

UNIVERZITA KARLOVA

Filozofická fakulta

Katedra sociologie

Bakalářská práce

Tereza Kcholová

**Karnismus v kontextu českého a slovenského
prostředí**

**Carnism in a context of Czech and Slovak
environment**

Vedoucí práce: PhDr. Tereza Vandrovcová, Ph.D.

Praha 2023

Poděkování

Za odborné vedení této práce mnohokrát děkuji doktorce Tereze Vandrovcové, jejíž cenné rady a postřehy mi byly v průběhu psaní vždy velmi nápomocné.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze, dne 28. července, 2023

Tereza Kcholová

Abstrakt:

Tato práce se věnuje tématu karnismu. Autorka si zvolila za cíl definovat pomocí kompilační analýzy nejprve karnismus jako takový, jeho vznik a obecné poznatky, které o této ideologii existují. Následně analyzovala podobu karnismu ve Spojených státech amerických, kde tento termín také vznikl a kde na toto a příbuzná témata bylo provedeno množství výzkumů. V další části se zaměřila na analýzu karnismu v České republice a na Slovensku – tedy ve dvou zemích, které v minulosti prošly podobným vývojem. V těchto dvou zemích zároveň povědomí o karnismu není příliš rozšířené, proto byly jako zdroj informací využity především výzkumy týkající se konzumace masa a výzkumy o bezmasých dietách, neboť právě konzumace masa je jedním z nejviditelnějších projevů karnistické ideologie. V poslední části práce porovnává autorka svá zjištění vycházející ze situace v České republice a na Slovensku s informacemi ze Spojených států amerických. Takto se snaží definovat podobu karnismu v Česku a na Slovensku a najít oblasti, ve kterých je český a slovenský karnismus jedinečný.

Klíčová slova: karnismus; konzumace masa; obranné mechanismy; Česká republika; Slovenská republika

Abstract:

This thesis is dedicated to study carnism. The author is trying to establish via compilation analysis its basis and origin, and common knowledge there is to have on carnism as an ideology. Later in this thesis will be analyzed the form of carnism in United States of America where this term was first defined and where several research papers were made concerning its defining features. In the following part of this thesis, research is based around the analysis of carnism in Czech and Slovak environment and culture – thus defining the carnist ideology in the area which wasn't its place of origin, and both went through similar historical evolution in recent history. Those two latter countries have scarce awareness of carnism as an ideology, therefore information from research papers concerning meat consumption and meatless diets were applied as a source - meat eating is one of the most visible manifestations of the carnist ideology. In the last part of this thesis the author compares respective findings from those two spheres of carnist ideology and thus tries to define the form of carnism in Czechia and Slovakia and to find specific areas in which Czech and Slovak carnism is unique.

Key words: carnism; meat eating; defense mechanisms; Czech republic; Slovak republic

Obsah

Úvod.....	8
1. Vývoj konzumace masa.....	10
2. Karnismus – o co jde?.....	12
2.1. Vznik a význam slova.....	12
2.2. Karnismus jako ideologická konzumace masa.....	13
2.3. Udržující mechanismy karnismu.....	14
2.4. Shrnutí poznatků o karnismu.....	17
3. Podoby karnismu ve Spojených státech amerických.....	18
3.1. Konzumace masa v USA v minulosti a její odraz v současnosti.....	18
3.2. Názory a důvody ke konzumaci masa mezi americkými karnisty.....	20
3.2.1. Dominance a obrana.....	20
3.2.2. Karnismus a maskulinita.....	22
3.2.3. Marketing a maskulinita v USA.....	25
3.3. Zdravotní stránka amerického karnismu.....	27
3.4. Shrnutí poznatků o podobě karnismu v USA.....	28
4. Karnismus v České republice a na Slovensku.....	30
4.1. Historický kontext.....	30
4.1.1. Vývoj trendů v konzumaci masa a její současná podoba.....	30
4.2. Motivace ke konzumaci masa.....	32
4.2.1. Důvody k zaměňování druhů mas.....	32
4.2.2. Motivace zdravím.....	33
4.2.3. Motivace exkluzivitou.....	35
4.2.4. Motivace zvykem.....	36
4.2.5. Shrnutí motivací ke konzumaci masa v Česku a na Slovensku.....	37
4.3. Jak stav přetrvává.....	38

4.4. Povahové rysy a názory související s konzumací masa v Česku a na Slovensku	41
5. Podoba českého a slovenského karnismu.....	43
5.1. Spotřeba jednotlivých druhů mas.....	43
5.2. Proměnlivost českého a slovenského karnismu.....	43
5.3. Nejdůležitější projevy českého a slovenského karnismu.....	44
5.3.1. Zdraví a kuřecí maso.....	44
5.3.2. Exkluzivita a hovězí maso.....	44
5.3.3. Zvyk a vepřové maso.....	45
5.4. Hlavní rozdíly mezi Českem a Slovenskem a USA.....	46
Závěr.....	49
Seznam použitých zdrojů.....	53

Úvod

Karnismus sám o sobě je sice nový pojem, který poprvé definovala a představila americká sociální psycholožka Melanie Joy až v roce 2010, nicméně označuje ideologii a s ní spojenou praxi, kterou nacházíme ve většině kultur prakticky od počátků domestikace. Zpravidla je několik málo druhů zvířat vybráno jako „jedlá“, zatímco zbytek jsou buď mazlíčci, nebo jednoduše zvířata „nejedlá“ (Joy, 2010). Výzkumníci, kteří se dnes zabývají tímto tématem, se ve velké míře zaměřují na psychologické aspekty, jako je například psychické otupování, které dotyčné chrání před lítostí a kognitivní disonancí (lidé mají zvířata emočně rádi a nechtějí, aby trpěla, ale zároveň je rádi konzumují) (Loughnan et al., 2010). „Spotřebitelé masných výrobků obvykle oddělují maso od jeho živočišného původu (tedy jednoduše popírají nebo ignorují skutečnost, že masné produkty jsou součástí kdysi živého tvora)“ (Pohlmann, 2022, s. 2). Méně pozornosti je pak věnováno sociologické analýze karnismu jako neviditelné ideologii, kterou si lidé často neuvědomují, a berou jako samozřejmost, že konzumují zvířata, která jsou v dané kultuře definovaná jako jedlá.

Tato problematika stále zůstává tématem, kterému se výzkumy málokdy věnují hlouběji nebo konkrétněji, a o to více zřetelná mezera vyvstává v prostředí střední a východní Evropy v porovnání s výzkumy realizovanými především ve Spojených státech amerických. Cílem mé bakalářské práce je tedy rozšířit dosavadní poznatky odpovědí na následující otázku: Jaká je podoba karnismu v prostředí české a slovenské společnosti a čím je jedinečný?

Odpověď na zvolenou otázku se pokusím nalézt pomocí kompilační analýzy, v rámci které také porovnáám karnismus v českém a slovenském prostředí s jeho podobou v USA. Zdrojem informací mi bude především odborná literatura.

Problémy související s karnismem považuji za důležité z mnoha důvodů, kvůli kterým je potřeba na tuto ideologii více upozorňovat. Domnívám se, že povědomí o této ideologii je nutné více rozšířit – ať již kvůli environmentálním problémům, které se k vysoké konzumaci masa pojí, nebo kvůli důvodům souvisejícím s ohleduplností vůči konzumovaným zvířatům.

V první kapitole práce bych chtěla představit téma, které následně studuji v dalších částech práce. V této kapitole tedy popíši vývoj a aktuální podobu konzumace masa, kterou dobře ilustruje aktuální podoba konzumace kuřecího masa.

Ve druhé kapitole chci rozebrat karnismus jako takový – jeho tematické zarámování a definice, neboť právě z těchto poznatků budu následně vycházet. Kladu si za cíl popsat, jak tento pojem vznikl, a definovat karnismus jakožto ideologii, která utváří přístup lidí ke konzumaci masa.

Ve třetí kapitole bych se chtěla věnovat konkrétní podobě karnismu ve Spojených státech amerických. Pro analýzu karnismu v této zemi jsem se rozhodla proto, že zde tento termín vznikl (Joy, 2010), a proto se nabízí předpoklad, že právě zde proběhlo největší množství výzkumů a obecné definice karnismu budou vycházet právě z podoby karnismu v USA.

Ve čtvrté kapitole bych se již chtěla zaměřit na Českou republiku a na Slovensko. Zde je téma karnismu stále relativně neznámé, a proto se domnívám, že mi zdrojem informací budou především výzkumy týkající se konzumace masa (tedy jednoho z nejviditelnějších projevů karnistické ideologie) na daném území a také výzkumy, které se zabývají přístupem k bezmasým dietám. Pro spojení Česka a Slovenska jsem se rozhodla především z důvodu společné historie, a tedy očekávaného podobného vývoje a názorů mezi obyvateli. Od propojení obou zemí také očekávám větší množství informací, které budu moci v rámci práce použít.

V páté kapitole jsem se rozhodla shrnout poznatky z českého a slovenského prostředí. Poznatky z Česka a Slovenska chci následně porovnat se situací v USA a takto najít společné i odlišné oblasti. Věřím, že tímto způsobem mohu popsat projevy českého a slovenského karnismu a najít oblasti, ve kterých je české a slovenské prostředí jedinečné.

1. Vývoj konzumace masa

V dřívějších dobách lovců a sběračů a také i v některých novějších domorodých kulturách nebylo jídlo získáváno do zásob, ale pouze jako to nejnütnější. Člověk sám sebe vnímal jako součást přírody, ze které čerpal a které často musel prokazovat úctu. Ulovení zvířete nebylo mnohdy vnímáno jako vítězství člověka nad přírodou, ale spíše jako dohoda mezi lovcem a zvířetem – zvíře se vlastně dobrovolně nechalo ulovit. Až později vzniklé koncepty umožnily vydělit člověka z přírody, postavit tyto dvě kategorie proti sobě a zároveň umístit člověka nad všechny ostatní živé formy (Ingold, 2003).

I přes vývoj, kterým přístup lidí ke zvířatům a ke konzumaci masa prošel, se „teprve v nedávných desetiletích systematické zvažování vztahů mezi lidmi a zvířaty skutečně rozmohlo a vstoupilo do veřejné sféry“ (Caviola et al., 2019, s. 1011). Výzkumy následně zjišťují, že konzumace masa není motivována pouze chutí, ale také ideologií (Monteiro et al., 2017).

Přístup k masu je v moderních industrializovaných společnostech velmi specifický a stojí na několika důležitých bodech, které lze zřetelně sledovat na konkrétním příkladu drůbežího masa.

Drůbeží maso se „stalo masovým spotřebním produktem po celém světě: v každém regionu, v zemích s velmi rozdílnou úrovní rozvoje a v různých formách“ (Magdelaine et al., 2008, s. 53). Dle Magdelaine et al. (2008) přetrvává vysoká spotřeba tohoto masa i v době epidemií nemocí postihujících drůbež, kdy se konzumenti pouze začínají více orientovat na maso s různými lokálními certifikacemi. V Evropě zůstává vysoká spotřeba mimo jiné proto, že zde drůbeží maso není spojeno s žádným kulturně podmíněným omezením (Magdelaine et al., 2008).

Autoři také dále uvádějí, že drůbeží maso je málokdy prodáváno celé a syrové – často se tedy jedná o pokrmy, které už jsou do nějaké míry zpracované, nebo přímo určené k okamžité konzumaci (Magdelaine et al., 2008). Právě tento krok posiluje karnistický přístup k masu i zvířatům (který bude podrobněji vysvětlen ve druhé kapitole), a může tedy mít na konzumaci masa výrazný dopad. Jak bude rozvedeno níže, právě prodávání masitých pokrmů ve formě, která již nepřipomíná původní

zvíře, umožňuje konzumentům nevnímat maso ve spojitosti s konkrétním zvířetem. Takto je následně možné nevnímat reálný původ jídla (Magdelaine et al., 2008; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Zdroj masa je samozřejmě stále stejný i v případě, že produkt projde před prodejem dalším zpracováním, ale je zřetelné, že si konzumenti spojují kuřecí maso s obrazem živého zvířete spíše v případě, kdy je prodáváno jako „celé kuře“. To se projevuje i na pravidelných propadech prodeje celých kuřat v obdobích, kdy společností rezonují varování týkající se výskytu ptačí chřipky (Magdelaine et al., 2008). Na neustále narůstající spotřebu drůbežího masa a jeho naprosté oddělení od původního zvířete v myslích konzumentů poukazuje také Potts (2017). „Kuřata jsou stále tak objektivizovaná a přehodnocovaná jako „jídlo“, že jsou vnímána spíše jako maso než jako živé bytosti, a to i v případě, že jsou ještě naživu“ (Potts, 2017, s. 12).

2. Karnismus – o co jde?

Jak již bylo zmíněno, vlivným faktorem pro vyšší konzumaci konkrétního masa v dané společnosti je absence tabu spojeného s konzumovaných zvířetem (Magdelaine et al., 2008). Zároveň je pro konzumenty obecně jednodušší kontakt s masem, které původní zvíře nepřipomíná, a tedy dochází k myšlenkovému oddělení finálního produktu od zdroje, ze kterého maso nutně musí pocházet (Magdelaine et al., 2008; Rothgerber & Rosenfeld, 2021). Již podle tohoto stručného nastínění tématu je možné usoudit, že půjde o komplikovanější problematiku napojenou na ideologii, která bude podrobněji rozebrána v této kapitole.

2.1. Vznik a význam slova

Nový směr výzkumům týkajícím se přístupu ke zvířatům a konzumaci masa dala Melanie Joy ve své knize *Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows*. Joy (2010) uvádí, že při slově vegetarián si obvykle představíme systém hodnot, které člověka vedou k rozhodnutí nejíst maso. Tyto hodnoty často souvisejí etickými důvody a jde o vědomé rozhodnutí. Pro konzumenta masa však podobný termín neexistuje. Konzument masa, v angličtině *meat eater*, odkazuje na aktivitu, nikoliv na názor, proto tedy ani nemáme tendenci spojovat si toto chování s vědomým rozhodnutím. Konzumenti se zde odvolávají na argument, že tak se to jednoduše dělalo vždy (Joy, 2010). Z důvodu neexistence přesného termínu popisujícího ideologii spojenou s konzumací masa zavádí Joy (2010) termín *karnismus*. Využívání tohoto termínu má také poukázat na to, že se za „automatickou“ konzumací masa skrývá systém přesvědčení – což je většinově ignorovaná skutečnost (Joy, 2010).

