkochovů a politický aktivismus, zatímco v Thajsku se snaží vzdělávat děti o rostlinné stravě, propagovat veganský životní styl ve školách a spolupracovat s podniky na zvyšování dostupnosti veganských možností. Kulturní faktory, jako jsou tradice a náboženství, ovlivňují praxi a přijímání veganství v každé zemi. V Česku je tradice lovu a rybaření a konzumace masa hluboce zakořeněna v kultuře a historii země, zatímco v Thajsku je náboženství a filozofie "nezabíjení" důležitým faktorem. Veganské organizace v obou zemích se snaží přizpůsobit své strategie a taktiky, aby zohlednily místní kulturní faktory a dosáhly tak co největší úspěšnosti svého aktivismu. Mezi hlavní překážky prosazování rostlinné stravy v České republice patří konzervativní postoje k jídlu, nedostatek aktivistů, negativní vnímání neziskových organizací, nedostatek financí a politické překážky. K řešení těchto výzev používají veganské organizace různé strategie a taktiky, jako je pořádání místních akcí, využívání online aktivismu a komunitního vzdělávání. V Thajsku patří mezi hlavní výzvy vliv masného průmyslu a vládních nařízení, právní překážky odhalování neetických praktik v masném průmyslu a potíže s přesvědčováním lidí, aby pochopili důležitost veganství. K překonání těchto výzev využívají aktivistické organizace v Thajsku strategie, jako je propagace na sociálních sítích, neprotestní akce a vzdělávací iniciativy, aby veřejnost poučily o výhodách životního stylu založeného na rostlinách.

## Summary

The aim of the diploma thesis *Vegan Activism: Czech Republic and Thailand* was to offer an examination of the methods and techniques used by vegan activists as well as the contextual elements that influence the movement in the two selected countries. This work compared and contrasted vegan activism in two culturally different contexts: Thailand and



the Czech Republic. With an emphasis on the cultural contexts of the Czech Republic and Thailand, this work captured, analysed and comprehensively documented the vegan social movement and its impact. To achieve this goal, the work used the theoretical framework of comparative and contextual analysis. The work offered an examination of the methods and techniques used by vegan activists, as well as the contextual elements that influence the movement in two selected countries.

The first chapter of the work dealt with the theoretical anchoring of the investigated problem. This section provided an overview of social movements, conceptual frameworks for their study, mentioned key actors and organizations and their involvement in social movements, along with the tactics and strategies they use. The work further described the origin and ideology of veganism as a social movement and its impact on society. Then briefly introduced the concept of activism and vegan activism. The next chapter explained comparative and contextual analysis, their definitions, importance and methods in the study of social movements. At the end of the theoretical part thesis provided the previous knowledge about the problem.

In the second, methodological part of the thesis, it discussed the methods of data collection that were used in the research, sample selection, the research environment and analytical procedures. Semi-structured interviews were used to generate data. The analysis was carried out using comparative and contextual analysis techniques. The following chapter emphasized the ethical aspects that were considered during the research process.

The third, empirical part of this study included the analysis of vegan movements and data from a sample of vegan activists in Thailand and the Czech Republic. The aim was to identify key actors and groups, methods and approaches used by vegan activists, as well as the social and cultural environment in which they operate. Using the collected data, a thorough and in-depth analysis of vegan social movement activism in these two cultural contexts was presented.

The research questions focused on analysing the strategies and tactics used by vegan organizations in the Czech Republic and Thailand to promote veganism, as well as how local cultural factors influence the practice and acceptance of vegan activism in each country. The

results show that vegan organizations in both countries focus on online activism, but their strategies are slightly different. In the Czech Republic, activists focus on organizing events, creating videos of slaughterhouses and large farms, and political activism, while in Thailand they try to educate children about a plant-based diet, promote a vegan lifestyle in schools, and work with businesses to increase the availability of vegan options. Cultural factors such as tradition and religion influence the practice and acceptance of veganism in each country. In the Czech Republic, the tradition of hunting and fishing and eating meat is deeply rooted in the culture and history of the country, while in Thailand the religion and philosophy of "no killing" is an important factor. Vegan organizations in both countries are trying to adapt their strategies and tactics to consider local cultural factors in order to make their activism as successful as possible. Among the main obstacles to the promotion of a plant-based diet in the Czech Republic are conservative attitudes to food, a lack of activists, a negative perception of non-profit organizations, a lack of funding and political obstacles. To address these challenges, vegan organizations use a variety of strategies and tactics, such as organizing grassroots events, using online activism, and community education. In Thailand, the main challenges include the influence of the meat industry and government regulations, legal barriers to exposing unethical practices in the meat industry, and the difficulty of convincing people to understand the importance of veganism. To overcome these challenges, activist organizations in Thailand are using strategies such as social media promotion, non-protest events, and educational initiatives to educate the public about the benefits of a plant-based lifestyle.

