

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE



FAKULTA HUMANITNÍCH STUDIÍ

obor sociální a kulturní ekologie

Bc. Barbora Dubcová

**Vliv normativních faktorů
na environmentálně šetrné spotřební
chování**

Diplomová práce

Vedoucí práce: Mgr. Jan Urban, Ph.D.

Praha 2015

Prohlašuji, že jsem práci vypracovala samostatně a použila pouze uvedené prameny a literaturu. Práce nebyla využita k získání jiného nebo stejného titulu. Současně dávám svolení k tomu, aby práce byla zpřístupněna v příslušné knihovně UK a v elektronické databázi vysokoškolských kvalifikačních prací a v souladu s autorským právem použita ke studijním účelům.

V Praze dne 15. května 2015

.....
Barbora Dubcová

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu práce panu Mgr. Janu Urbanovi, Ph.D. za cenné rady, čas věnovaný rozsáhlým konzultacím a provádění tématem, které pro mě bylo v mnoha ohledech nové. Dále patří velké poděkování všem respondentům, kteří byli ochotni zúčastnit se našeho výzkumu a věnovat mu svůj cenný čas.

Ráda bych poděkovala také svým spolužákům za hodnotné připomínky a podporu během psaní. V neposlední řadě bych chtěla vyjádřit velký dík především svému partnerovi a rodině, kteří mě po celou dobu studia podporovali a byli mi oporou při psaní této práce.

Obsah

Abstrakt.....	6
Abstract.....	6
Úvod.....	8
1. Proenvironmentální chování.....	11
1.1 Typy environmentálně významného chování.....	13
1.2 Faktory ovlivňující proenvironmentální chování.....	15
1.3 Spotřeba a spotřební chování.....	19
1.4 Proč jsme zvolili určité příklady proenvironmentálního chování?.....	26
1.4.1 Banány a jejich dopad na životní prostředí.....	27
1.4.2 Balená voda v PET lahvích a její dopad na životní prostředí.....	29
2. Sociální normy a jejich vliv na proenvironmentální chování.....	32
2.1 Typy sociálních norem.....	33
2.2 Působení deskriptivních norem na proenvironmentální chování.....	34
2.3 Manipulace sociálních norem – 6 zbraní vlivu dle Cialdiniho.....	36
2.3.1 Reciprocita.....	37
2.3.2 Příslib a stálost.....	38
2.3.3. Společenský důkaz správnosti.....	39
2.3.4 Náklonost.....	40
2.3.5 Autorita.....	41
2.3.6 Nedostatek.....	42
2.4 Pojmy úzce související se sociálními normami.....	43
2.4.1 Socializace.....	43
2.4.2 Postoje.....	45
2.4.3 Sociální ovlivňování.....	47
2.4.5 Konformita.....	48
3. Metoda a sběr dat.....	49
3.1 Experiment.....	50
3.2 Obecná škála proenvironmentálních postojů – GEB.....	51
4. Experimenty.....	53
4.1 Experiment 1.....	53
4.2 Experiment 2.....	59
4.3 Experiment 3.....	68
4.4 Experiment 4.....	75
5. Shrnutí výsledků experimentů.....	82
Závěr.....	84
Summary.....	86

Literatura:.....	88
Širší související literatura:	91
Internetové zdroje:	91
Seznam obrázků:.....	93
Seznam grafů:	93
Seznam tabulek:.....	94
Seznam příloh:	94
Příloha č. 1: Dotazník experiment 1	95
Příloha č. 2: Dotazník experiment 2	100
Příloha č. 3: Dotazník experiment 3	104
Příloha č. 4: Dotazník experiment	109
Příloha č. 5: Projekt diplomové práce.....	113