Výzkumy týkající se karnismu následně odhalují složitý ideologický systém ústící do podoby konzumace masa převládající v moderní společnosti. Tuto myšlenku rozvíjejí také Monteiro et al. (2017), kteří definují požívání masa jako chování vycházející z ideologie – karnismu. „Karnismus a požívání masa nejsou synonyma a je důležité rozlišovat mezi chováním (zabíjení a požívání zvířat) a ideologií s tím spojenou (karnismus)“ (Monteiro et al., 2017, s. 53).

I samotné rozhodnutí konzumovat maso je tedy pro zkoumanou problematiku důležité. Ačkoliv „*meat eater*“ (konzument masa) neoznačuje to samé jako „*karnista*“

(Joy, 2010), konzumace masa a karnismus jsou silně propojené jevy. Toto propojení je možné sledovat například ve výzkumu Ioannidou et al. (2023). Skupina osob, která byla ve výzkumu pojmenována jako „všežravci“ (další skupiny tvořili pescetariáni, vegetariáni a vegani), skórovala nejnižše ve znechucení a pocitu viny (problematika se týkala masa) a nejvýše v souhrnné kategorii „karnistické přesvědčení“ (Ioannidou et al., 2023).

Vegetariánské a veganské způsoby stravování jsou stále minoritou, „v kontrastu s čímž je konzumace masa drtivou normou“ (Rothgerber & Rosenfeld, 2021, s. 2).

2.2. Karnismus jako ideologická konzumace masa

Joy (2010) uvádí, že lidé běžně vnímají vegetariánství jako ideologii, zatímco karnismus nikoliv. Ten běžně stojí v opozici právě k bezmasým dietám a je vnímán jako něco univerzálního, daného a jako využívání „selského rozumu“ (Joy, 2010). Výzkumy, z nichž některé budou zmíněny v následujících částech, však ukazují, že jde o rozhodnutí vycházející převážně ze společenských norem. Joy (2010) dodává, že „karnismus je systém přesvědčení, na jehož základě je požívání některých zvířat etické nebo vhodné“ (Joy, 2010, s. 30).

Ve studované problematice je důležitý rozdíl mezi masožravými a všežravými živočichy – lidé jsou totiž všežravci a na rozdíl od masožravých zvířat mají schopnost trávit i jiné druhy potravin. Rozhodnutí konzumovat maso tedy není otázkou přežití. Musí se jednat o ideologii opírající se o systém hodnot, převážně stojících na společenských zvyklostech (Joy, 2010).

Jak Joy (2010) uvádí, karnismus je násilnou ideologií – což je také jeden z důvodů, proč je obtížnější ji odhalit. Konzumace masa je vždy spojena s násilím, protože bez zabití zvířete nemůže být vyprodukováno maso, a proto se zde (stejně jako u jiných násilných ideologií) rozvinul systém obranných mechanismů (Joy, 2010). Pomocí těchto mechanismů (které budou podrobněji rozebrány později v této práci) lidé ignorují utrpení zvířat nebo si nepřipouštějí, že by se to vůbec dělo (Joy, 2010). Důvod, proč obranné mechanismy vznikají, je jednoduchý – lidé si nepřejí,

aby zvířata trpěla (Joy, 2010; Loughnan et al., 2010; Monteiro et al., 2017; Potts, 2017; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Loughnan et al. (2010) rozšiřují téma, které předložila Joy (2010), a zavádějí termín „meat paradox“ (paradox masa). „Mnoho lidí rádo jí maso, ale málokdo si užívá ubližování nebo zabíjení jiných vnímajících bytostí. Tato nekonzistentní přesvědčení vytvářejí „meat paradox“; lidé zároveň neradi ubližují zvířatům, a rádi konzumují maso“ (Loughnan et al., 2010, s. 156). Paradoxní přístup ke zvířatům a ke konzumaci masa rozvíjejí také další autoři: „jedinci jsou v hluboce konfliktní situaci v případě, že dojde na konzumaci zvířat, vzhledem k tomu, že postoje, které vyjádřili, a chování ke zvířatům jsou často nevyrovnané“ (Rothgerber & Rosenfeld, 2021, s. 2). Autoři dále dodávají, že u lidí je běžná starost o zvířata, odpor ke krutému zacházení s nimi a snaha o prosazení dobrých podmínek pro jejich život (Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Z výzkumů, které původní téma karnismu dále rozšiřují, je možné zmínit například Potts (2017), která přichází s novým termínem „meat culture“ – kultura masa. „Je-li ideologií karnismus, pak „kultura masa“ jsou všechny hmatatelné a praktické formy, kterými se ideologie vyjadřuje a kterými žije“ (Potts, 2017, s. 19).

2.3. Udržující mechanismy karnismu

Lidé se s konzumací masa setkávají neustále, a proto je na ni nahlíženo jako na běžné chování – na rozdíl od bezmasých diet (Joy, 2010; Rothgerber & Rosenfeld, 2021). Další poznatky také poukazují na to, že „v rámci dominantní kultury, která uznává legitimitu konzumování masa“ (Adams, 2010, s. 58), je vysvětlování důvodů pro vyloučení masa ze stravy často náročné a nepřítomnost masa v pokrmu je vnímána jako absence něčeho základního (Adams, 2010).

V situacích, kdy se projevuje paradox masa, totiž reagují jen někteří lidé rostoucí nechutí maso jíst (Loughnan et al., 2010). V souvislosti s konzumací masa se pak používá celá řada argumentů z různých oblastí, které mají za cíl toto chování legitimizovat (Monteiro et al., 2017). Podle Joy (2010) se jako jednoduchý argumentační systém využívá systém tří N – z angličtiny normal, natural, necessary, tedy že konzumovat zvířata je normální, přirozené a nutné. K tomuto systému

následně Piazza et al. (2015) přidali čtvrté N – podle slova nice. Zde je odkazováno na argumenty, že maso jednoduše chutná dobře, a proto by nemělo být vynecháváno (Piazza et al., 2015).

Dalším způsobem, jak se konzumenti masa brání proti nepříjemným emocím spojeným se zabíjením zvířat, jsou již dříve zmíněné obranné mechanismy. Díky obranným mechanismům je pak zabíjení zvířat vnímáno jako menší morální problém (Loughnan et al., 2010).

Výzkum, který provedli Loughnan et al. (2010), odhalil, že v případě konzumentů masa je typické klesání morálního zájmu o konzumovaná zvířata – zvířata jsou vnímána jako nehodná tohoto zájmu. Konzumenti také popírají morální status konzumovaných zvířat a marginalizují jejich schopnost trpět a myslet (Loughnan et al., 2010).

Lidé tedy vnímají zvířata jako méněcenná – tuto teorii podporují také Adams & Calarco (2017). Autoři uvádějí, že lidstvo více soucítí se zvířaty, která jsou svými rysy a projevy podobnější lidem. Tento přístup demonstruje podvědomé nadřazování způsobu života, komunikace a rodinných vztahů mezi lidmi, a pokud se zvířata neprojevují právě tímto způsobem, sympatie lidí s nimi klesají (Adams & Calarco, 2017).

„Zvířata, která dokážou komunikovat způsobem, kterému „my“ rozumíme, jsou ceněna více než ta, která to neumějí; zvířata, která vykazují „nadřazenou“ (tj. antropomorfní) inteligenci, jsou považována za paradigmatické příklady zvířat s morálními postoji; zvířata, která postrádají reflexivní vědomí, jazyk a rodinné vztahy, jsou pro „nás“ esteticky nechutná nebo jsou kulturně neoblíbená a je jim v politických a právních bojích za zvířecí spravedlnost soustavně věnována menší pozornost“ (Adams & Calacro, 2017, s. 47-48).

Zaznamenaným projevem je také disociace – tedy cílená snaha nazývat produkt jinak než původní zvíře (např. slanina nebo burger) (Adams, 2010; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Disociace napomáhá již zmiňovanému nespojování živého zvířete s konzumovaným masem. „Oddělení masa od jeho živočišného původu chrání spotřebitele před etickou disonancí spojenou s porážkou hospodářských zvířat a

zároveň také usnadňuje škodlivé chování, které má negativní dopady na zdraví a životní prostředí“ (Pohlmann, 2022, s. 1).

Proces myšlenkového oddělování zvířat od konzumovaného jídla má také ten důsledek, že hospodářská zvířata držená v příliš malých prostorách splývají v mysli konzumentů v jednu velkou, identickou, nemyslicí „hmotu“ produkující maso. I když lidé tedy tuší, odkud maso pochází, daná zvířata jednoduše jako živé tvory ani nevnímají (Dunn, 2017).

V oddělování zvířete od konzumovaného masa je důležitý termín „absent referent“ – chybějící referent. Tento termín rozebírají mimo jiné Adams & Calarco (2017) a Adams (2010). Podle teorie nastíněné v literatuře jsou chybějícím referentem konzumovaná zvířata, ze kterých se v mysli konzumentů stalo jídlo.

Chybějící referent vzniká tak, že jsou zvířata pojmenovávána termíny, jako by šlo o neživé objekty, a producenti jejich těla rozdělují na jedlé a nejedlé části. Spotřebitelé si maso již kupují jako produkt a, jak bylo výše zmíněno, nepojmenovávají maso jako původní zvíře (Adams, 2010). „Chybějící referent je ten, který odděluje konzumenta masa od původního zvířete a zvíře od konečného produktu“ (Adams & Calarco, 2017, s. 34). Chybějící referent do sebe tedy symbolicky vstřebává nepříjemné pocity a umožní konzumentům nepřemýšlet nad tím, co se zvířatům musí stát, pokud je lidé chtějí konzumovat (Adams & Calarco, 2017).

Dalším skloňovaným pojmem je v této souvislosti také dobrovolná neznalost. Osoby konzumující maso se takto rozhodnou nezjišťovat více informací o podmínkách, ve kterých hospodářská zvířata běžně žijí, a jaké praktiky jsou v souvislosti s nimi využívány. Může jít buď o nevědomý mechanismus, nebo o cílené nezjišťování podrobností. V prvním případě se často stává, že čím méně informací konzumenti mají, tím více obvykle schvalují využívané praktiky. V druhém případě dotyční tuší, že by s prováděnými postupy nesouhlasili, ale zároveň jsou si vědomi, že by pro ně nákupy a konzumace masa pak byly mnohem náročnější a museli by se více potýkat s lítostí vůči využitým zvířatům (Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Dále se objevuje svalování viny na třetí stranu, tedy že chyba je u producentů masa a jedinec s tím nic neudělá, a proto není důvod se tímto zaobírat. V neposlední

řadě je také potřeba zmínit různé další způsoby zlehčování dopadů, které může konzumace masa mít – odůvodnění, že dotyční masa konzumují pouze málo (tedy že oni nejsou tak velký problém) nebo že zvířata necítí bolest a vnímají jinak než lidé (Adams, 2010; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

2.4. Shrnutí poznatků o karnismu

Na základě výše uvedených poznatků je možné definovat, že karnismus označuje neviditelnou ideologii, která má nejrůznější udržovací mechanismy, díky nimž zůstává stále dominantní ideologií.

Při obhajování konzumace masa dle karnistické ideologie je důležitý systém tří N – normal, natural, necessary (Joy, 2010), ke kterému bylo následně přidáno čtvrté N – nice (Piazza et al., 2015).

Z množství výše popsaných výzkumů také vyplývá jeden důležitý poznatek – lidé nechtějí, aby zvířata trpěla, ale zároveň je rádi konzumují. Takto vzniká paradox masa (Loughnan et al., 2010). Kvůli tomuto paradoxu využívají osoby podléhající karnistické ideologii řadu obranných mechanismů, které mají konzumaci masa obvykle usnadnit nebo ji obhájit. Konzumovaná zvířata jsou takto vnímána jako nehodná morálního zájmu, neschopná myslet, cítit bolest, případně jako jednoduše podřízená lidem (Adams & Calarco, 2017; Loughnan et al., 2010).

Dále se v souvislosti s obrannými mechanismy objevuje disociace, tedy proces, kdy se lidé snaží oddělit představu živého zvířete od konzumovaného masa, například pojmenováváním pokrmů tak, aby názvy neevokovaly původní zvíře (Adams, 2010; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

3. Podoby karnismu ve Spojených státech amerických

Předchozí kapitola se věnovala popisu ideologie karnismu, ale též psychologickým mechanismům, které tuto ideologii pomáhají udržovat v chodu. Je ovšem velmi pravděpodobné, že vzhledem ke kulturní a historické odlišnosti jednotlivých společností bude i podoba karnismu v různých částech světa odlišná. V následující části bude podrobněji rozebrán karnismus v USA. Právě ve Spojených státech amerických toto označení vzniklo (Joy, 2010), bylo zde prováděno velké množství tematicky blízkých výzkumů, a nabízí se tedy možnost, že obecné popisy karnismu budou nejvíce odpovídat právě karnismu v USA.

3.1. Konzumace masa v USA v minulosti a její odraz v současnosti

Současný přístup ke konzumaci masa se od preindustriálních dob výrazně změnil, avšak pozůstatky názorů, které v těchto dobách formovaly smýšlení jednotlivých společností, je možné na daných územích stále sledovat (Willard, 2002).

Argumentování minulostí, která se však již velmi liší od aktuální žité reality, pravděpodobně podporuje některé problémy, jež byly již nastíněny. Nevnímání reálného stavu věcí může usnadňovat například disociaci masa od původního zvířete nebo nejrůznější argumenty zlehčující dopad současné podoby konzumace masa. Níže uvedený příklad se týká USA, kde je snadné sledovat stále přetrvávající hodnoty zavedené v minulosti. Typický v tomto může být americký konzumerismus a kapitalismus (Adams & Calarco, 2017; Willard, 2002). „Američané považují zvířata za formu života, kterou je třeba ovládat a zkrotit, aby byla zachována bezpečnost a pořádek. Kromě toho jsou zvířata a jiné formy života vnímány jako zdroje, které naplňují potřeby a touhy člověka“ (Willard, 2002, s. 107).

Dle Willard (2002) ve Spojených státech amerických stále přežívá starý obraz „kovbojského mýtu“, který vnikl v dobách osidlování západního pobřeží USA.

Představa kovboje, jenž žije v nehostinné pustině, kde loví dobytek, ve společnosti existuje i v současnosti. Samotářský hrdinný kovboj je to, co si lidé chtějí představovat v souvislosti se získáváním hovězího masa (Willard, 2002).