## **Použitá literatura**

Adams, C. J. (1990). *The sexual politics of meat: A feminist-vegetarian critical theory*. Bloomsbury Publishing.

Adams, C. J. (2000). *The sexual politics of meat: A feminist-vegetarian critical theory*. Continuum.

Adams, C. J. (2010). *The sexual politics of meat: A feminist-vegetarian critical theory (20th anniversary edition)*. Bloomsbury Publishing.

Adams, C. J., & Donovan, J. (2015). The moral and ethical quandaries of veganism. In D. M. Kaplan (Ed.), *Philosophy and veganism* (pp. 13-28). University of Nebraska Press.

Adams, C. J. (2017). *The sexual politics of meat redux: 25 years after the publication of Carol J. Adams's groundbreaking book*. Bloomsbury Publishing.

Amiot, C. E., & Bastian, B. (2015). Toward a psychology of human–animal relations. *Psychological Bulletin*, 141(1), 6-47.

Barker, M., Lawrence, W., Crozier, S., Robinson, S., Baird, J., Margetts, B., & Cooper, C. (2011). Educational attainment, perceived control and the quality of women's diets. *Appetite*, 56(1), 1-5.

Benford, R. D., & Snow, D. A. (2000). Framing processes and social movements: An overview and assessment. *Annual Review of Sociology*, 26(1), 611-639.

Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics. *Information, Communication & Society*, 15(5), 739-768.

Bielíková, Z., & Dohnalová, M. (2019). Attitudes towards animal welfare and veganism in the Czech Republic. In *Proceedings of the 24th International Conference Current Trends in Public Sector Research* (pp. 1-9). Masaryk University, Faculty of Economics and Administration.

Boulianne, S., & Theocharis, Y. (2020). Youth, digital media and engagement: A meta-analysis of research. *Social Science Computer Review*, 38(6), 645-663.

Brewer, P. R., & Tewksbury, D. (2018). Activism. In L. L. Kaid, & C. H. Holtz-Bacha (Eds.), *The Sage Handbook of Political Communication* (2nd ed., pp. 268-282). Sage Publications.

- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Bublitz, M. G., Peracchio, L. A., & Block, L. G. (2020). Social media-based exposure to vegan-related content and the impact on attitudes and behavior toward veganism. *Journal of Business Research*, 106, 33-46.
- Bunnag, T., Onsri, P., Thamlikitkul, V., & Prayoonwiwat, N. (2017). Traditional and modern medicine use among Thai patients with type 2 diabetes mellitus: a qualitative study. *Journal of Diabetes Research*, 2017, 1-10.
- Caiani, M., & Císař, O. (2018). RADICAL RIGHT 'MOVEMENT PARTIES' IN EUROPE: Possible analytical strategies. *European Societies*, 20(1), 75-96.
- Císař Ondřej. (2023). "Interest Groups and Social Movements." In *The Wiley-Blackwell Encyclopedia of Social and Political Movements, 2<sup>nd</sup> ed.*, eds. David Snow, Donatella della Porta, Bert Klandermans and Doug McAdam. London: Blackwell, forthcoming.
- Collier, D. (2011). Understanding process tracing. *PS: Political Science & Politics*, 44(04), 823-830.
- Craig, W. J., & Mangels, A. R. (2009). Position of the American Dietetic Association: vegetarian diets. *Journal of the American Dietetic Association*, 109(7), 1266-1282.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Crist, E. (2017). Beyond "Single-issue" Activism: Veganism, Intersectionality, and the Case for Global Justice. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 30(6), 693–714.
- Český statistický úřad. (2020) *Zahraniční obchod se zbožím dle sekcí, kapitol a kódů CN - 2020*. Praha, Česká republika.
- Della Porta, D., & Diani, M. (2015). *Social movements: An introduction*. John Wiley & Sons.
- DeLuca, K. M., & Lawson, S. (2013). Activism. In R. L. Heath, & W. Johansen (Eds.), *Encyclopedia of Public Relations* (2nd ed., Vol. 1, pp. 8-14). Sage Publications.
- DeYoung, S. E., & Bosia, M. J. (2008). How social movements mobilize: The case of animal rights mobilization in the United States, 1973-2000. *Research in Social Movements, Conflicts and Change*, 28, 79-103.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE handbook of qualitative research*. Sage

## Publications.

Diani, M. (1992). The concept of social movement. *The Sociological Review*, 40(1\_suppl), 1-25.