Abstrakt

Spotřební chování má zcela zásadní úlohu v otázkách problémů životního prostředí. Spotřební chování je tedy typem environmentálně signifikantního chování. Současné vzorce spotřeby a výroby nejsou dlouhodobě udržitelné. Cílem této práce bylo proto zkoumat vliv deskriptivních sociálních norem na environmentálně šetrné spotřební chování. Pro výzkum byla zvolena kvantitativní metoda randomizovaného experimentu. Data byla sbírána prostřednictvím online dotazníků. Výsledky experimentů ukázaly, že informace o chování druhých lidí mění vnímané deskriptivní normy a že změna deskriptivních norem má vliv na záměr environmentálně významného chování. Toto však bylo potvrzeno pouze v případě, kdy se lidé identifikovali s referenční skupinou, která byla nositelem deskriptivních norem. Tato práce tak rozšiřuje dosavadní poznání o vlivu deskriptivních norem na proenvironmentální chování, protože doposud se předpokládalo, že deskriptivní normy jsou významným faktorem pouze v situaci, kdy je referenční skupina velmi úzce vymezená. Tento výzkum naopak ukazuje, že se tento vliv objevuje i v případech relativně abstraktního vymezení skupiny, která je nositelem deskriptivních norem, pokud jsou vytvořeny podmínky, aby se jedinec s touto skupinou alespoň částečně identifikoval. Tyto výsledky jsou potencionálně zajímavé i z praktického hlediska a mohly by být uplatněny např. v environmentálních kampaních.

Klíčová slova: proenvironmentální chování, deskriptivní normy, spotřeba exotické ovoce, balená voda, randomizovaný experiment

Abstract

The Influence of Normative Factors on Environmentally Friendly Consumer Behavior

As consumer behavior is a type of environmentally significant behavior, it plays a fundamental role in environmental concerns of our time. In the long-term, current consumption and production patterns are not sustainable. The goal of this thesis was to investigate the influence of descriptive social norms on environmentally friendly consumer behavior using a randomized experiment quantitative approach. Data was collected using online surveys. Experiment results show that providing information about the behavior of others has an impact on how we perceive descriptive norms and that a change in

descriptive norms influences our environmentally significant behavior intentions. This was, however, only confirmed under the circumstances when respondents identified themselves with a reference group, which was a carrier of descriptive norms. Thus, this thesis broadens our knowledge of the impact of descriptive norms on environmentally friendly behavior, because it was previously assumed that descriptive norms are a significant factor only in situations with strictly defined reference groups. On the contrary, this research shows the impact of descriptive norms even in cases of relatively abstract groups with defined criteria for the identification of individuals with such a group. These results are potentially interesting from a practical perspective and could be applied e.g. in environmental campaigns.

Key words: proenvironmental behaviour, descriptive norms, consumption exotic fruit, bottled water, randomized experiment

Úvod

Spotřeba je bez pochyb neoddelitelnou součástí našeho života. Spotřebováváme každý den, ať už se jedná o potraviny, odívání, dopravu do zaměstnání, odpočinek či zábavu. Spotřeba je pro nás zcela přirozená, na druhou stranu ale může být také uměle vytvářena. S druhým typem se můžeme setkat například v okamžiku, kdy nás prodejce přesvědčí o nepostradatelnosti produktu, který jsme ještě včera neznali.

Spotřeba může být uvědomělá, kdy se snažíme reflektovat původ zboží a dopady našeho spotřebního chování. Bohužel však v tomto přístupu nemůžeme být stoprocentní, protože k značné části těchto informací vždy nemáme přístup. Stinnou stránkou nadměrné a plýtvavé spotřeby je její vliv na ekosystémy a posléze globální environmentální problémy. Negativní dopady spotřebního chování jsou ale často nezáměrnými negativními vedlejšími účinky lidského chování. Ačkoliv by se nám mohlo zdát, že je chování každého z nás zanedbatelné, je třeba si uvědomit, že negativní dopad na přírodu zaznamenáváme často až v okamžiku, kdy se jednání všech jednotlivců akumulují [Thøgersen, 2014]. Nemůžeme však tvrdit, že všechny druhy spotřebního chování mají zásadní vliv na životní prostředí. Nejvýraznější negativní dopad je přisuzován spotřebě v oblasti automobilismu, energie na vytápění a chlazení domů, rekreační cesty a dále sem mj. patří také konzumace červeného masa [Stern, 2000; Thøgersen, 2014].