Nejrůznější tradiční vyobrazení kovboje lze nalézt na mnoha místech americké populární kultury a také v reklamách (Willard, 2002). Willard (2002) popisuje reklamu, která prezentuje maso jako tradiční rodinné jídlo – převládá zde atmosféra idylického sezení u rodinného stolu nebo na pikniku. V reklamě se ale zároveň objevuje hudební doprovod, který vyvolává asociaci samotářských kovbojů z divokého západu (Willard, 2002). Podobné představy přetrvávají i přesto, že tento obraz samozřejmě dávno není aktuální, a dokonce i existují reklamní kampaně, které se ho snaží odstranit. „Nejrůznější reklamy National Cattlemen’s Beef Association zobrazují chovatele dobytka jako podnikatele, kteří se nebojí využít technologie k provedení práce“ (Willard, 2002, s. 109).

Willard (2002) při analyzování konzumace masa v USA ovšem postupuje i do zcela jiné tematické oblasti. Autorka upozorňuje na to, že i v Bibli je člověk vylíčen v postavení nad vším živým – což může být v USA další motivací ke konzumaci masa (Willard, 2002). Willard (2002) však také zmiňuje často přehlížený detail z Bible, podle kterého můžeme soudit, že Bůh lidem přisoudil konzumaci masa až po biblické potopě. Zvířata jsou v Bibli každopádně „vylíčena buď jako netvoři, kterých je třeba se obávat a kteří mají být eliminováni a dobytí, nebo jako zdroje, které mají být domestikovány pro lidské použití a spotřebu“ (Willard, 2002, s. 111).

Přístup ke konzumaci masa pozorovaný ve Spojených státech amerických – a z něho vycházející karnismus – tedy stojí na dvou důležitých mýtech, které ovládají společnost: na dominanci člověka nad vším živým a na mýtu kovbojů, kteří chovají dobytek. Kovbojové jsou, stejně jako samotná konzumace hovězího masa, vnímáni jako národní tradice a chlouba. Ani jedna z těchto představ však nezachycuje pravý stav věci. Tyto představy pouze zjednodušují případné morální dilema a dohromady tvoří jasný obraz amerického karnismu. Konzumovat maso je podle tohoto přístupu lidskou přirozeností vycházející z víry a konzumace hovězího masa k americké společnosti „patří“ (Willard, 2002). Je také důležité zmínit, že právě nadřazenost lidí nad zvířaty zmiňují i Adams & Calarco (2017), a v tomto projevu je tedy možné sledovat podobnost amerického karnismu a obecných poznatků o karnismu.

3.2. Názory a důvody ke konzumaci masa mezi americkými karnisty

Následující kapitola se bude zabývat názory a motivacemi, které se k americkému karnismu vážou a dohromady tvoří celek, který jeho podobu dobře vysvětluje. Tyto názory a motivace také odpovídají již učiněným zjištěním z amerického prostředí – především přesvědčení o postavení člověka nad vším živým (Willard, 2002).

3.2.1. Dominance a obrana

Monteiro et al. (2017) přidávají karnismu nové dimenze – na základě výzkumu v několika rozdílných skupinách populace USA (tvořených zaměstnanci Amazonu a studenty univerzity) uvádějí, že karnistický přístup se skládá ze dvou celků: karnistické obrany a karnistické dominance. V případě první dimenze jde o snahu obhajovat konzumaci masa a popírat utrpení zvířat (Monteiro et al., 2017). Také zde se odkazuje právě na nutnost, přirozenost a normálnost konzumace masa (Monteiro et al., 2017) – tedy na tři základní argumenty využívané lidmi, kteří podléhají karnistické ideologii (Joy, 2010). Co se týče karnistické dominance, zde se používá především rétorika, že lidé jsou zvířatům nadřazeni, a je tedy v pořádku ponižovat zvířata (Monteiro et al., 2017).

Autoři dále při rozlišování obranných mechanismů rozdělených podle karnistické dominance a obrany také nalézají mírně rozdílné chování. Ti účastníci výzkumu, kteří skórovali výše v dominanci, mají spíše tendenci obhajovat hierarchické uspořádání společnosti (i včetně různých forem sexismu), zatímco ti, kteří skórovali výše v obraně, korelovali spíše s politickým konzervativismem. Zároveň obě tyto skupiny vnímaly vegetariány jako hrozbu (Monteiro et al., 2017). Takto se mimo jiné vytváří představa o nerovnosti mezi jednotlivými živými tvory i o nerovnosti mezi lidmi, z čehož vyplývá, že „karnistická přesvědčení jsou nejen ideologická, ale i hierarchická“ (Monteiro et al., 2017, s. 53). Právě dimenze karnistické dominance také potvrzuje poznatky Willard (2002), tedy že v americké společnosti panuje dojem nadřazenosti člověka nad vším živým.

Konzumace masa je tedy v USA svázána s názorovým spektrem, avšak zařazení na tomto spektru se u různých lidí různí a tito lidé využívají také mírně odlišné argumenty (Monteiro et al., 2017). Je však možné polemizovat, zda by se ve zkoumané problematice skutečně objevovaly takto rozdílné argumenty v případě, že by šlo o chování motivované jednoduše „selským rozumem“ a biologickou podstatou člověka.

Přístup konzumentů ke zvířatům se také často váže na prostředí, ve kterém se dotyční pohybují, a jednou z dalších proměnných je například politická ideologie (Monteiro et al., 2017). „Nejenže lidé skórující vysoko v pravicových postojích jsou motivováni jíst zvířata, aby si tím udrželi nerovné skupinové vztahy, ale jedinci skórující vysoko s karnistickou dominancí jedí maso častěji nezávisle na tom, jak moc si to užívají“ (Monteiro et al., 2017, s. 60). Tato zjištění se však zdají být v rozporu s argumentem čtvrtého N – nice, tedy že lidé konzumují maso i proto, že jednoduše chutná dobře (Piazza, 2015). Výsledek výzkumu ale odkazuje na nedůležitost chuti, a tedy na silnější motivaci pouze ideologií (Monteiro et al., 2017).

Za konzumaci masa tedy může stát i potřeba utvrzování se v nadřazeném postavení nad zvířaty a utvrzování se v jistotě vlastní moci. Může se zde také objevovat nátlak skupin, ve kterých se konzumenti pohybují. Karnistická dominance je tedy obecně více vázána na názorové spektrum, na nepřátelský přístup vůči odlišnostem a na předsudky (Monteiro et al., 2017).

Je zajímavé, že se jen velmi málo podobných výzkumů zaměřuje na děti, které mají často ke zvířatům velmi intenzivní pozitivní emoce. Takto by bylo možné získat náhled do lidské psychiky ve stadiu, kdy se ještě požívání masa a s ním spojené obranné mechanismy nestaly zcela automatickým postupem (Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Z malého množství proběhlých výzkumů je ovšem důležité zmínit alespoň závěry, že děti považovaly konzumaci zvířat převážně za nesprávnou a že si pod konzumovaným masem málokdy představily původní zvíře. „Dokonce ani šestileté a sedmileté děti z dotazované skupiny plně nechápaly koncept zvířat jako potravy. Kráva a prase byly nesprávně klasifikovány jako „není v pořádku jíst“ na úrovni vyšší, než by se dalo předpovídat náhodou“ (Hahn et al., 2021, s. 6).

Pouze v případě starších dětí bylo možné sledovat objevující se postoje, že je v pořádku jíst kuřata (Hahn et al., 2021). Že šlo právě o tato zvířata, není překvapivé vzhledem k tomu, že kuřecí maso je nejčastěji konzumovaným masem, u kterého i dospělí lidé vnímají „původní“ zvířata spíše jako jídlo (Magdelaine et al., 2008; Potts, 2017). V případě hotdogů a podobných pokrmů, které nejsou nazývány jako původní zvíře, z něhož maso pochází, se děti většinou domnívaly, že se jedná o rostlinnou stravu (Hahn et al., 2021).

„Dětské zmatení lze také přičíst způsobům, jakými se maso odděluje od svého živočišného původu v mnoha západních kulturách, které jsou silně závislé na industrializovaných potravinových systémech“ (Hahn et al., 2021, s. 6) – tedy, jak již bylo zmíněno, maso se obvykle prodává silně zpracované a málokdy připomíná původní zvíře (Hahn et al., 2021; Magdelaine et al., 2008).

Ve výsledcích tohoto výzkumu se pravděpodobně odráží neochota amerických rodičů mluvit se svými dětmi o původu konzumovaného jídla a domněnka, že je pro děti bezpečnější, když krutou pravdu o zacházení se zvířaty nevědí (Hahn et al., 2021). Je také možné soudit, že poznatky z výzkumu Hahna et al. (2021) spíše odpovídají výše zmíněné karnistické obraně (Monteiro et al., 2017).

Rozdělení amerického karnismu na dvě dimenze potvrzuje také Adams (2010), která dodává, že v západní společnosti se spojují dva paralelní názory. Prvním z nich je rozdělování masa podle rasistických a sexistických hodnot – podle těch mají maso v případě, že je ho málo, dostat bílí muži. Druhý říká, že maso by měli jíst všichni – v případě, že je ho dost (Adams, 2010).

3.2.2. Karnismus a maskulinita

Četné výzkumy dokazují, že jednou z nejdůležitějších hodnot a názorů předávaných v souvislosti s konzumací masa v USA je vazba tohoto druhu stravování na maskulinitu. Americký karnismus má tedy další rozměr – konzumace masa byla a je genderovaná (Adams, 2010; Adams & Calarco, 2017; Mycek, 2018; Stănescu, 2017; Willard, 2002).

V dřívějších dobách a mimo jiné i v období kolem 2. světové války bylo obtížné maso získat, ale maso bylo zároveň pro svou výživnost velmi ceněno. V USA

byla jeho konzumace vymezená jen pro některé části populace – především vojáky bojující ve válce (Adams, 2010; Willard, 2002). „Během 2. světové války bylo jednou z hlavních přidělových strategií týkajících se potravin rezervovat maso pro americké vojáky. Ženy, děti a starší lidé byli povzbuzováni, aby splnili svou roli ve válečném úsilí tím, že se masa vzdají ve prospěch vojáků obětujících své životy pro naši zemi“ (Willard, 2002, s. 113-114).

Důležitost masa pro muže se navíc projevuje také strádáním žen v krizových situacích. Maso je tedy takto viděno jako méně vhodné pro ženy – i přesto, že například v období těhotenství ženy potřebují více bílkovin než dospělí muži (Adams, 2010). Autorka také uvádí příklady, kdy je tento vzorec předáván i ve fiktivním obsahu – například již v pohádkách, kdy maso jedí králové, zatímco u královen je převládající bezmasá strava (Adams, 2010).

Protežování mužů v otázce konzumace masa také odpovídá karnistické dominanci, která souvisí právě se sexismem a hierarchií (Monteiro et al., 2017).

Právě v západní společnosti se takto propojuje několik faktorů – zdůrazňování důležitosti mužnosti a síly a tradice konzumace hovězího masa, které mělo garantovat stereotypně mužné vlastnosti (např. fyzická a sexuální síla a vitalita) (Adams, 2010; Willard, 2002). Tento systém se také jednoduše předává dál, pokud muži chtějí dosáhnout protežovaných hodnot – „pokud je maso vnímáno jako zdroj síly a agrese, pak by dávalo smysl, že jde o žádoucí výběr jídla pro muže, kteří si přejí získat tyto mužné vlastnosti“ (Willard, 2002, s. 113). Zde je také možné sledovat evidentní ideologické zkreslení – konzument už nemusí zvíře lovit v přírodě a může si ho pořídit v obchodě jako jakékoliv jiné zboží. Specifický pohled na maso (především hovězí) však stále přetrvává. Adams & Calarco (2017) si všímají stále přítomné rétoriky, která spojuje konzumaci hovězího masa s americkým patriotismem a stereotypním mužstvím. „Nálepka na nárazníku jako „Jezte hovězí. Západ nebyl získán díky salátu“ ilustruje tento postoj“ (Adams & Calarco, 2017, s. 34).

Současná podoba konzumace hovězího masa je již velmi vzdálená od původní nutnosti síly a lovu pro zabítí zvířete nebo od válečné nouze, i přesto však

konzumace tohoto masa stále přetrvává jako projev stereotypní maskulinity, a ve svých důsledcích se také projevuje jako jednoduchý sexismus.

Nutnost prokazovat mužství, která úzce souvisí s konzumací masa, je v americké společnosti přítomna na mnoha místech. Díky tomu je také jednodušší udržování a předávání tohoto zažitého stereotypu v případě, že se konzumace hovězího masa propojí s představou mužských kolektivů (Adams & Calarco, 2017). „Společnosti, kde se konzumuje maso, získávají identifikaci s mužstvím, výběrem jídla, vytvářejí a znovu vytvářejí zkušenost mužského sdružování v různých mužsky identifikovaných místech, jako jsou „steak houses“, bratrstva, striptýzové kluby nebo (v prostředí domova) při grilování“ (Adams & Calarco, 2017, s. 34).

Zachování mužnosti je v americké populaci dokonce tak prioritním cílem, že i v případě mužů, kteří maso nekonzumují, je častější a přijatelnější snaha o „maskulinizaci“ jejich stravovacích rozhodnutí než připuštění vlastní feminity nebo ignorování, případně snaha o zrušení binárních genderových kategorií (Adams & Calarco, 2017; Mycek, 2018). Bezmasé diety však nejsou v americké společnosti nijak nový fenomén, již v roce 1999 se šest procent americké společnosti považovalo za vegetariány a tato čísla se mezi lety 1999 a 2012 příliš nezměnila (Newport, 2012).

Americký karnismus má tedy několik specifických projevů, které v sobě propojují více ideologií. Masem, které je v USA protežované jako nejvhodnější na konzumaci, je hovězí maso a existuje zde představa, že dobytek žije v podmínkách, které již nejsou aktuální. Konzumace hovězího masa je zároveň ideologicky napojená na hodnoty, které jsou v americké společnosti preferované – má garantovat sílu a maskulinitu (Willard, 2002).