Diani, M. (2011). Networks and social movements: A research programme. In A. D. Morris & C. Mueller (Eds.), *Frontiers in social movement theory* (pp. 299-319). Yale University Press.

Duffett, R. G., & Duffett, L. D. (2017). The impact of digital billboard advertising in public transportation. *Journal of Advertising Research*, 57(3), 289-296.

Dumford, A. D., & Popkin, B. M. (2019). Food and nutrition: history and culture. *Nutrition Reviews*, 77(4), 194-202.

Dvořáková, V., & Baránková, M. (2019). Vegetariánské a veganství stravování v kontextu současných trendů. *Inovace ve stravování*, 7(1), 72-83.

Earl, J., & Kimport, K. (2011). *Digitally Enabled Social Change: Activism in the Internet Age*. MIT Press.

Edwards, B., & McCarthy, J. D. (2004). Resources and social movements. In D. A. Snow, S. A. Soule, & H. Kriesi (Eds.), *The Blackwell companion to social movements* (pp. 116-152). Blackwell.

Fletcher, K. (2016). *Sustainable fashion and textiles: Design journeys*. Routledge.

Flynn, C. P., & Baur, V. E. (2013). Cultural beliefs and values in animal advocacy. In A. Linzey & A. Clarke (Eds.), *Animal rights: Past, present and future* (pp. 194-213). University of Columbia Press.

Flynn, C. P. (2018). Less meat, more options, better health: What works for the environment also works for people. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 31(2), 147-160.

Friel, S., Barosh, L. J., Lawrence, M., & Wingrove, K. (2016). The impacts of the livestock industry on environmental health. In J. R. Garrett & J. R. O. Maarse (Eds.), *Health and sustainability: An introduction* (pp. 181-196). Springer.

Galgani, J., Mena, N., & Aguilar, R. (2016). Integrating plant-based nutrition education into the school curriculum: A pilot study in San Francisco. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 11(1), 80-88.

Garner, R. (2005). *Animal ethics*. Polity Press.

Gerber, P.J., Steinfeld, H., Henderson, B., Mottet, A., Opio, C., Dijkman, J., Falcucci, A. & Tempio, G. (2013). *Tackling climate change through livestock – A global assessment of emissions and mitigation opportunities*. Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Rome.

Griffin, A. R. (2017). Legislating against whistleblowing: an international survey. U. Tol. Legal Stud. Res. Paper, (2017-08).

Gudykunst, W. B., & Ting-Toomey, S. (1988). *Culture and interpersonal communication*. Sage Publications.

Haverkamp, R. (2013). Religion and Animal Rights. In *Encyclopedia of Animal Rights and Animal Welfare* (2nd ed.). Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.

Hawkins, K., & Tindall, D. B. (2013). The mediated dynamics of contention: Comparative insights from the Global Justice Movement. *Mobilization: An International Quarterly*, 18(3), 267-283.

Heckle, R. (2021). Thailand Embraces Veganism to Improve Health and Environment. *Voice of America*.

Hlavová, K. (2021). *Vliv veganství na sociální život jedince*. Bakalářská práce, Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií.

Hoek, A. C., Luning, P. A., Stafleu, A., & de Graaf, C. (2011). Food-related lifestyle and health attitudes of Dutch vegetarians, non-vegetarian consumers of meat substitutes, and meat consumers. *Appetite*, 57(3), 808-814.

Hribal, J. (2015). Not just a white person's thing: The changing face of veganism. In L. Kalof & M. J. Montgomery (Eds.), *Oxford handbook of animal studies* (pp. 255-276). Oxford University Press.

Hudeček, V. (2018). *Czech Cuisine: A History of Meat and Dumplings*. TasteAtlas.

Hughes, L., Keeton, G., & Brown, K. (2019). The influence of a vegan food festival on attitudes and behaviours towards veganism. *Appetite*, 133, 334-340.

Chalida, U. (2020). *Jae Festival: the Rise of Veganism in Thailand*. The Vegan Society.

Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage Publications.