V důsledku toho je spotřeba environmentálně signifikantním chováním a z tohoto důvodu je předmětem této práce. Ukazuje se [Ščasný; Urban; Zvěřinová, 2013], že růst světové populace je jedním z mnoha faktorů, které představují pro biosféru obrovský tlak. S tímto fenoménem jsou spojeny vzorce výroby a spotřeby v rozvinutých zemích, které se snaží následovat i země třetího světa, jež jsou významnou silou způsobující environmentální problémy [tamtéž]. Jak změnit spotřební chování jednotlivce směrem k větší udržitelnosti? Tato otázka vedla k volbě tématu této práce. Pokusíme se na ni v empirické části odpovědět.

Environmentální chování lze, jako jiné druhy chování, ovlivňovat celou řadou faktorů. Tato práce se zaměřuje na vliv deskriptivních sociálních norem na záměr environmentálně signifikantního chování. Je třeba zmínit fakt, že mezi záměrem a chováním nebyla zjištěna přímá souvislost [Kollmuss; Agyeman, 2002]. Zároveň zkoumat záměr je obecně méně náročné než zkoumat chování. Obecné deskriptivní normy nám říkají, jak se ostatní lidé běžně chovají v určitých situacích [Cialdini, 1988]. Představují tak jistá nepsaná pravidla, jimž se většina společnosti snaží vyhovět a přispívají tak značným

dílem k řádu ve společnosti [Thøgersen, 2006]. Normativní faktory mají velmi důležitou úlohu v environmentální problematice. Tím, že normy předepisují adekvátní chování v jistých situacích, mají velký potenciál v podporování efektivní politiky životního prostředí [tamtéž].

Text práce je rozdělen do dvou hlavních částí, přičemž teoretická část diplomové práce je rozdělena do dvou kapitol. První kapitola vymezuje pojem proenvironmentálního chování. Představuje jeho typy a blíže rozpracovává pojetí spotřeby a spotřebního chování. V této části jsou vymezeny teoretické modely a přístupy k vymezení faktorů, jež environmentálně signifikantní chování ovlivňují. V první kapitole také vysvětlujeme volbu specifického druhu spotřebního chování, které bylo použito ve výzkumu, konkrétně jsme zvolili exotické ovoce a balenou vodu v PET láhvi.

Druhá kapitola se zabývá sociálními normami. Snaží se o přiblížení jejich role v chování, které významně ovlivňuje životní prostředí. Zvláštní část je věnována typům norem a jejich vlivu na environmentálně signifikantní chování. Vlivu sociálních norem na naše chování a jejich manipulaci se věnuje podkapitola zabývající se tzv. „zbraněmi vlivu“, které vymezil psycholog Robert Cialdini [2009]. Věnujeme se zde především tomu, jak odhalit taktiky, kdy mohou druzí využívat sociálních norem k tomu, aby nás manipulovali. Znalost těchto technik může sloužit jako efektivní obrana proti nežádoucímu a mnohdy nevědomému environmentálně významnému chování.

Empirická část práce představuje metodu randomizovaného experimentu, kterou jsme zvolili pro náš výzkum. Cílem této práce je testovat hypotézu, že *deskriptivní sociální normy mají vliv na environmentálně signifikantní spotřební chování*. Metodu randomizovaného experimentu jsme zvolili pro ověření kauzality ovlivňujících a cílových proměnných. Randomizace byla zvolena pro posílení externí validity šetření. Experimenty měly podobu online dotazníku. Pro účely této práce byly provedeny dva pilotní experimenty, které nám pomohly lépe specifikovat a zúžit následující dva experimenty.

Experimenty měly zkoumat vliv deskriptivních sociálních norem na environmentálně signifikantní chování. Přidaná hodnota, kterou by tato práce měla přinést, je zkoumání role proenvironmentálních postojů jako moderátorů vlivu deskriptivních norem na environmentálně šetrné chování. V experimentech se zaměříme na spotřebu běžných produktů, které jsou všem spotřebitelům v našich podmínkách zcela dostupné. Budeme se snažit pomocí deskriptivních norem manipulovat záměr našich respondentů spotřebovat exotické ovoce a balenou vodu v PET láhvi. Tyto produkty jsme zvolili, protože mají nezanedbatelný dopad na životní prostředí (blíže rozpracovává kapitola 1.4).

Naším záměrem bylo zpracovat téma částečně v kontextu Sociální a kulturní ekologie a částečně také Sociální psychologie.