V současnosti se „mužná“ rétorika proměňuje, hlavním hnacím motorem již není nutnost konzumace masa pro přežití ve válce, ale domněnka, že hovězí maso symbolizuje mužnost (v jakékoliv podobě) a že právě toto maso má zajistit nejvhodnější „mužný“ život. Ženy jsou v této ideologii přehlíženy nebo i marketingově často spojovány právě s masem, zvířaty a podřízeností. Takto formulovaný sexistický karnismus také silně zabraňuje mužům vystoupit ze zažitého schématu (Adams & Calarco, 2017). V tomto bodě je možné odkázat na již

zmiňovaný poznatek z jiného průzkumu: „nejenže jsou ti, kdo skórují vysoko v pravicových postojích, motivováni jíst zvířata, aby si udrželi nerovné skupinové vztahy, ale také jedinci s vysokou karnistickou dominancí jedí maso častěji nezávisle na tom, jak moc si to užívají“ (Monteiro et al., 2017, s. 60).

3.2.3. Marketing a maskulinita v USA

S úzkou vazbou konzumace masa a maskulinity souvisí také marketing, který může názory dále předávat.

Jednoduchým příkladem genderovaného stravování v současnosti může být propagace jídla v supermarketech i v nejrůznějších médiích, kde se „vydatná“ jídla založená na mase prodávají v protikladu k potravinám, které jsou obvykle prodávány ženám a jejichž účelem je obvykle „zeštíhlit“ konzumenty (jako je např. jogurt, salát a mražené večere od značky „Štíhlé kuchyně“) (Mycek, 2018, s. 227).

Další příklad uvádějí Adams & Calarco (2017), když zmiňují reklamu z roku 2006 na off-road vozidla značky Hummer. V reklamě je vyobrazená scéna, kde se muž cítí ohrožený, protože si kupuje tofu, zatímco ho vidí jiný muž, který si kupuje maso. Aby tuto „nerovnováhu“ vyrovnal a symbolicky obnovil své mužství, musí si pořídit právě zmiňované vozidlo – tato reklama tedy předkládá obraz, že nejíst maso znamená selhat jako muž (Adams & Calarco, 2017). „Četné apely, které pocházejí z populární kultury a které směřují na muže (zejména bílé, heterosexuální muže jako v reklamě na Hummer), vypadají, že obnovují to, co feminismus a veganství ohrozily“ (Adams & Calarco, 2017, s. 35). Marketing a nejrůznější další viditelné projevy (včetně reklam při Superbowlu) neustále artikuluje nutnost udržovat a obnovovat mužnost a s tím související konzumaci masa (Adams & Calarco, 2017; Mycek, 2018).

Stănescu (2017) ve své analýze věnuje pozornost marketingově úspěšné reklamě „Whopper virgins“ od Burger King, kde bylo cílem nechat lidi žijící v odlehlých částech světa, kteří hamburger nikdy neochutnali, aby vybrali mezi produktem Whopper od Burger King a konkurenčním Big Macem. I přes velký úspěch a ocenění, které tato reklama obdržela, je velmi problematičtá. Oblasti, kde se ochutnávky natáčely, příliš exotizuje, lidé jsou zde v zájmu nabuzení kýženého

dojmu oblékání do tradičního oblečení, které se v oblastech již běžně nenosí, kulturní zasazení do lokací také neodpovídá a především – hamburgery zde lidé znají (Stănescu, 2017).

V reklamě se také zobrazuje již zmíněné téma nadřazenosti hovězího masa (tedy způsobu stravování převládajícího v USA) jakékoliv jiné stravě. Díky své specifické stravě jsou podle této rétoriky Američani silní (tento názor v radikálnější podobě ospravedlňoval kolonizátorské praktiky a následně způsoboval také rasismus vůči čínským imigrantům) a jiné národy jsou kvůli jejímu nedostatku femininní a slabé. Navíc i samotný název kampaně poukazuje na symbolickou „nezkaženost“ účastníků a konzumaci masa opět sexualizuje. Ačkoliv tedy tato konkrétní reklamní kampaň nemusela být mířena primárně rasisticky, potvrzovala zažité stereotypy a spojovala konzumaci „americké“ stravy s rozvinutějšími technologiemi (Stănescu, 2017).

Pro probíranou problematiku jsou také zajímavá nová hnutí pojmenovaná jako „Nový masožravec“ („New Carnivore“) nebo „neocarn“, součástí kterých se ukazuje „explicitní konzumace masa“. V rámci těchto hnutí se provádějí zabíjení zvířat v kuchařských show přímo kuchaři, kteří tato zvířata vychovali. Tyto činy poukazují na úzkostnou touhu kuchařů ujistit se o své maskulinitě a síle, a aby celé toto „představení“ mělo výsledný efekt, je nutná přítomnost diváků (Linné & Pedersen, 2017).

Na nejistotu ohledně stereotypního mužství poukazují i další mediální obsahy, kde jsou aktéři často nuceni obnovovat nebo upevňovat svou mužnost. „Nedávný vývoj ukazuje, jak nestabilně je mužská identita vnímána. (Reklama na pivo, kde se získávají „mužské body“ za sestavení grilu, ale ubírá se více těchto „mužských bodů“ za to, že se na něm připraví tofu)“ (Adams & Calarco, 2017, s. 44).

Zmiňovaný marketing obsahující mužské aktéry je sám o sobě sexistický (Adams & Calarco, 2017) a tomuto vzoru odpovídají i situace, kdy se v obsazích objevují ženy. Na níže zmíněných příkladech je však možné pozorovat, že takto nabírají marketingové obsahy zcela nových rozměrů.

V situacích, kdy jsou v reklamách zobrazovány ženy, je opět možné vidět již zmiňovaný problém „chybějícího referenta“. Zvířata a ženy jsou často zaměňovány a

jazyk marketingu, který i bez těchto ztvárnění zakrývá procesy nutné k vyprodukování masa, zde získává zcela novou možnost využívání metafor a zabití zvířete je ještě více zlehčováno (Adams, 2010; Adams & Calarco, 2017). „Reklamy na maso, které sexualizují a feminizují zvířata, existují již více než třicet let a během této doby se staly rozšířenějšími a explicitnějšími“ (Adams & Calarco, 2017, s. 37). Reklamy zobrazují ženy jako maso, jako hamburger, manipulace se surovinami odpovídá manipulaci s oblečením a vynecháno nebylo ani samotné zabití – magazín *Hustler* zobrazil nahou ženu v mlýnku na maso (Adams & Calarco, 2017). „Ženy jsou vizuálně konzumovány, zvířata jsou konzumována doslovně“ (Adams & Calarco, 2017, s. 34).

Willard (2002) dále zmiňuje mírně netypický příklad reklam, které jsou orientovány na ženy, avšak vycházejí ze stále stejného sexistického názorového spektra.

Reklamy ani v tomto případě neopustily ideu, že stereotypní mužnost je ideální stav, proto je i zde tato mužnost pojímána jako cíl. Pokud totiž původně „křehké ženské tělo“ přijme správné živiny z hovězího masa, pak mohou také ženy být silné – avšak reklamy poukazují na to, že být silná znamená mít vlastnosti podle stereotypně mužného vzoru (Willard, 2002).

3.3. Zdravotní stránka amerického karnismu

Následující kapitola se bude zabývat zdravotními riziky spojenými s konzumací konkrétních druhů mas. Pro lepší srozumitelnost je potřeba specifikovat, že v situacích, kdy je řeč o červeném mase, se jedná o maso ze svaloviny savců – například o maso hovězí, telecí, vepřové nebo jehněčí, a to včetně mletého nebo mraženého masa. Obvykle se tento druh masa konzumuje tepelně upravený. Zpracované maso je pak takové, které bylo dále upraveno procesy pro zvýraznění chuti nebo zlepšení konzervace, jako je solení, nakládání, fermentace a uzení (Bouvard et al., 2015).

V souvislosti s předchozími zjištěními není překvapivé, že se Spojené státy americké umisťují mezi nejvyššími spotřebiteli zpracovaného a „červeného“ masa (Taillie et al., 2022; Zeng et al., 2019).

V rozporu s představenou ideologií, tedy že „maso ze silných zvířat“ – především hovězí maso – je zdrojem vitality a síly a jeho konzumace je nutná pro zdravý život (Adams, 2010; Willard, 2002) (marketing ani povědomí lidí zde nejsou vázány na žádné konkrétní množství nebo horní hranici zdravé spotřeby), stojí zdravotní hledisko, které tento populární názor vyvrací. Jak bude nyní specifikováno, vysoká konzumace zpracovaného a „červeného“ masa je spojená s řadou zdravotních rizik.

„Spotřeba zpracovaného masa byla spojena se signifikantně vyšším výskytem jak CHD¹, tak diabetu mellitu s rizikem vyšším o 42 % a 19 % při porci 50 gramů za den“ (Micha et al., 2010, s. 2280). Konzumace těchto pokrmů je také spojena s vyšším rizikem obezity, ačkoliv vyšší výskyt obezity souvisí také s dalšími obecně nezdravými stravovacími návyky praktikovanými v USA – jako je např. vysoká konzumace slazených nápojů (Rouhani et al., 2014) – a „nižší příjem červeného a zpracovaného masa byl spojen s menším výskytem obezity“ (Rouhani et al., 2014, s. 745).

V případě zpracovaného masa se přidávají další rizika spojená s tímto procesem – „zpracování masa, jako je nakládání a uzení, může vést k tvorbě karcinogenních chemikálií, včetně N-nitroso-sloučenin (NOC) a polycyklických aromatických uhlovodíků (PAH). Vaření zlepšuje stravitelnost a chutnost masa, ale může také produkovat známé karcinogeny nebo látky, u kterých je podezření na karcinogenost, včetně heterocyklických aromatických amin (HAA) a PAH“ (Bouvard et al., 2015, s. 1599). U červeného masa existuje podezření (avšak ne zcela prokázané) na vyšší výskyt několika druhů rakoviny, konkrétně kolorektálních karcinomů, rakoviny slinivky břišní a rakoviny prostaty (Bouvard et al., 2015).

3.4. Shrnutí poznatků o podobě karnismu v USA

V USA, se kterými budu Česko a Slovensko porovnávat, stojí v popředí karnistické rétoriky konzumace hovězího masa. Toto maso je zde propagované jako to nejzdravější a nutné pro plnohodnotný život, s karnismem je úzce svázán sexismus a konzumace hovězího masa je nutností pro prokázání stereotypní mužnosti (Adams, 2010; Adams & Calarco, 2017; Willard, 2002). V krajních případech je v americké

¹ Onemocnění věnčitých tepen

společnosti potřeba prokazovat vlastní mužnost tak výrazná, že narušuje zmíněný lidský odpor k utrpení zvířat a snahu odsunout zabíjení zvířat mimo dosah zraku (pořady, kde kuchaři zvíře před zraky publika sami zabijí a následně uvaří) (Linné & Pedersen, 2017).

Vysoká konzumace hovězího masa je navíc tradicí, kterou USA mají již od osídlování západního pobřeží, a s tímto zvykem se pojí chybné představy o tom, v jakých podmínkách zvířata vlastně žijí. Romantické obrazy chovu zvířat prováděného osamělými kovboji na rozlehlých pláních na západním pobřeží dávno nejsou platné, přesto si je konzumenti rádi udržují (Willard, 2002).

Je také zajímavé, jak moc je karnismus v USA svázán s násilím, dominancí a hierarchickým společenským postavením. V rámci udržení si společenského statusu byla u respondentů pozorována konzumace masa bez ohledu na to, jak moc si to užívají (Monteiro et al., 2017), což by mohlo vyvracet argument „čtvrtého N“ – že lidé konzumují maso i proto, že jim chutná (Piazza et al., 2015).

Co se týče zdravotního hlediska, závěry jednoznačně poukazují na to, že konzumace hovězího masa je ve skutečnosti méně prospěšná, než se konzumenti domnívají (Bouvard et al., 2015; Micha et al., 2010; Rouhani et al., 2014).

Na závěr je možné dodat, že výše uvedené poznatky odpovídají již zmíněnému obhajovacímu systému tří N – normal, natural, necessary (Joy, 2010).

4. Karnismus v České republice a na Slovensku

Následující část práce se bude věnovat České republice a Slovensku, postojům obyvatel těchto dvou zemí ke konzumaci masa a její reálné zaznamenané podobě. Tyto poznatky budou v následující části také využity k porovnání českého a slovenského karnismu s již popsanou podobou karnismu v USA

4.1. Historický kontext

Česká republika a Slovensko, které budou v následné části práce zkoumány, sdílely po dlouhou dobu společnou historii, jež je formovala. V průběhu minulého století se na území tehdejšího Československa udála řada politických a ekonomických změn, ze kterých vzešla aktuální podoba těchto dvou států. Česko a Slovensko se tak dostaly do své aktuální podoby „přes první pozemkovou reformu v roce 1919, direktivní hospodaření v období německé okupace, pozemkovou reformu po roce 1945 (konfiskace majetku Němců, Maďarů a kolaborantů), období kolektivizace zemědělství (vznik Jednotných zemědělských družstev), systém centrálně plánovaného hospodářství a ekonomickou reformu v agrárním sektoru po roce 1989 (transformační procesy: restituce vyvlastněného majetku, transformace zemědělských družstev, privatizace státního majetku)“ (Palát et al., 2012, s. 308).

4.1.1. Vývoj trendů v konzumaci masa a její současná podoba

Objem zkonzumovaného masa se od 2. světové války různě měnil – „s postupným nárůstem, který kulminoval koncem 80. let, a od roku 1990 s poměrně výrazným poklesem“ (Ratinger et al., 2014, s. 68).

Pokles objemu zkonzumovaného masa na území České republiky dále pokračoval až do roku 2013 (Ratinger et al., 2014). Od roku 2013, kdy se naměřený objem dostal na 74,8 kg na obyvatele na rok, opět začal stoupat, a to konkrétně na 86 kg v roce 2021 (Český statistický úřad [CzSO], 2022). Po nejvýraznějším propadu spotřeby masa v roce 2013 se v otázce produkce nejrychleji zvedla produkce drůbežího masa (Šrédli et al., 2021) a samotná spotřeba tohoto masa na území ČR vzrostla od roku 2013 do roku 2021 z 24,3 kg na 29,9 kg na obyvatele na rok (CzSO,

2022). Růst spotřeby vepřového masa byl za stejné období výrazně pomalejší – zde se jednalo o 40,3 kg na obyvatele na rok v roce 2013 a 44,6 kg na obyvatele na rok v roce 2021 (CzSO, 2022).