- Chen, J. (2019). Chinese vegan activists and the moral status of animals. *Society & Animals*, 27(1), 50-70.
- Jandt, F. E., & Huang, L. (2005). *Intercultural communication: An introduction*. Sage Publications.
- Joshi, S., White, M., & Ayoade, F. (2018). Availability and accessibility of plant-based food options influence attitudes towards plant-based diets. *Appetite*, 135, 137-144.
- Joy, M. (2011). *Why we love dogs, eat pigs, and wear cows: An introduction to carnism*. Conari Press.
- Kearney, C., & Hayes, M. (2018). Changing food choice behaviours: The role and development of veganism. *Journal of Social Marketing*, 8(3), 305-322.
- Kerr, R., Bollard, M., & Moseley, R. (2020). Virtual reality reduces meat consumption in a food-to-go setting. *Appetite*, 147, 104546.
- Klein, A. J., & Muis, J. (2018). A social movement perspective on far-right politics in the United States. In M. Conover, M. O. Huesmann, & L. Ellis (Eds.), *The handbook of propaganda* (pp. 279-294). Oxford University Press.
- Koivisto, J., & Sorman, A. H. (2019). The impact of social movements on public policies: A case study of animal advocacy movements in Finland. *Journal of Social and Political Psychology*, 7(2), 613-630.
- Konečná, M., et al. (2017). Perception of animal welfare and animal protection in the Czech Republic. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 65(1), 219-226.
- Konečná, M. (2019). Veganism in the Czech Republic: Motivations, barriers and possibilities for growth. *Sustainability*, 11(10), 2877.
- Konečná, M., Ščasný, M., Fiala, P., & Vojtíšek, P. (2020). Czech consumers' attitudes towards veganism: Results from a national survey. *Sustainability*, 12(16), 6616.
- Koopmans, R., & Statham, P. (1999). Political claims analysis: Integrating protest event and political discourse approaches. *Mobilization: An International Journal*, 4(2), 203-221.
- Krajčovičová-Kudláčková, M., Babinska, K., Blazicek, P., & Valachovicova, M. (2016). Impact of plant-based nutrition education on knowledge, attitudes, and dietary behaviors of middle school students: A quasi-experimental study. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 11(4), 490-499.

- Kriesi, H. (2004). Political context and opportunity. In D. A. Snow, S. A. Soule, & H. Kriesi (Eds.), *The Blackwell companion to social movements* (pp. 67-90). Blackwell Publishing.
- Kubátová, M. (2019). Veganism in the Czech Republic: Trends, Challenges and Opportunities. *Human Affairs*, 29(2), 222-235.
- Kuška, M., Pánková, K., & Procházková, Z. (2019). Representation of veganism in Czech Media: A Content Analysis Study. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 14(2), 259-271.
- Lahtinen, M., Kotilainen, O., & Rissanen, H. (2019). Exploring barriers and opportunities for veganism in Thailand: A focus group study. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 14(1), 1-18.
- Loughnan, S., Connor, M., & Davidson, A. (2019). The effectiveness of graphic imagery in promoting animal rights. *Group Processes & Intergroup Relations*, 22(8), 1134-1144.
- Lovitz, D., & Finkel, A. M. (2017). Animal protection organizations and resource constraints: Opportunities for impact. *Journal of Animal Law and Ethics*, 11(2), 271-311.
- Mauthner, N. S., & Doucet, A. (2003). Reflexive accounts and accounts of reflexivity in qualitative data analysis. *Sociology*, 37(3), 413-431.
- Mekvichitsaengsakul, J. (2020). Veganism in Thailand: An emerging trend. *Journal of Ethnic Foods*, 7(1), 1-6.
- McAdam, D., & Snow, D. A. (1997). *Social movements: Readings on their emergence, mobilization, and dynamics*. Roxbury Publishing Company.
- McAdam, D., Tarrow, S., & Tilly, C. (2001). *Dynamics of contention*. Cambridge University Press.
- McQuire, S. and Matthews, J., (2015). Veganism as a Cultural Movement: A Relational Approach. *Sociology Compass*, 9(9), pp. 774-784.
- Neumann, M. (2018). A Critical Look at Social Media and Vegan Activism. *The Journal of Critical Animal Studies*, 16(2), 1-22.
- Nguyen, T. D., Dinh, T. T. T., & Nguyen, D. A. (2020). Social media and sustainable consumption: A systematic literature review. *Sustainability*, 12(7), 295
- Nijland, H., Paulussen, T., & Evers, S. (2020). Social media as a tool for behavior change:



A study on the influence of exposure to vegan-related content on attitude towards veganism. *Journal of Consumer Behaviour*, 19(1), 50-60.