1. Proenvironmentální chování

Jan Krajhanzl [2010] vysvětluje environmentální chování jako veškerou lidskou činnost ovlivňující životní prostředí, nehledě na to, zda je vliv pozitivní, či negativní. Dle jeho definice můžeme do této oblasti zařadit například pobyt v přírodě, výsadbu stromků, jízdu terénním vozem, krmení ptáků, ale také například vypouštění toxických látek do lesní rokle. Toto vysvětlení vnímá autor jako věcně správné, nikoli však praktické pro efektivní oborovou komunikaci [tamtéž]. Chovat se proenvironmentálně znamená, že z takového jednání může mít životní prostředí a společnost užitek, přičemž se nejedná o užitek individuální [De Groot; Abrahamse; Jones, 2013].

Současná společnost stojí tváří v tvář ekologické krizi, kdy se nejen prostředí, ve kterém žijeme, ale celá biosféra mění [Krajhanzl, 2010]. V této situaci se proto odborníci soustředí především na environmentální chování, jež je spojeno se spotřebou energie, tvorbou odpadů, chemickým znečištěním atp. V užším významu tohoto spojení tedy Krajhanzl mluví o takovém chování, které výrazným způsobem ovlivňuje životní prostředí. Jako synonyma uvádí *environmentální jednání* či *záměrné environmentální chování*. Podrobněji environmentální chování člení dle hlediska dopadů na příznivé a nepříznivé k životnímu prostředí. *Proenvironmentálním chováním* pak autor označuje jednání, které má významné a zároveň příznivé dopady na životní prostředí [tamtéž].

V literatuře zabývající se environmentální problematikou se můžeme setkat s řadou velmi blízkých pojmů, jako např. *zelené chování*, *proekologické chování*, *environmentálně uvědomělé chování*, *environmentálně přívětivé chování*, *environmentálně zodpovědné chování*, *environmentálně významné chování* aj. Užití těchto pojmů však může být v některých případech matoucí. Podstatné je chování rozlišovat na základě dvojího základního členění:

- ❖ chování s pozitivními environmentálními dopady (snižování tlaku na přírodu),
- ❖ chování s významným dopadem na životní prostředí (ať už pozitivním, nebo negativním). Zde se řadí pojmy jako *environmentální chování* a *environmentálně významné chování* [Ščasný; Urban; Zvěřinová, 2013].

Rozpor mezi postoji a chováním

Mezi environmentálním uvědoměním, znalostí neblahých účinků určitého chování a samotným proenvironmentálním chováním jednotlivce nebyla zjištěna přímá souvislost [Kollmuss; Agyeman, 2002]. Pravděpodobným vysvětlením je, že lidé často nejednají v souladu s tím, co deklarují. V souvislosti s tímto problémem byla představena řada teorií a provedeny stovky studií. Žádná z nich ovšem zatím nepřinesla konečné vysvětlení daného fenoménu [tamtéž].

Psychologickými kořeny poškozování životního prostředí a kauzalitou mezi environmentálními postoji a proenvironmentálním chováním se zabývá obor environmentální psychologie a environmentální sociologie. Odborníci se již více než 40 let věnují výzkumu kořenů přímé a nepřímé environmentální akce. Odpověď na otázku „Proč se lidé chovají, či nechovají šetrně k životnímu prostředí a na jaké překážky při tom narážejí?“ je však velmi komplexní [tamtéž]. V praxi se environmentální chování měří např. pozorováním či analýzou vlastních výpovědí respondentů. Většina výzkumů sbírá data přímo od aktérů prostřednictvím dotazníku, v němž zjišťují chování daného respondenta [Ščasný; Urban; Zvěřinová, 2013].

Environmentální chování podle dopadu a záměru a aktéra

Environmentálně signifikantní chování lze také sledovat na základě dvou hledisek – podle *dopadu* a *záměru aktéra*. Oba přístupy jsou přitom pro účely výzkumu environmentálně signifikantního chování důležité z jiného důvodu. Dopadově zaměřená teorie je podstatná kvůli rozpoznání cíleného chování, které může způsobit výrazné změny v přírodě. Na druhé straně v případě, že pochopíme přesvědčení a motivy lidí k jejich chování (dle záměrově orientovaného přístupu), můžeme toto chování změnit.