Na Slovensku se objem zkonsumovaného masa mezi lety 2008 až 2014 mírně snižoval a od roku 2014 opět roste – konkrétně jde o hodnoty 63,3 kg na obyvatele na rok v roce 2008, 53,3 kg na obyvatele na rok v roce 2014 a 70 kg na obyvatele na rok v roce 2018. Vývojový vzorec je tedy podobný jako v České republice – i na Slovensku se objevuje pokles po přelomu tisíciletí, pouze s tím rozdílem, že nejnižší čísla je možné sledovat o rok později a od té doby zůstává trend stálého růstu (Sitárová, 2016; Sitárová, 2022). Spotřeba na Slovensku také, stejně jako v Česku, vykazuje podobný jev – nedůležitost konkrétního druhu masa (příklady budou rozvedeny níže).

I na Slovensku bylo v roce 2021 ze zkoumaných mas spotřebováno nejvíce vepřového masa (jednalo se o 39,8 kg na obyvatele na rok) a v případě kuřecího masa to bylo 23,6 kg na obyvatele na rok (Sitárová, 2022).

Česko a Slovensko se výrazně liší od Spojených států amerických v jednom důležitém bodě – v konzumaci hovězího masa. Zatímco spotřeba některých druhů mas v české a slovenské společnosti stále roste (výrazně se tento jev objevuje u kuřecího masa), spotřeba hovězího masa po dlouhou dobu klesala. Právě v případě konzumace hovězího masa byl na zkoumaném území zaznamenaný největší pokles. V konkrétních číslech jde o pokles z objemu okolo třiceti kilogramů na obyvatele na rok v letech před sametovou revolucí (Dofkova et al., 2001; Palát et al., 2012; Rättinger et al., 2014) „na pouhých 8 kg v roce 2012, což je pouze polovina hovězího masa spotřebovaného v poválečných letech“ (Rättinger et al., 2014, s. 68). I v následných letech, kdy, jak bylo již zmíněno, konzumace masa opět narůstala, se objem zkonsumovaného hovězího masa dostal pouze na 9,4 kg na obyvatele na rok v roce 2021 (CzSO, 2022).

Na Slovensku zůstává spotřeba hovězího masa celkově nízká. V nejnižším bodě v roce 2012 činila spotřeba 3,6 kg (Sitárová, 2016) a v roce 2018 šlo o 5,5 kg (Sitárová, 2022).

4.2. Motivace ke konzumaci masa

Jak bylo již zmíněno, právě konzumace masa je jedním z nejvýraznějších projevů karnismu, a proto budou v následující části tyto motivace rozebrány podrobněji.

Nejprve je potřeba popsat změny v konzumaci masa, které jsou relativně přehledně vysvětlitelné historickým vývojem.

Pokles spotřeby masa v případě dvou sledovaných zemí je zajímavým jevem. Relativně stabilní růst spotřeby masa v druhé polovině 20. století až do roku 2003 se totiž objevuje v průměrných číslech jak v Evropě, tak v USA, kde je nárůst znatelnější (Daniel et al., 2011). „Od roku 1961 do roku 2003 celková spotřeba masa nadále rostla ve všech regionech: v EU se téměř zdvojnásobila a v USA vzrostla přibližně pětikrát. Celkově se zdá, že spotřeba masa v rozvinutém světě jako celku stoupá, ale zůstává výrazně nižší než v USA“ (Daniel et al., 2011, s. 577). Pokles spotřeby okolo roku 2008 souvisí mimo jiné také s ekonomickou krizí (Šrédl, 2021), avšak to by nevysvětlovalo pokles v devadesátých letech. Zde mohla u Česka a Slovenska hrát roli sametová revoluce, po které se rozšířily možnosti ve výběru jídel – například spotřeba zeleniny a jižního ovoce naopak vzrostla (Dofkova et al., 2001; Hrubý, 2000; Palát et al., 2012).

Tyto změny však souvisejí i s jinými motivacemi ke konzumaci masa, které budou nyní zkoumány.

4.2.1. Důvody k zaměňování druhů mas

Jak již bylo zmíněno, u českých a slovenských konzumentů lze sledovat zajímavý jev – ochotu zaměňovat druhy konzumovaných mas. Nejrůznější výzkumy poukazují na to, že v případě přechodu na konzumaci jiného druhu masa – obvykle na kuřecí – jsou hlavní motivací finanční důvody (Predanociová et al., 2019; Ratinger et al., 2014; Šrédl et al., 2021). Tato ochota by také mohla poukazovat na nepřítomnost další ideologie, která by se ke konzumaci konkrétního masa vázala.

Na Slovensku byly takto zaznamenány přechody od vepřového masa – „větší pokles spotřeby vepřového masa a masných výrobků byl zaznamenán v roce 2014, zejména kvůli nižším cenám drůbežního masa“ (Predanocyová et al., 2019, s. 1004), kdežto v Česku tomuto trendu podléhá hovězí maso (kterého se dle Sitárové (2022) na Slovensku celkově konzumuje málo).

K podobným závěrům docházejí také Horská et al. (2011) při výzkumu preferencí při nákupu jídla obecně – autoři popisují český a slovenský trh následovně: „velmi důležitým vlivem na rozhodování o koupi v Česku je vliv cenového faktoru“ (Horská et al., 2011, s. 496) a „slovenský spotřebitel je typickým prototypem cenově vnímavého spotřebitele, ale je také „výzkumníkem“ kvality u racionálních cen“ (Horská et al., 2011, s. 496).

4.2.2. Motivace zdravím

Celkový objem zkonsumovaného masa aktuálně opět stabilně narůstá, ale otázky udržitelnosti a ekologických problémů nejsou v české a slovenské společnosti obvykle považovány za příliš důležité. Jako důležitější jsou často vnímány zdravotní důvody (Musová et al., 2018; Ratinger et al., 2014; Zvěřinová et al., 2012).

Ratinger et al. (2014) uvádějí, že ačkoliv v případě snižování objemu zkonsumovaného hovězího masa jde o pozitivní jev z hlediska udržitelnosti, současný nárůst spotřeby kuřecího masa poukazuje na motivaci spíše zdravotními a finančními důvody.

Na konzumaci motivovanou převážně zdravotními důvody a na nedůležitost otázky udržitelnosti poukazují v českém prostředí v závěrech výzkumu například také Zvěřinová et al. (2012). O nedůležitosti ekologické stránky konzumace ve slovenském prostředí vypovídá také výzkum Musové et al. (2018), kde byla při nákupu potravin podle respondentů nejdůležitější kvalita a bezpečnost zboží, následovaná cenou. Přívětivost k životnímu prostředí se na škále hodnot umísťovala přibližně v polovině a označení jako „bio“ nebo „organické“ bylo pro respondenty jedním z nejméně důležitých aspektů (Musová et al., 2018).

Kromě toho, že je pro české a slovenské konzumenty zdravotní hledisko důležité, je také spojeno s konkrétním druhem masa. Dle výzkumu Kubičkové & Šerhantové (2005) si čeští spotřebitelé spojují se zdravým životním stylem nejvíce kuřecí maso.

Tuto teorii podporují také Pourová & Stehlík (2002), kteří zkoumali spotřebitelské preference u masných výrobků (souhrnně označených jako salámy). Jedním ze zkoumaných faktorů byla kategorie označená jako kvalita (tato kategorie zahrnovala odpovídající cenu, ale také vhodnost jako pohoštění pro hosty a exkluzivitu produktu) a druhá jako zdraví. Jako nejzdravější byly opět ohodnoceny výrobky z drůbežního masa (třetím v pořadí byl produkt z vepřového masa), přičemž jako nejkvalitnější byly paradoxně hodnoceny produkty, které byly posouzeny jako nejméně zdravé (Poličan a Lovecký salám – tedy výrobky z hovězího masa nebo kombinace hovězího a vepřového masa) (Pourová & Stehlík, 2002).

Je také důležité dodat, že na území České republiky vzrostl objem zkonsumovaného kuřecího masa od 2. světové války na více než desetinásobek (Ratinger et al., 2014). Tento trend tedy odpovídá celosvětovým vývojem dle poznatků Magdelaine et al. (2008) – drůbeží maso se stává důležitým konzumním produktem.

Konzumace kuřecího masa by se dala zdůvodnit lékařskými poznatky – tento druh masa je ze zkoumaných mas nejzdravější (Foret & Paděra, 2008; Šrédl et al., 2021). Lze tedy soudit, že „nárůst spotřeby drůbeže je pozitivní z hlediska zdravého životního stylu, protože toto maso obsahuje méně tuku než vepřové“ (Foret & Paděra, 2008, s. 311). Zdravotní benefity v případě preference kuřecího masa zmiňují také Šrédl et al. (2021): „podle odborníků je bílé maso mnohem zdravější, protože obsahuje méně tuku a lidské tělo dokáže lépe využít bílkoviny obsažené v tomto druhu masa“ (Šrédl et al., 2021, s. 13).

Motivace zdravím v podobě, která se vyskytuje v českém a slovenském prostředí, má tedy lékařskou oporu. V této problematice je ovšem potřeba zmínit výzkum Šedové et al. (2016), který spojuje právě motivaci zdravím s ideologií karnismu. Šedová et al. (2016) prováděli rozhovory se studenty Fakulty humanitních

studii Univerzity Karlovy a se studenty Fakulty sociálních věd Masarykovy univerzity, kteří uvedli, že konzumují maso, ale méně než každý den.

Ačkoliv by se u těchto studentů dal očekávat zájem o environmentální témata a povědomí o problémech spojených s konzumací masa, i oni v otázce stravování často uváděli upřednostňování jiných než environmentálních důvodů (Šedová et al., 2016). Také se odvolávali na původní systém tří N (Joy, 2010) – především tak, že jíst maso je podle nich nutné ze zdravotních důvodů (Šedová et al., 2016).

Konzumace masa obecně je tedy vnímána jako nutná, musí se však jednat o „jedlá“ zvířata – i nadpoloviční většina studentů z výzkumu Šedové et al. (2016) uvedla, že by nebyla schopna sníst zvířata, která vnímá jako mazlíčky.

Lze také dodat, že i v případě konzumace 77 kg masa na obyvatele na rok v roce 2012 se jedná stále o množství „asi 10krát vyšší než doporučené minimum pro zajištění dostatečného příjmu bílkovin v průběhu nouzové situace/krize“ (Štiková et al., 2013, dle Ratering et al., 2014, s. 68).

4.2.3. Motivace exkluzivitou

Dříve uvedené průzkumy ukazují, že v české a slovenské společnosti není příliš důležité hovězí maso (CzSO, 2022; Sitárová, 2022). Zatímco pro Američany je toto maso velmi důležité (Willard, 2002), v české a slovenské společnosti se k němu pravděpodobně výraznější tradice nepojí.

Zajímavou optiku v této problematice ovšem nabízí již zmíněný výzkum Pourové & Stehlíka (2002). V celkové preferenci se „nejkvalitnější“ produkty (převážně z hovězího masa) umístily nejvýše, „nejzdravější“ pak následovně na třetím a pátém místě (procentuální rozdíl byl stále relativně malý – mezi prvním a pátým místem byl rozdíl pouze osm procent, následná šestá kategorie byla již méně než poloviční) (Pourová & Stehlík, 2002).

Pro respondenty byla tedy nejdůležitější kategorie „kvalita“, kde je také možné sledovat nový poznatek týkající se hovězího masa – podle respondentů byly tyto produkty nejvhodnější pro pohoštění a nejexkluzivnější (Pourová & Stehlík,

2002). Dalo by se tedy uvažovat, zda v české a slovenské společnosti nepředstavuje hovězí maso do jisté míry reprezentaci statusu a luxusu.

Autoři také dodávají, že v obou kategoriích může hrát roli také marketing, u vhodnosti pro pohoštění je důležitá chuť, ale také vizuální prezentace produktu ze strany prodejců a dobrá zapamatovatelnost produktu (Pourová & Stehlík, 2002).

Zůstává však otázkou, do jaké míry měli konzumenti o toto maso skutečně zájem. Spotřeba hovězího masa totiž v době provádění výzkumu klesala (Palát et al., 2012; Ratinger et al., 2014) a naopak bezmasé produkty byly po sametové revoluci na vzestupu (Hrubý, 2000). Při ohlédnutí se na klasické karnistické argumenty je tedy postavení hovězího masa spíše nejasné.

4.2.4. Motivace zvykem

Kromě již popsaných motivací ke konzumaci masa se však v české a slovenské společnosti objevuje významnější důvod, který lidi ke konzumaci masa vede. Jde o motivaci zvykem (Kubíčková & Šerhanová, 2005), která také více odpovídá karnistické obraně z výzkumu Monteiro et al. (2017).

Na stále přetrvávající zvyk a na to, že je konzumace masa v české společnosti považována za normální a automatickou, poukazuje i již zmíněný výzkum Šedové et al. (2016). Studenti často udávali, že zatímco oni sami si maso nekupují nebo ho konzumují minimálně, jejich příbuzní jedí maso každý den, a proto jsou do toho v rodinném prostředí nuceni i oni. Respondenti rovněž uváděli, že konzumace masa je normální pro jejich přátele a partnery, a proto se tomuto druhu stravování nemohou zcela vyhnout ani oni (Šedová et al., 2016).

Tuto teorii podporují také další výzkumy. Kubíčková & Šerhanová (2005) zjistily, že z možností „zvyk“, „zkoušení nového“, „zdravý životní styl“ a „jiné“ (tedy bez explicitního zohledňování finanční stránky spotřeby) jako důvodů pro konzumaci masa obecně nejvíc převládá zvyk. Je také zajímavé, že celkově největší míru konzumace motivované zvykem (a nejmenší podíl všech ostatních důvodů) mělo vepřové maso (Kubíčková & Šerhanová, 2005). Také dle výzkumu Predanocycové et al. (2019) se v případě motivace ke konzumaci vepřového masa

objevuje častěji než u jiných druhů mas „návyk již od dětství“ (výrazný rozdíl je např. v porovnání s hovězím masem – kdy tuto možnost zvolila méně než třetina respondentů).

V této souvislosti je potřeba také zdůraznit, že právě u vepřového masa byla v České republice i na Slovensku v roce 2021 zaznamenána nejvyšší spotřeba v porovnání s ostatními druhy mas (CzSO, 2022; Sitárová, 2022). Tato data by mohla podporovat nastíněnou teorii, že motivace zvykem je v Česku a na Slovensku nejsilnější a konzumace vepřového masa je vnímána jako norma.

Zdá se tedy, že motivace zvykem doplňuje na základě původního argumentačního systému tří N (Joy, 2010) do českého a slovenského karnismu argument normálností a přirozeností. Zvyková motivace a konzumace vepřového masa by tedy v českém a slovenském prostředí mohla být právě na karnismus vázána nejsilněji.