Noppers, E. H., Keizer, K., & Schouten, G. (2019). Exploring the effectiveness of vegan activism. *Appetite*, 143, 104408.

Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in Mental Health and Mental Health Services Research*, 42(5), 533-544.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). Sage.

Piazza, J., Ruby, M. B., Loughnan, S., Luong, M., Kulik, J., & Watkins, H. M. (2015). Rationalizing meat consumption: The 4Ns. *Appetite*, 91, 114-128.

Pivovarová, V., Burešová, I., & Kováčová, V. (2017). The Vegan Lifestyle in the Czech Republic. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 65(1), 55-64.

Příkrylová, J. (2020). Czech veganism: cultural adaptation of the global phenomenon. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(5), 521-534.

Rogers, J. C., & Trawinski, T. (2018). Burnout among animal activists: Contributing factors and potential solutions. *Journal of Social Issues*, 74(3), 787-803.

Rosenfeld, D. L., & Burrow, A. L. (2017). The “V” Word: The effects of labeling on the acceptance and appeal of plant-based dishes by non-vegan restaurant customers. *Appetite*, 114, 1-8.

Rothgerber, H. (2014). Real men don't eat (vegetable) quiche: Masculinity and the justification of meat consumption. *Appetite*, 83, 101-111.

Rothgerber, H., & Micanek, R. (2019). The experience of being a vegan activist. *Appetite*, 139, 162-169.

Ruby, M. B., & Heine, S. J. (2011). Meat, morals, and masculinity. *Appetite*, 56(2), 447-450.

Ruby, M. B. (2012). Vegetarianism. A blossoming field of study. *Appetite*, 58(1), 141-150.

Ruby, M. B., Heine, S. J., Kamble, S., & Cheng, T. K. (2013). Not all beliefs are created

equal: Epistemic beliefs, cultural beliefs, and the attitude-behavior relationship. *Frontiers in Psychology*, 4, 1-13.

Ruby, M. B., Alvarenga, M. S., Rozin, P., Kirby, T. A., Richer, E., Rutzstein, G., ... & Heine, S. J. (2016). Attitudes toward beef and vegetarians in Argentina, Brazil, France, and the USA. *Appetite*, 105, 463-471.

Satija, A., Bhupathiraju, S. N., Spiegelman, D., Chiuve, S. E., Manson, J. E., Willett, W., Rexrode, K. M., Rimm, E. B., Hu, F. B. (2017). Healthful and Unhealthful Plant-Based Diets and the Risk of Coronary Heart Disease in U.S. Adults. *Journal of the American College of Cardiology*, 70(4), 411-422.

Singer, P. (1975). *Animal liberation*. HarperCollins.

Singh, J., Velasquez, A., Miske, S., & Abood, A. (2018). The impact of animal rights/vegan-themed children's literature on young adults' attitudes toward animal agriculture. *Journal of Agricultural Education*, 59(4), 143-158.

Siricharoen, W. (2019). Plant-based lifestyles in Thailand: Motivations and impacts. *Journal of Southeast Asian Studies*, 50(3), 521-539.

Snow, D. A., Rochford Jr, E. B., Worden, S. K., & Benford, R. D. (1986). Frame alignment processes, micromobilization, and movement participation. *American Sociological Review*, 51(4), 464-481.

Sorenson, K., & Earle, M. (2018). Veganism: A flourishing lifestyle with growing implications for public health. *Trends in Food Science & Technology*, 78, 36-40.

Spillman, L. (1995). Culture and social movements: Theoretical perspectives. *Social Research*, 62(4), 949-968.

Stavrositu, C., & Kim, Y. (2014). Understanding the effects of website design on user engagement with news: An empirical study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91(4), 673-696.

Stehfest, E., Bouwman, L., Van Vuuren, D. P., Den Elzen, M. G. J., Eickhout, B., & Kabat, P. (2009). Climate benefits of changing diet. *Climatic Change*, 95(1-2), 83-102.

Štěpán, P., Bednaříková, Z., & Pícha, K. (2016). Christmas fish carp: Culinary and cultural heritage of the Czech Republic. *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 64(6), 2047-2055.

Szmigielska, A. M., & Kiczorowska, B. (2021). Vegan advocacy campaigns in promoting

plant-based diets and reducing animal suffering. *Polish Journal of Environmental Studies*, 30(1), 315-322.

Szymanski, L. M. (2021). The Power of Vegan Activism. *Critical Criminology*, 29(3), 367-385.

Šouralová, A. (2016). Meat in the Czech Republic: A Question of Attitude. In P. Chee Beng, T., & A. Hooker (Eds.), *Food and Foodways in Asia: Resource, Tradition and Cooking* (pp. 137-154). Routledge.

Tarrow, S., & McAdam, D. (1985). *The politics of collective action: Social movements and the state*. Cambridge University Press.

Tarrow, Sidney. 2011. *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics*, 3rd edition. Cambridge: Cambridge University Press, 195–214.

Theocharis, Y., Lowe, W., van Deth, J. W., García-Albacete, G., & Andreadis, I. (2015). Using Twitter to mobilize protest action: Online mobilization patterns and action repertoires in the Occupy Wall Street, Indignados, and Aganaktismenoi movements. *Information, Communication & Society*, 18(2), 202-220.

The Vegan Society. (2021). How many vegans are there in the world? Retrieved from <https://www.vegansociety.com/news/media/statistics>.

Tilly, C., & Wood, L. J. (2009). *Social Movements 1768-2008*. Paradigm Publishers.

Tóth, T., Varga, B., & Halász, G. (2019). The role of carp in Hungarian and Czech Christmas traditions. *Hungarian Geographical Bulletin*, 68(3), 223-232.

Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. Yale University Press.

University of Minnesota and Howard Community College (retrieved 2022). *Social Movements*. Available at: <https://pressbooks.howardcc.edu/soci101/chapter/21-3-social-movements/>

Van Dooren, C., Marinussen, M., Blonk, H., Aiking, H., & Vellinga, P. (2017). Exploring dietary guidelines based on ecological and nutritional values: A comparison of six dietary patterns. *Food Policy*, 69, 146-155.

Van Laer, J. and Van Aelst, P. 2010. "Internet and Social Movement Action Repertoires: Opportunities and Limitations". *Information, Communication & Society* 14(8): 1146–1171.

Wannapat, P., Limmeechokchai, B., & Bhumiratana, A. (2020). Thailand: A Hotspot of Meat Consumption and Opportunities for Plant-Based Meat Alternatives. *Journal of Agriculture and Environmental Sciences*, 9(1), 1-11.

Williams, Rhys. 2004. "The Cultural Contexts of Collective Action: Constraints, Opportunities, and Symbolic Life of Social Movements." In *The Blackwell Companion to Social Movements*, eds. David Snow, Sarah Soule and Hanspeter Kriesi. Malden, Oxford, Carlton: Blackwell Publishing, 91–115.

Wongboonsin, K., & Phromsuthirak, S. (2019). Factors influencing the adoption of a vegan diet in Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40(3), 492-499.

Woods, R. J., Broom, D. M., & Bellingham, M. (2016). The association between attendance at demonstrations and other forms of public activism with attitudes towards animal rights in the UK. *Journal of Hunger & Environmental Nutrition*, 11(1), 15-31.

Zieglerová, J., & Pospíšilová, T. (2015). Chov zvířat a lov v českých zemích od konce 18. století do poloviny 19. století. *Hospodářské dějiny*, 59(2), 217-236.

*Zvířata nejlí me - organizace za osvobození zvířat* [online]. Dostupné z: <https://zviratanejime.cz/>

## **Jiné zdroje**

Arnika. (2018). České dotace do chovu zvířat: příspěvek k přehledu. [online] Available at: <https://english.arnika.org/czech-subsidies-for-farming-animals>

<https://www.anonymousforthevoiceless.org/about-us>

<https://www.animalallianceasia.org/our-strategy>

<https://www.catalystintercorp.com>

<https://www.databazeknih.cz/knihy/nesvoboda-444120>

<https://www.obrancizvirat.cz/o-nas/>

<https://otevrioci.cz>

<https://www.sinergiaanimalinternational.org/who-we-are>

<https://sledujsvedectvi.cz>

<https://soucitne.cz>

STEM/MARK. (2020). Domáci zvířata v České republice [online]. Dostupné z:  
<https://www.stemmark.cz/domaci-zvirata-v-ceske-republice/>

<https://svobodazvirat.cz>

<https://tasteofthailand.org/jae-festival-thailand/>

<https://www.veggienaplavka.cz>

<https://www.veganfighter.cz/>

<https://cs.wikipedia.org/wiki/Ahinsá>

[https://en.wikipedia.org/wiki/Santi\\_Asoke](https://en.wikipedia.org/wiki/Santi_Asoke)