4.2.5. Shrnutí motivací ke konzumaci masa v Česku a na Slovensku

Po zhodnocení předchozích zjištění je zřejmé, že pro sledované země neexistuje žádná dlouhodobější tradice konzumace konkrétního druhu masa a že konzumenti jsou ochotni spotřebitelské vzorce měnit a zaměňovat druhy mas. Důležitou motivací pro zaměňování druhů mas je především finanční stránka (Predanocyová et al., 2019; Ratinger et al., 2014; Šrédl et al., 2021).

Mezi motivacemi ke konzumaci masa je výraznou také otázka zdraví (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Pourová & Stehlík, 2002; Ratinger et al., 2014; Šedová et al., 2016).

Ze zdravotního hlediska hodnotili čeští a slovenští konzumenti jako nejvhodnější kuřecí maso (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Predanocyová et al., 2019; Ratinger et al., 2014), což je navíc přístup bližší odborným poznatkům (Foret & Paděra, 2008; Šrédl et al., 2021), avšak i při zdůvodňování motivace zdravím argumentovali respondenti typickými karnistickými argumenty (Šedová et al., 2016).

Při ohlédnutí se na původní argumentační systém tří N (Joy, 2010) lze tedy soudit, že v Česku a na Slovensku byl takto pozorován argument nutností a tento argument byl nejsilněji spojený s kuřecím masem.

V České republice a na Slovensku zůstává také důležitou motivace zvykem. Ta je nejvýraznější v případě konzumace vepřového masa, u kterého se již motivace zdravotními a finančními důvody objevuje méně (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Predanocyová et al., 2019). U vepřového masa byla také v České republice i na Slovensku v roce 2021 zaznamenána nejvyšší spotřeba (CzSO, 2022; Sitárová, 2022), z čehož je možné usuzovat, že motivace zvykem je na sledovaném území velmi silná.

Právě díky motivaci zvykem lze soudit, že se v českém a slovenském karnismu objevují také zbylé dva argumenty z argumentačního systému, který popsala Joy (2010) – argument přirozeností a normálností. Tato motivace se tedy také zdá být nejsilněji spojená s karnistickou ideologií a nejlépe odpovídá karnistické obraně z výzkumu Monteiro et al. (2017). Toto zjištění může také naznačovat, že i konzumace vepřového masa je na sledovaném území spojená s karnismem nejsilněji.

Další motivací ke konzumaci masa v tuzemsku je dle výzkumu Pourové & Stehlíka (2002) společenské hledisko, například otázka, jaké pokrmy je vhodné nabídnout hostům. Zde se také může objevovat jednoduchá motivace vizuálním dojmem – a v případě těchto výrobků jde především o hovězí maso. Zdá se ovšem, že tato motivace není příliš silná a hovězí maso je na sledovaném území spíše nedůležité (CzSO, 2022; Sitárová, 2022).

4.3. Jak stav přetrvává

Jak bylo uvedeno v předchozí části, projevy karnismu je možné sledovat i v českém a slovenském prostředí. Nejdůležitější se zdá být argument zvykem (Kubíčková & Šerhantová, 2005), protože může být nejvíce spojovaný s karnistickou ideologií. V následující části budou představeny jevy, které mohou udržovat aktuální podobou karnismu na sledovaném území. Velká pozornost bude věnována vegetariánství a veganství na území Česka a Slovenska, a to především proto, že

bezmasé způsoby stravování stojí v kontrastu proti karnismu (Joy, 2010). Lze tedy soudit, že otázka rozšíření bezmasých diet je při zkoumání karnismu důležitá.

Vegetariánství, a především veganství, jsou v českém a slovenském prostředí stále relativně novým tématem (Filipec, 2020). Filipec (2020) zkoumal zájem o veganství v českém prostředí (ve vyhledávání Google a na Facebooku). Období, které bylo sledované ve vyhledávání Google, začíná v roce 2012 a končí přibližně v polovině roku 2018. V tomto období bylo možné sledovat stále narůstající popularitu tohoto tématu – vyhledávání slova „vegan“ dosáhlo maxima právě v polovině roku 2018 (Filipec, 2020).

V následujících letech již nastal mírný pokles a aktuálně (do června 2023) jsou již čísla přibližně o třetinu nižší (Google trends, 2023a). Téma veganství má podobný vývoj, nejvyšších čísel dosáhl v únoru roku 2019, velmi podobných čísel dosahoval také v následujícím roce v březnu a v létě, v červnu roku 2023 byly hodnoty opět přibližně dvoutřetinové (Google trends, 2023b).

Téma veganství je tedy pro lidi stále relativně nové – i když v současné době je frekvence vyhledávání informací o veganství spíše na ústupu (Google trends, 2023a; Google trends, 2023b), čísla jsou stále vysoká i v porovnání s tématem vegetariánství a pojmem vegetarián. Vyhledávání tématu vegetariánství bylo ve sledovaném období maximálně poloviční až dvoutřetinové oproti nejvyšším naměřeným hodnotám a ve sledovaném období bylo vyhledáváno nejvíce v první polovině roku 2015 a na počátku roku 2016 (Google trends, 2023c). Pojem vegetarián byl ve sledovaném období vyhledáván minimálně a neměl žádný výrazný nárůst. Z naměřených frekvencí je možné usuzovat, že s veganstvím jsou Češi seznámeni výrazně méně než s vegetariánstvím (Google trends, 2023d).

Na Slovensku je možné sledovat o něco pomalejší vývoj. Ve stejném sledovaném období je zájem o téma vegetariánství a pojem „vegetarián“ ve vyhledávání malý, avšak relativně stálý (Google trends, 2023e; Google trends, 2023f). Vyhledávání slova „vegan“ a tématu veganství bylo časté v průběhu roku 2020 a velmi podobné množství se objevilo také na počátku roku 2022 (Google trends, 2023g; Google trends, 2023h). V červnu roku 2023 dosahovala frekvence

vyhledávání opět jen přibližně dvoutřetinových hodnot v porovnání s nejvyššími naměřenými hodnotami (Google trends, 2023g; Google trends, 2023h). Jak ovšem Filipec (2020) dodává, určit reálný počet veganů (v případě zmiňovaného výzkumu pouze na základě informací na Facebooku a podle internetového vyhledávání) není možné. Přestože zájem o veganství je ve zkoumané oblasti vzrůstající, otázkou zůstává, do jaké míry jde pouze o aktuální fenomén (Filipec, 2020).

Filipec (2020) podporuje teorii, že jsou bezmasé způsoby stravování na zkoumaném území spíše novým fenoménem, i následným výzkumem. Respondenti v dotazníkovém šetření (který probíhal v říjnu 2018) nejčastěji uváděli, že jsou vegany a vegetariány dva až pět let (v této kategorii byla také největší převaha veganů), následoval časový úsek jeden rok a méně (kde bylo množství veganů a vegetariánů téměř vyrovnané). Průměrně méně než třetina respondentů v porovnání s kategorií 2-5 let uvedla tento druh stravování po dobu 6-10 let a v této kategorii (a výrazněji v následných dvou kategoriích – 10–20 let a více než 20 let) také začínají převládat vegetariáni (Filipec, 2020). Latal et al. (2023), kteří prováděli dotazníkové šetření mezi vegany v Česku a na Slovensku v roce 2019, také došli k závěrům, že téměř 90 % zúčastněných jsou vegany sedm let a méně.

Tato zjištění také odpovídají již zmíněným frekvencím Google vyhledávání – potvrzují tedy teorii, že v případě vegetariánství jde na sledovaném území o zažitější praxi (osob, které jsou vegetariány delší dobu, je více než dlouhodobých veganů), zatímco veganství je stále relativně novým fenoménem, který je teprve na vzestupu.

Celkově lze soudit, že konzumace masa obecně je na sledovaném území skutečně převládající normou, což je dle mnohých definic důležitý bod karnismu (Joy, 2010; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Je však také potřeba zmínit, že aktuální stav může být udržovaný dalším typickým projevem karnismu – dobrovolnou neznalostí, na kterou upozornili Rothgerber & Rosenfeld (2021). Tu je možné sledovat ve výzkumu Šedové et al. (2016). Pro studenty byla důležitá starost o blahobyt konzumovaných zvířat, ale ani oni si nebyli vždy zcela vědomi původu konzumovaného masa (domnívali se, že jde o etičtější chovy a farmy, což nebyla pravda) (Šedová et al., 2016).

4.4. Povahové rysy a názory související s konzumací masa v Česku a na Slovensku

V následující části budou dále rozebrány příčiny aktuální podoby konzumace masa na sledovaném území, avšak spíše z hlediska názorů a povahových rysů, které se ke konzumaci, nebo naopak k odmítání konzumace masa pojí. Zatímco v dřívější části (věnující se USA) byla sledována karnistická obrana a karnistická dominance (Monteiro et al., 2017), tato část si klade za cíl utvořit podobný obraz o české a slovenské společnosti.

Mezi lidmi stravujícími se různými způsoby je možné sledovat různé osobnostní projevy. Jak již bylo uvedeno dříve, na rozdíl od USA v Česku a na Slovensku neexistuje výrazný trend konzumace „silného hovězího masa“ a častou motivací ke konzumaci masa je pouze zvyk (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Predanocyová et al., 2019). Nabízí se tedy možnost, že zapojování masa do stravy na daném území bude méně vázáno na „dominantní“ karnismus související s nadvládou jedné skupiny nad jinou (Monteiro et al., 2017) a že půjde spíše o konzervativní karnistickou obranu (která má dle Monteiro et al., 2017 často za cíl spíše bránit zažitý zvyk).

Kováč & Halama (2022) na základě nejrůznějších výzkumů shrnují, že proměnné jako otevřenost, ochota nebo svědomitost často souvisejí s větším zamýšlením se nad konzumovanými potravinami, s výběrem zdravějších stylů stravování nebo i přímo s omezením konzumace masa. Následující výzkum, který autoři provedli ve slovenském prostředí, rozděluje populaci na základě stravy – vegani, vegetariáni a osoby pod vlivem karnistické ideologie (ve výzkumu je skupina pojmenovávána jako karnisté nebo všežravci) a zkoumá osobnostní rysy využívané v Big five modelu (Kováč & Halama, 2022). Testy podle Big five modelu zkoumají řadu osobnostních projevů, pro účely této práce jsou však z výzkumu Kováče & Halamy (2022) důležitá především následující zjištění: zatímco v otevřenosti skórovali vegani a vegetariáni shodně a v porovnání s karnisty výše, v přívětivosti skórovali mírně výše karnisté, následování vegany (Kováč & Halama, 2022).

Dle zmíněného výzkumu (Kováč & Halama, 2022) je tedy možné usuzovat, že ve slovenské společnosti se ke karnismu váže spíše konzervativní názorové spektrum. Vzhledem k tomu, že karnisté skórovali v průzkumu v otevřenosti níže, se tedy dá očekávat větší názorová „uzavřenost“. Je také možné polemizovat, zda na slabší přítomnost karnistické dominance (která byla Monteirem et al. (2017) hodnocená jako agresivnější a nepřátelštější dimenze karnismu) u slovenských karnistů nepoukazuje i právě již zmíněná vyšší přívětivost (Kováč & Halama, 2022).

To, že se k českému karnismu váže spíše konzervativní názorové spektrum, může podporovat také výzkum Filipce (2020) a Latala et al. (2023). Při zkoumání veganství a vegetariánství převládali v obou typech stravování lidé do 34 let (Filípec, 2020; Latal et al., 2023). Filípec (2020) dodává, že veganství je „spojováno především s mladšími lidmi, kteří mají volný přístup k informacím na internetu“ (Filípec, 2020, s. 6).

Výše zmíněné výzkumy také naznačují, že konzumace masa jako taková je v českém a slovenském prostředí vázána na maskulinitu slaběji než v USA (je tedy méně genderovaná), avšak zdá se, že bezmasé diety jsou stále atraktivnější pro ženy. Ve výzkumu Filipce (2020) zastupovali muži v dotazované skupině méně než třetinu vzorku v případě veganů a pouze 16,8 % v případě vegetariánů. Více než tři čtvrtiny vzorku veganů tvořily ženy i ve studii Latala et al. (2023).

5. Podoba českého a slovenského karnismu

Následující část práce shrne nejdůležitější zjištění a specifika týkající se českého a slovenského karnismu, která vyplývají z proběhlých analýz. Vzhledem k malému množství výzkumů, které by se týkaly přímo karnismu, byly použity tematicky blízké poznatky, které mohou podobu českého a slovenského karnismu částečně osvětlovat. Výzkumy se často týkaly samotné konzumace masa v konkrétních číslech, avšak některé se zabývaly také motivací ke konzumaci masa nebo k výběru konkrétních druhů mas. Použit byl také výzkum zabývající se kognitivní disonancí. V závěru této části práce bude český a slovenský karnismus porovnán s karnismem v USA, aby bylo možné určit, čím je právě český a slovenský karnismus jedinečný.

5.1. Spotřeba jednotlivých druhů mas

Statistická data ukazují, že na sledovaném území se stabilně konzumuje nejvíce vepřového masa a druhé ve spotřebě je kuřecí maso. Hovězího masa se na zkoumaném území konzumuje relativně málo (CzSO, 2022; Sitárová, 2022) a u tohoto masa také nastal po sametové revoluci největší propad ve spotřebě (Ratinger et al., 2014).

5.2. Proměnlivost českého a slovenského karnismu

Preferovaný způsob stravování se bezpochyby stále vyvíjí a je ovlivněn i nejrůznějšími vnějšími faktory. Situace v Česku a na Slovensku je ale poměrně specifická a ovlivněná minulostí. Za velmi proměnlivý vývoj mohou i politické změny a různé režimy, kterými tehdejší Československo během své existence prošlo (Palát et al., 2012). Posledních 35 let (od sametové revoluce) je ve výzkumech studováno nejvíce – jde tedy o kratší časový rozptyl, avšak i takto je možné sledovat, jak se podoba konzumace masa na sledovaném území měnila. Vývoj vždy neodpovídal obecným trendům ve světě – docházelo k nárůstu i k poměrně výrazným propadům (Ratinger et al., 2014; Šrédľ et al., 2021), a to i v době, kdy světově převládal stále pokračující nárůst spotřeby (Daniel et al., 2011). Také se měnilo preferované maso; v období, kdy spotřeba jednoho klesala, spotřeba jiného narůstala.