## **Teze Diplomové práce**

### **Institut sociologických studií**

**Jméno studentky:** Bc. Karla Hlavová

**Vedoucí práce:** prof. doc. PhDr. Ondřej Císař, Ph.D.

**Akademický rok vypsání:** 2022/2023

**Typ práce:** Diplomová práce

**Jazyk práce:** český jazyk

**Předpokládaný název práce v českém jazyce:** Veganský aktivismus: Česká republika a Thajsko

**Předpokládaný název práce v anglickém jazyce:** Vegan activism: Czech Republic and Thailand

**Vymezení tématu a vstupní diskuse:** Veganství se v poslední době stává čím dál rozšířenějším a relevantnějším tématem mezi širokou škálou lidí napříč věkovým i genderovým spektrem, a to nejen z důvodů etických, ale také zdravotních a ekologických. Čím dál více se začíná diskutovat o životních podmínkách, ve kterých zvířata žijí, jakým způsobem se s nimi manipuluje a jaké jsou důsledky jejich chovu vůči planetě. Toto rozšíření mají na svědomí jak různé neziskové organizace, tak především aktivisté, kteří při každé příležitosti využívají svého hlasu a promlouvají jménem těch, kteří nemohou. (Singer, 1995, s. 7)

Formy a příklady aktivismu jsou různé, například výzkumník Gene Sharp rozděluje metody nenásilného jednání do tří hlavních typů. První jsou metody protestu a přesvědčování, a to například akce za doprovodu různých projevů, hesel a transparentů, demonstrace, protestní svlékání, vigily, pochody a stánkování. Druhým typem nenásilné akce je nespolupráce, jako je například neuposlechnutí společenských zvyklostí, bojkot výrobců a široká škála stávek. Třetím typem je intervence, zahrnující sit-ins, nenásilné okupace, půst a zakládání alternativních ekonomických a politických institucí. To vše, a ještě více může být metodami aktivismu – nenásilného druhu. Vegani dále taky využívají online aktivismu, nazývaného též kyberaktivismem, zahrnující používání internetu ke komunikaci a organizaci tradičních akcí a jako přímou formu aktivismu samotného, jako je například uspořádání online protestu. (Sharp, 2005)

Hlavním cílem této studie je prozkoumat, jak veganské organizace a aktivisté v České republice a Thajsku rámuji své poselství a cíle, aby oslovili různé publikum, jaké strategie

používají k získání veřejné podpory a ovlivňování veřejné politiky a jaké zažívají výzvy a úspěchy. Porovnáním zkušeností veganských organizací a aktivistů v těchto dvou zemích si tato studie klade za cíl odhalit podobnosti a rozdíly v jejich přístupech a faktory, které přispívají k jejich úspěchu či neúspěchu.

Tento výzkum může sloužit jako zdroj pro veganské organizace a aktivisty a může být zdrojem informací pro vývoj efektivnějších strategií pro podporu veganství a prosazování práv zvířat. Krom toho může tato srovnávací případová studie poskytnout informace pro sociologické diskuse o kulturních rozdílech a globalizaci tím, že zkoumá, jak se veganské hnutí formuje ve dvou různých kulturních a politických kontextech a jak místní kulturní a politické faktory utvářejí jeho vývoj. Sociologický přínos této srovnávací případové studie veganského hnutí a aktivismu v České republice a Thajsku spočívá v tom, že poskytuje hlubší pochopení sociálního, kulturního a politického kontextu, ve kterém se veganské hnutí odehrává, aktérů a strategie a taktiky používané k propagaci veganství a prosazování práv zvířat.

Zdroje:

SHARP, G. (2005) *Waging nonviolent struggle*. Boston, MA: Porter Sargent.

SINGER, P. (1995). *Animal liberation* (2nd ed.). London

**Předpokládané metody zpracování práce:** Metody pro provedení srovnávací případové studie o veganství a aktivismu v České republice a Thajsku by pravděpodobně zahrnovaly obsahovou analýzu: analýzu dokumentů, jako jsou webové stránky veganských organizací, články, příspěvky na sociálních sítích a další relevantní materiály k identifikaci klíčových témat a problémů souvisejících s veganstvím a aktivismem v České republice a Thajsku. Dále polostrukturované rozhovory: vedení polostrukturovaných rozhovorů s klíčovými zainteresovanými stranami, jako jsou veganští aktivisté, členové veganských organizací k získání náhledu na jejich pohled na veganství a aktivismus v obou zemích. Pozorování účastníků: účast na akcích, protestech a dalších aktivitách souvisejících s veganstvím s cílem získat zkušenosti z první ruky a vhled do veganského hnutí a aktivismu v obou zemích. Komparativní analýza: porovnání a srovnání zjištění z obsahové analýzy, rozhovorů a zúčastněných pozorování s cílem identifikovat podobnosti, rozdíly a klíčové faktory, které ovlivňují veganské hnutí a aktivismus v České republice a Thajsku. Tyto metody mohou poskytnout bohaté a komplexní pochopení veganského hnutí a aktivismu v obou zemích a mohou pomoci identifikovat strategie a taktiky používané veganskými organizacemi a aktivisty k propagaci jejich poselství, získání podpory veřejnosti a ovlivnění politiky.