Za tímto jevem může stát především motivace cenou (Predanocyová et al., 2019; Ratinger et al., 2014).

Výše popsané zaměňování druhů mas by také mohlo znamenat, že česká a slovenská společnost není na žádný konkrétní druh masa příliš vázána. Zároveň lze ovšem soudit, že samotná konzumace masa je na sledovaném území vnímána jako norma, která se dle Šedové et al. (2016) objevuje i u osob se zájmem o environmentální témata.

5.3. Nejdůležitější projevy českého a slovenského karnismu

U českých a slovenských konzumentů je při výběru důležitá cena, avšak s konzumací masa se pojí i jiné důvody, které jsou jako motivace výraznější (Musová et al., 2018). Tyto důvody vedou také k výběru konkrétního druhu masa a je možné mezi nimi sledovat i typické karnistické argumenty (Joy, 2010).

5.3.1. Zdraví a kuřecí maso

Jedním z takových důvodů je otázka správné výživy, kdy mohou být lidé přesvědčeni, že je konzumace masa nezbytná k udržení dobrého zdraví. Tento dojem o nezbytnosti také výrazně převažuje nad ekologickými důvody (Musová et al., 2018; Zvěřinová et al., 2012) – i studenti ze studie Šedové et al. (2016) se při zvažování vyřazení masa ze stravy obávali nedostatečných možností bezmasého stravování.

V případě zdravotního hlediska je důležité kuřecí maso, které je vnímáno jako nejzdravější (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Pourová & Stehlík, 2002; Ratinger et al., 2014). Při porovnání s původním systémem tří N (Joy, 2010) se tedy v otázce zdraví a v souvislosti s konzumací kuřecího masa nejvíce objevuje argument nutnosti.

5.3.2. Exkluzivita a hovězí maso

V porovnání s ostatními zkoumanými motivacemi a druhy mas je v případě exkluzivity a s ní spojeného hovězího masa méně jasné, kam v rámci definic karnismu spadají.

Po sametové revoluci a po rozpadu Československa se ČR a SR dostaly do neobvyklé situace, kdy se na trhu objevila pestřejší paleta potravin, a zatímco zájem o hovězí maso rapidně opadl, zájem o jižní ovoce, zeleninu a další rostlinné produkty naopak rostl (Dofkova et al., 2001; Foret & Paděra, 2008; Hrubý, 2000; Palát et al., 2012).

Aktuálně se na sledovaném území konzumuje (v porovnání s ostatními druhy mas, které byly v této práci zmiňovány) právě hovězího masa nejméně (CzSO, 2022; Sitárová, 2022). Důvodem, proč spotřeba tohoto masa klesá, je především zdravotní a finanční hledisko (Ratinger et al., 2014; Šrédl et al., 2021). Naopak motivací k nákupu hovězího masa se zdá být především to, že je spojováno s exkluzivitou (Pourová & Stehlík, 2002), a lze soudit, že tato motivace není na sledovaném území příliš důležitá.

5.3.3. Zvyk a vepřové maso

Výše zmíněné výzkumy také poukazují na pravděpodobně nejdůležitější motivaci, která se k českému a slovenskému karnismu váže – na zvyk.

Proběhlé výzkumy poměrně jasně poukazují na zajímavý jev. Motivace zvykem byla nejsilnější u vepřového masa (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Predanocyová et al., 2019) a zároveň se právě vepřového masa konzumuje na území Česka i Slovenska nejvíce (CzSO, 2022; Sitárová, 2022). Zvyk se tedy zdá být nejsilnější motivací ke konzumaci masa.

Motivace zvykem by v systému tří N (Joy, 2010) nejvíce odpovídala normal a natural, a proto je také v analýze českého a slovenského karnismu velmi důležitá, stejně jako konzumace vepřového masa, která je s touto motivací spojena nejsilněji (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Predanocyová et al., 2019).

Motivaci zvykem může částečně osvětlovat nízká rozšířenost bezmasých diet, která na sledovaném území převládá. Vzhledem k tomu, že otázka veganství a vegetariánství je v české a slovenské společnosti stále relativně nová (Filipec, 2020), je pravděpodobné, že konzumace masa obecně je o to silněji převažující normou a také je stále spojena spíše s konzervativním názorovým spektrem (Kováč & Halama, 2022). Na tomto stavu se pravděpodobně podepsal také minulý režim – před sametovou revolucí byly možnosti stravování omezenější (Hrubý, 2000; Palát et al., 2012).

5.4. Hlavní rozdíly mezi Českem a Slovenskem a USA

Dle výše popsaných výzkumů vyvstává několik důležitých oblastí, které českou a slovenskou společnost v otázce karnistického přístupu zásadně odlišují od USA. Na základě těchto odlišností je také možné poukázat na projevy, kterými je český a slovenský karnismus jedinečný.

Česko a Slovensko prošly jiným historickým vývojem než Spojené státy americké a tento vývoj mohl přístup ke konzumaci masa a názory mezi populací formovat. Podoby karnismu jsou zde tedy velmi odlišné od USA.

Na rozdíl od USA nemají kapitalismus a konzumerismus na českém a slovenském území dlouhou tradici – vzhledem k tomu, že až do roku 1989 existovalo centrálně plánované hospodářství (Palát et al., 2012). Zdá se tedy, že český a slovenský karnismus je jedinečný svou proměnlivostí. Tuto teorii podporuje také fakt, že v USA se již od dob kolonizace západního pobřeží udržuje kovbojský mýtus a již zmíněná tradice konzumace hovězího masa (Willard, 2002), zatímco v České republice a na Slovensku podobná tradice neexistuje.

Jak v USA, tak i v Česku a na Slovensku se používají typické karnistické argumenty (Monteiro et al., 2017; Šedová et al., 2016), ale zatímco americký karnismus se silně opírá o konzumaci hovězího masa (Willard, 2002), v Česku a na Slovensku jsou důležitější vepřové a kuřecí maso (CzSO, 2022; Sitárová, 2022).

Jedním z nejvýraznějších rozdílů mezi sledovanými zeměmi je tedy otázka konzumace hovězího masa. Ve Spojených státech amerických je konzumace tohoto

masa úzce spojena s celou americkou společností, dalšími ideologiemi (jako je sexismus), historií země (Adams, 2010; Adams & Calarco, 2017; Monteiro et al., 2017; Stănescu, 2017; Willard, 2002) a toto maso je také mediálně prezentováno jako jídlo vhodné pro rodiny (Willard, 2002). Jen samotná konzumace hovězího masa tedy dokáže v USA pokrýt většinu karnistických argumentů, vycházejících ze systému tří N dle Joy (2010) – dělalo se to tak vždy, je to tedy normální a přirozené a je to nutné pro plnohodnotný život.

Jedinečným projevem českého a slovenského karnismu tedy může být relativně nízká důležitost hovězího masa. Objem zkonsumovaného hovězího masa je v Česku a na Slovensku nižší než v případě kuřecího nebo vepřového masa a jako motivace k zájmu o hovězí maso se zdá být spíše spojování tohoto masa s luxusem (CzSO, 2022; Pourová & Stehlík, 2002; Sitárová, 2022).

Zdravotní benefity a finanční důvody převládají v případě kuřecího masa (Kubíčková & Šerhanová, 2005, Pourová & Stehlík, 2002; Predanocyová et al., 2019; Ratinger et al., 2014; Šrédl et al., 2021). Podle systému, který zavedla Joy (2010), se tedy argument nutností (necessary) v českém a slovenském prostředí spojuje spíše s kuřecím masem. Toto maso je tedy pro studované prostředí z hlediska karnismu důležité, pravděpodobně ale nejde o jedinečný projev, protože přístup konzumentů ke kuřecímu masu vykazuje projevy karnismu celosvětově (Magdelaine et al., 2008).

Jedinečným projevem českého a slovenského karnismu může být silná motivace zvykem, a to především v případě vepřového masa, které je také na sledovaném území konzumováno v největším množství (CzSO, 2022; Kubíčková & Šerhanová, 2005; Predanocyová et al., 2019; Ratinger et al., 2014; Sitárová, 2022; Šrédl et al., 2021). Je tedy možné usuzovat, že zde právě vepřové maso plní pro osoby podléhající karnistické ideologii funkci „normal“ a „natural“ – normální a přirozené dle původního dělení, které zavedla Joy (2010).

Konzumace masa vedená zvykem je ve sledované společnosti tak dominantní, že se typické karnistické argumenty objevovaly i u studentů Fakulty humanitních studií Univerzity Karlovy a Fakulty sociální věd Masarykovy univerzity, tedy v

prostředí, kde by měla být informovanost o tématu vyšší (Šedová et al., 2016). Rozhodnutí vyloučit ze stravy maso je v české a slovenské společnosti stále spíše nová praktika (Filipec, 2020), což může být také jeden z důvodů převládající motivace zvykem (Kubičková & Šerhantová, 2005).

Konzumace masa je zde také v porovnání s USA slaběji spojena s maskulinitou a vhodností masa pro muže, avšak na určitou přítomnost těchto názorů může poukazovat větší rozšířenost bezmasých diet mezi ženami (Filipec, 2020; Latal et al., 2023).

Je třeba také zmínit, že karnismus v USA je vázán na řadu jiných ideologií. Kromě spíše konzervativní obrany zažitého zvyku se zde také objevuje radikálnější dominance, která obhájí i hierarchické uspořádání společnosti a nerovnosti (Monteiro et al., 2017). Tomu odpovídá také preference hovězího masa a úzká vazba konzumace masa na maskulinitu (Adams, 2010; Adams & Calarco, 2017; Willard, 2002).

Zde je možné sledovat další jedinečný projev českého a slovenského karnismu. Na sledovaném území je karnismus relativně málo vázán na jiné ideologie, a když už je s něčím spojován, jde spíše na konzervativní názorové spektrum (Kováč & Halama, 2022). Je potřeba zmínit, že konzervativní názorové spektrum odpovídá karnistické obraně, kterou v USA pozorovali Monteiro et al. (2017), ovšem karnistická dominance, která je více spojena s jinými ideologiemi (Monteiro et al. 2017), se v Česku a na Slovensku téměř neobjevuje.

Závěr

Cílem práce bylo popsat karnismus v prostředí české a slovenské společnosti a najít jeho jedinečné projevy. Tohoto cíle bylo dosaženo zejména pomocí poznatků z odborné literatury, které nejčastěji popisovaly výzkumy mezi obyvateli zkoumaných zemí.

Práce v první kapitole popsala, jak vypadá aktuální podoba konzumace masa a jaké problémy se v souvislosti s ní objevují. Jedním z aktuálních témat je způsob, jakým lidé maso a hospodářská zvířata vnímají. V mysli konzumentů se živé zvíře často odděluje od finálního jídla, takže konzument nepřemýšlí nad tím, že požívá zvíře – podle této představy jde pouze o produkt (Magdelaine et al., 2008).

Typickým příkladem takového zvířete a masa je kuře a drůbeží maso. Lidé často oddělují drůbeží maso od původního zvířete a tento jev se projevuje mimo jiné v případech, kdy se objevují varování týkající se nemoci mezi drůbeží. V takovém případě klesne prodej celých kuřat, nikoliv však potravin, které obsahují kuřecí maso (Magdelaine et al., 2008; Potts, 2017).

Ve druhé kapitole práce byla shrnuta obecná podoba karnismu, vznik tohoto termínu a jeho definic. Bylo probráno, jak se karnismus projevuje, a byly zmíněny první výzkumy, které jeho definice formovaly. Takto vznikly systém tří a čtyř N (Joy, 2010; Piazza, 2015), teorie o kognitivní disonanci aplikované na psychologii konzumace masa a také proběhly četné výzkumy, které dokazují, že lidé rádi konzumují zvířata, ale zároveň nechtějí vidět, jak jsou zvířata zabíjena a jak trpí (Joy, 2010; Loughnan et al., 2010; Monteiro et al., 2017; Potts, 2017; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Bránit se těmto projevům je nejjednodušší pomocí různých způsobů popírání. Lidé nechtějí přemýšlet nad tím, odkud konzumované maso pochází, nebo popírají, že by zvířata měla schopnost trpět. Objevuje se také jev, kdy si osoby podléhající karnistické ideologii nepřiznávají vlastní vinu v konzumačním procesu, tuto vinu svalují na někoho jiného nebo na základě svých činů tvrdí, že oni jsou pouze malý problém (Loughnan et al., 2010).

Dalším zaznamenaným projevem je disociace, oddělování masité stravy od původního zvířete, a nejrůznější další způsoby, jak je možné konzumaci masa obhájit (Adams, 2010; Rothgerber & Rosenfeld, 2021).

Ve třetí a čtvrté kapitole práce byly zkoumány podoby karnismu ve Spojených státech amerických a v Česku a na Slovensku. Takto bylo odhaleno několik společných, ale také množství odlišných bodů.

Třetí kapitola se podrobněji zaměřila na USA. V této kapitole bylo zjištěno, že v USA se nejčastěji obhájuje konzumace hovězího masa. Konzumace tohoto masa je spojována s minulostí země a je brána jako národní tradice. Konzumace hovězího masa také silně propojuje karnismus s další ideologií – sexismem. Hovězí maso je totiž v USA bráno jako „silné“ a jeho konzumace má garantovat mužné vlastnosti (Adams, 2010; Adams & Calarco, 2017; Mycek, 2018; Stănescu, 2017; Willard, 2002). Také je zde prezentováno jako vhodné jídlo pro rodiny (Willard, 2002).

U konzumentů masa v USA byly pozorovány dvě dimenze karnismu – karnistická dominance a karnistická obrana. První dimenzi autoři výzkumu definovali jako přístup, který více obhájuje nadvládu jedné skupiny nad jinou – tato dimenze karnismu tedy obhájuje nadvládu lidí nad zvířaty, ale také mužů nad ženami. Právě karnistická dominance se tedy projevuje v genderované konzumaci masa a v silném spojení hovězího masa s maskulinitou. V případě druhé dimenze jde spíše o obhajování zvyku konzumovat maso a více se pojí s konzervativním politickým křídlem (Monteiro et al., 2017).

Ve čtvrté kapitole, která se týkala Česka a Slovenska, bylo zjištěno, že zde tradice spojená s konkrétním druhem masa neexistuje. Konzumace masa je zde vnímána jako nutná ze zdravotních důvodů (Šedová et al., 2016) a se zdravým životním stylem je nejvíce spojováno kuřecí maso (Kubičková & Šerhantová, 2005, Pourová & Stehlík, 2002; Predanocyová et al., 2019).

Konzumace hovězího masa na sledovaném území není (na rozdíl od USA) příliš rozšířená a hovězí maso je také spíše spojováno s luxusem (Pourová & Stehlík, 2002).

V české a slovenské společnosti je nejrozšířenější konzumace vepřového masa, přičemž tato konzumace je často obhajována zvykem (Kubíčková & Šerhantová, 2005; Predanocyová et al., 2019).

V této kapitole bylo také zjištěno, že u osob podléhajících karnistické ideologii se objevuje nižší názorová otevřenost (v porovnání s vegany a vegetariány) (Kováč & Halama, 2022). Na zkoumaném území také stále přetrvává nízká rozšířenost bezmasých diet (Filipec, 2020; Latal et al., 2023), konzumovat maso je zde tedy silnou normou a klasické karnistické argumenty se objevovaly i u studentů humanitních oborů, kde by se dala očekávat vyšší informovanost o tématu (Šedová et al., 2016). Toto zjištění by mohlo také podporovat teorii, která byla v práci nastíněna – domněnku, že motivace zvykem je na sledovaném území nejdůležitější.

Takto bylo zjištěno, že karnismus v Česku a na Slovensku více odpovídá konzervativnější karnistické obraně, která byla popsána ve výzkumu Monteiro et al., (2017) – jde spíše o zažitý zvyk a není příliš vázaný na jiné ideologie.

V této kapitole bylo však také zjištěno, že konzumace masa může být i v českém a slovenském prostředí stále mírně genderovaná – bezmasé diety jsou výrazně více rozšířeny u žen (Filipec, 2020; Latal et al., 2023).

Tyto poznatky tedy popisují podobu českého a slovenského karnismu, která byla podrobněji shrnuta v páté kapitole. Následně byly popsány projevy českého a slovenského karnismu, které se objevují i v USA a které odpovídají i obecným poznatkům o karnismu. Z výzkumů také vyplynuly projevy, které se objevují pouze v českém a slovenském prostředí, ale i takové, které se v české a slovenské společnosti neobjevují, zatímco v USA ano. Takto byly také odhaleny specifické projevy českého a slovenského karnismu.

Limitací práce byla především právě nízká rozšířenost informací o karnismu v českém a slovenském prostředí a s tím související i malé množství výzkumů cílených na toto téma, proto bylo nutné vycházet i z obecnějších poznatků o souvisejících tématech.

Nedostatek výzkumů týkajících se karnismu jako takového v českém a slovenském prostředí nabízí také hlavní možnost budoucího vývoje. Rozšíření povědomí o karnismu by mohlo pomoci například s řešením environmentálních problémů – otázka ekologické spotřeby je aktuálně v Česku a na Slovensku často přehlížená (Musová et al., 2018; Šedová et al., 2016; Zvěřinová et al., 2012). Řešením může být například provedení podrobnějších výzkumů, které by se již cíleně kognitivní disonance nebo disociace související s konzumací masa, a které by mohly přispět k dalšímu rozšíření povědomí o karnismu v české a slovenské společnosti.

Seznam použitých zdrojů

Adams, C. J. (2010). *The sexual politics of meat: a feminist-vegetarian critical theory* (20th anniversary ed). Continuum.

Adams C. J., & Calarco, M. (2017). Derrida and *The Sexual Politics of Meat*. In Potts, A. (Ed.), *Meat culture* (s. 31-53). Brill.

Bouvard, V., Loomis, D., Guyton, K. Z., Grosse, Y., Ghissassi, F. E., Benbrahim-tallaa, L., Guha, N., Mattock, H., & Straif, K. (2015). Carcinogenicity of consumption of red and processed meat. *The lancet oncology*, 16(16), 1599-1600. [https://doi.org/10.1016/S1470-2045\(15\)00444-1](https://doi.org/10.1016/S1470-2045(15)00444-1).

Caviola, L., Everett, J. A. C., & Faber, N. S. (2019). The Moral Standing of Animals: Towards a Psychology of Speciesism. *Journal of personality and social psychology*, 116(6), 1011-1029. <https://doi.org/10.1037/pspp0000182>.

CzSO. (2022, 30. listopadu). Spotřeba potravin a nealkoholických nápojů (na obyvatele za rok). Český statistický úřad. <https://www.czso.cz/csu/czso/spotreba-potravin-2021#>.

Daniel, C. R., Cross, A. J., Koebnick, C., & Sinha, R. (2011). Trends in meat consumption in the USA. *Public health nutrition*, 14(4), 575-583. <https://doi.org/10.1017/S1368980010002077>.

Dofkova, M., Kopriva, V., Resova, D., Rehurkova, I., & Ruprich, J. (2001). The development of food consumption in the Czech Republic after 1989. *Public health nutrition*, 4(5), 999-1003. <https://doi.org/10.1079/PHN2001169>.

Dunn, K. (2017). "Do You Know Where the Light Is?" Factory Farming and Industrial Slaughter in Michel Faber's *Under the Skin*. In Potts, A. (Ed.), *Meat culture* (s. 149-162). Brill.

Filipec, O. (2020). Vegans and Politics: Case Study of the Electoral Behaviour of Vegans in the Czech Republic. *Politologická revue*, 26(1), 5-36.

Foret, M., & Paděra, J. (2008). Healthy life style and buying behaviour in the Czech Republic. *Agricultural economics*, 54(7), 307-313. <https://doi.org/10.17221/2707-AGRICECON>.

Google Trends (2023a). Vegan. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=CZ&q=vegan&hl=cs>.

Google Trends (2023b). Veganství. https://trends.google.com/trends/explore?date=now%201-d&geo=CZ&q=%2Fm%2F07_hy&hl=cs.

Google Trends (2023c). Vegetariánství.

https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=CZ&q=%2Fm%2F07_jd&hl=cs.

Google Trends (2023d). Vegetarián.

<https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=CZ&q=vegetari%C3%A1n&hl=cs>.

Google Trends (2023e). Vegetariánství. https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=SK&q=%2Fm%2F07_jd&hl=cs.

Google Trends (2023f). Vegetarián. <https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=SK&q=vegetari%C3%A1n&hl=cs>.

Google Trends (2023g). Veganství. https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=SK&q=%2Fm%2F07_hy&hl=cs.

Google Trends (2023h). Vegan.

<https://trends.google.com/trends/explore?date=all&geo=SK&q=vegan&hl=cs>.

Hahn, E. R., Gillogly, M., & Bradford, B. E. (2021). Children are unsuspecting meat eaters: An opportunity to address climate change. *Journal of environmental psychology*, 78, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2021.101705>.

Horská, E., Uergeová, J., & Prokeínová, R. (2011). Consumers' food choice and quality perception: Comparative analysis of selected Central European countries. *Agricultural economics*, 57(10), 493-499. <https://doi.org/10.17221/103/2011-AGRICECON>.

Hrubý, J. (2000). Food consumption, its aspects and consequences. *Czech Journal of Food Sciences*, 18(4), 148-152. <https://doi.org/10.17221/8334-CJFS>.

Ingold, T. (2003). From Trust to Domination: An alternative history of human-animal relations. In Manning, A. and Serpell, J. (eds.), *Animals and Human Society: Changing perspectives* (s. 1-22). Taylor & Francis e-Library.

Ioannidou, M., Lesk, V., Stewart-knox, B., & Francis, K. B. (2023). Moral emotions and justifying beliefs about meat, fish, dairy and egg consumption: A comparative study of dietary groups. *Appetite*, 186, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.106544>.

Joy, M. (2010). *Why we love dogs, eat pigs, and wear cows: an introduction to carnism: the belief system that enables us to eat some animals and not others*. Conari Press.

Kováč, L., & Halama, P. (2022). How vegans, vegetarians and carnists differ in personality traits and attitudes towards animals. *Current Issues in Personality Psychology*, 10(2), 147-152. <https://doi.org/10.5114/cipp.2021.107172>.

Kubičková, L., & Šerhantová, V. (2005). Analysis of changes in meat and meat products consumption in the Czech Republic in the past ten years. *Agricultural economics*, 51(9), 395-401. <https://doi.org/10.17221/5126-AGRICECON>.

Latal, R., Habanova, M., Selinger, E., Bihari, M., & Hamulka, J. (2023). Cross sectional study of vitamin B12 supplementation in Slovak and Czech vegans. *Roczniki Państwowego Zakładu Higieny*, 74(2), 195-205. <https://doi.org/10.32394/rpzh.2023.0259>.

Linné, T. & Pedersen, H. (2017). With Care for Cows and a Love for Milk: Affect and Performance in Swedish Dairy Industry Marketing Strategies. In Potts, A. (Ed.), *Meat culture* (s. 109-128). Brill.

Loughnan, S., Haslam, N., & Bastian, B. (2010). The role of meat consumption in the denial of moral status and mind to meat animals. *Appetite*, 55(1), 156-159. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2010.05.043>.

- Magdelaine, P., Spiess, M. P., & Valceschini, E. (2008). Poultry meat consumption trends in Europe. *World's poultry science journal*, 64(1), 53-64. <https://doi.org/10.1017/S0043933907001717>.
- Micha, R., Wallace, S. K., & Mozaffarian, D. (2010). Red and Processed Meat Consumption and Risk of Incident Coronary Heart Disease, Stroke, and Diabetes Mellitus: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Circulation*, 121(21), 2271-2283. <https://doi.org/10.1161/CIRCULATIONAHA.109.924977>.
- Monteiro, C. A., Pfeiler, T. M., Patterson, M. D., & Milburn, M. A. (2017). The Carnism Inventory: Measuring the ideology of eating animals. *Appetite*, 113, 51-62. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.02.011>.
- Musová, Z., Musa, H., & Ludhova, L. (2018). Environmentally responsible purchasing in Slovakia. *Economics & sociology*, 11(4), 289-305. <https://doi.org/10.14254/2071-789X.2018/11-4/19>.
- Mycek, M. K. (2018). Meatless meals and masculinity: How veg men explain their plant-based diets. *Food & foodways*, 26(3), 223-245. <https://doi.org/10.1080/07409710.2017.1420355>.
- Newport, F. (2012, 26. července). *In U.S, 5% Consider Themselves Vegetarians*. Gallup. <https://news.gallup.com/poll/156215/consider-themselves-vegetarians.aspx>.
- Palát, M., Dvořáková, Š., & Kupková, N. (2012). Consumption of beef in the Czech Republic. *Agricultural economics*, 58(7), 308-314. <https://doi.org/10.17221/72/2011-AGRICECON>.
- Piazza, J., Ruby, M. B., Loughnan, S., Luong, M., Kulik, J., Watkins, H. M., & Seigerman, M. (2015). Rationalizing meat consumption. The 4Ns. *Appetite*, 91, 114-128. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.04.011>.
- Pohlmann, A. (2022). The taste of compassion: Influencing meat attitudes with interhuman and interspecies moral appeals. *Appetite*, 168, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2021.105654>.
- Potts, A. (Ed.) (2017). *Meat culture*. Brill.

- Pourová, M., & Stehlík, V. (2002). Czech consumers' evaluation of chosen meat products. *Agricultural economics*, 48(3), 121-125. <https://doi.org/10.17221/5459-AGRICECON>.
- Predanocyová, K., Kubicová, Ľ., Kádeková, Z., & Košičiarová, I. (2019). Key factors affecting consumption of meat and meat products from perspective of Slovak consumers. *Potravinárstvo*, 13(1), 1001-1012. <https://doi.org/10.5219/1198>.
- Ratinger, T., Hebaková, L., Michálek, T., Tomka, A., Mrháľková, I., & Štiková, O. (2014). Sustainable food consumption—the Case of the Czech Republic. *Review of Agricultural and Applied Economics*, 17(2), 65-73.
- Rothgerber, H. & Rosenfeld, D. L. (2021). Meat-related cognitive dissonance: The social psychology of eating animals. *Social and personality psychology compass*, 15(5), 1-16. <https://doi.org/10.1111/spc3.12592>.
- Rouhani, M. H., Salehi-abargouei, A., Surkan, P. J., & Azadbakht, L. (2014). Is there a relationship between red or processed meat intake and obesity? A systematic review and meta-analysis of observational studies. *Obesity reviews*, 15(9), 740-748. <https://doi.org/10.1111/obr.12172>.
- Stănescu, V. (2017). *The Whopper Virgins: Hamburgers, Gender, and Xenophobia in Burger King's Hamburger Advertising*. In Potts, A. (Ed.), *Meat culture* (s.90-108). Brill.
- Šedová, I., Slovák, Ľ., & Ježková, I. (2016). Coping with unpleasant knowledge: Meat eating among students of environmental studies. *Appetite*, 107, 415-424.
- Šrédl, K., Prášilová, M., Severová, L., Svoboda, R., & Štěbeták, M. (2021). Social and Economic Aspects of Sustainable Development of Livestock Production and Meat Consumption in the Czech Republic. *Agriculture*, 11(2), 1-23. <https://doi.org/10.3390/agriculture11020102>.
- Sitárová, T. (2016). *Spotreba potravín v SR v roku 2015*. Štatistický úrad Slovenskej republiky.
- Sitárová, T. (2022). *Spotreba potravín v SR v roku 2021*. Štatistický úrad Slovenskej republiky.

Taillie, L. S., Prestemon, C. E., Hall, M. G., Grummon, A. H., Vesely, A., & Jaacks, L. M. (2022). Developing health and environmental warning messages about red meat: An online experiment. *PloS one*, *17*(6), e0268121-e0268121. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0268121>.

Willard, B. E. (2002). The American Story of Meat: Discursive Influences on Cultural Eating Practice. *Journal of popular culture*, *36*(1), 105-118. <https://doi.org/10.1111/1540-5931.00033>.

Zeng, L., Ruan, M., Liu, J., Wilde, P., Naumova, E. N., Mozaffarian, D., & Zhang, F. F. (2019). Trends in Processed Meat, Unprocessed Red Meat, Poultry, and Fish Consumption in the United States, 1999-2016. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, *119*(7), 1085-1098. <https://doi.org/10.1016/j.jand.2019.04.004>

Zvěřinová, I., Ščasný, M., & Urban, J. (2012). What Motivates Czech Consumers to Buy Organic Food?. *Sociologický časopis*, *48*(3), 509-536. <https://doi.org/10.13060/00380288.2012.48.3.06>.