**Výzkumná otázka:** 1. Jak veganské organizace a aktivisté v České republice a Thajsku rámuji své poselství a cíle, aby oslovili různé publikum?

2. Jaké strategie používají veganské organizace a aktivisté v těchto zemích k získání veřejné podpory a ovlivnění veřejné politiky?

3. Jaké výzvy a úspěchy zažívají veganské organizace a aktivisté v těchto zemích?

**Předpokládaná struktura práce:**

1. Úvod
2. Teoretické ukotvení
3. Metodologie, výzkumné otázky
4. Kombinovaný výzkum
5. Závěr, hlavní zjištění

**Klíčová slova v českém jazyce:** veganství, aktivismus, efektivita, kolektivní akce, média, rámcování

**Klíčová slova v anglickém jazyce:** veganism, activism, effectivity, collective action, media, framing

**Přehled předpokládaných zdrojů:**

1. CARROL, W., HACKETT, R. (2006): *Democratic media activism through the lens of social movement theory*. Media, Culture & Society. 28(1).

2. CHERRY, E. (2006): *Veganism as a Cultural Movement: A Relational Approach*. In: Social Movement Studies, Vol. 5, No. 2. University of Georgia, Athens, USA: Department of Sociology.

3. ROJAHN, Madeleine; HAWLEY, Erin. The politics of animal rights activism: A frame analysis of the 2019 national direct action. *Australian Journalism Review*, 2021, 43.2: 245-261.

4. CRESWELL, John, W. 2003. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and mixed methods approaches*. 2nd edition. Sage Publications, London.

5. EDER, KLAUS, 1993, *New Politics of Class: Social Movements and Cultural Dynamics in Advanced Societies (Theory, culture & society)*. Sage Publications.

6. CUDWORTH, E., & HOBDEN, K. (2018). Veganism, activism and the limits of choice: Reflections on vegan campaigns, vegan subjects, and non-vegan futures. *Journal of Sociology*, 54(1).

7. GAVRILUT, A, C., DA SCA LIT, A, A. *The Social Activism and its Manifestations*. Analele



- Științe economice ale Universității "Al. I. Cuza" din Iași. Secțiunea II c, Științe economice. 2011. ISSN 2068-8717.
8. GIDDENS, A. SUTTON, P. W. (Ed.). (2013). *Sociologie*. Argo.
  9. HAENFLER, R., JOHNSON, B., JONES, E. (2012). *Lifestyle Movements: Exploring The Intersection of Lifestyle and Social Movement in The Voluntary Simplicity and Social Responsibility Movements*. Social Movement Studies.
  10. JASPER, J. (1997): *The Art of Moral Protest: Culture, Biography, and Creativity in Social Movements*. Chicago: University of Chicago Press.
  11. TIMKO, C. A., HORMES, J. M., & CHUBSKI, J. (2019). Will the real vegan please stand up? An investigation of attitudes towards plant-based diets among self-reported vegans, vegetarians, and omnivores. *Appetite*, 139.
  12. MARX, Gary a. McADAM, Douglas. 1994. *Collective Behavior and Social Movements: Process and Structure*. NJ, Upper Saddle River : Prentice Hall. 160 s. ISBN 978-0131421004
  13. POTTS, A., & PARRY, K. (2019). Changing veganism: Considering the influences of social, cultural and situational factors on food choice. *Appetite*, 144.
  14. HEISS, R. (2018). From Meatless Monday to veganism: The progression of a social movement. *Social Movement Studies*, 17(5).
  15. ZNEBEJÁNEK, František. 1997. *Sociální hnutí*. Praha: Sociologické nakladatelství. 175 s. ISBN 80-85850-31-1.

## **Seznam příloh**

**Informované souhlasy**

**Nahrávky rozhovorů**

**Přepisy rozhovorů**