- **Environmentální chování dle dopadu aktéra**

V této kategorii se zohledňuje rozsah, v jakém způsobuje dané chování změny dostupnosti materiálních a energetických zdrojů v životním prostředí a do jaké míry mění takové chování celkovou strukturu a dynamiku ekosystémů, ba dokonce celé biosféry. Určité druhy chování přitom způsobují environmentální změnu přímo (deforestace, produkce domácího odpadu, živočišná výroba aj.).

Chování veřejnosti však může mít na životní prostředí i nepřímý vliv. Příkladem je například chování ovlivňující ceny komodit na světových trzích nebo národní

environmentální či daňová politika. Toto jednání může mít ve svých důsledcích sice nepřímý, leč velmi zásadní dopad na životní prostředí [Stern, 2000].

- **Enviromentální chování dle záměru aktéra**

V minulosti byl dopad lidské činnosti na životní prostředí chápán především jako vedlejší produkt na cestě k dosažení lidského blahobytu, odpočinku od práce, mobility, zábavy, sociálního statutu atd. Společnost dosáhla takové úrovně, kdy byla schopná všechny tyto potřeby saturovat [tamtéž]. Teprve poměrně nedávno se změnil k této problematice přístup a začala být akcentována potřeba přírodu chránit – jinými slovy nabyl na důležitosti záměr aktéra.

Nový přístup obnášel pohled jednotlivce, který se vědomě chová tak, aby prostředí více nezatěžoval a v ideálním případě jej změnil k lepšímu. Stern uvádí příklad z USA, kde mnoho lidí nepoužívá spreje v tlakových plechových lahvích v domnění, že tak chrání ozonovou vrstvu před škodlivými chemikáliemi. Avšak nebezpečné látky, které se dříve do těchto lahví přidávaly, byly zakázány již před dvěma desítkami let. Takto typicky vzniká rozpor mezi environmentálním záměrem a dopadem, jenž nastoluje řadu otázek týkajících se přírody a klíčových faktorů přesvědčení jednotlivce o významnosti vlivu jeho chování na životní prostředí [tamtéž].

1.1 Typy environmentálně významného chování

Dle Sterna [2000] existují tři podkategorie:

- 1) *Environmentální aktivismus*, tj. účast v organizacích věnujících se problematice životního prostředí, účast na demonstracích atp.
- 2) *Chování ve veřejné sféře neaktivistického charakteru*. Zde je nutné rozlišovat mezi aktivnějšími druhy environmentálního občanství (např. podpora petic podporujících environmentální témata, podpora environmentálních organizací aj.) a přijmutím a podporou veřejné politiky (vyjádřený souhlas s regulacemi podporujícími ochranu životního prostředí, ochota platit vyšší „environmentální“ daně atp.). I když toto jednání nemá přímý vliv, působení na veřejnou politiku může mít na přírodu o to větší účinek, protože právě efektivní veřejnou politikou lze změnit chování společnosti i jednotlivých organizací současně.

3) *Environmentalismus v soukromé sféře*. Chováním v soukromé oblasti se zabývají především psychologické výzkumy zaměřující se na spotřebu. Hlavními oblastmi zájmu jsou nákup, užití a likvidace odpadu domácností, které mají významný dopad na životní prostředí. Tento druh chování lze dále členit na další podskupiny podle typu náročnosti rozhodování – nákup výraznějších položek, které mají signifikantní dopad na naše prostředí (např. nákup osobního automobilu), volba energie spotřebovávané v domě, způsob trávení dovolené (masový vs. měkký turismus) aj. Při nákupních rozhodnutích takového rozsahu je vždy žádoucí zvažovat jejich důsledky. Soukromá oblast environmentalismu má na rozdíl od té veřejné přímé environmentální následky. Dosah individuálního chování jednotlivce je však přesto malý a vliv je patrný až v agregované podobě, kdy množství jednotlivců dělá nezávisle na sobě stejnou věc [tamtéž].

Teorie hodnot, přesvědčení a norem

V souvislosti s environmentálně významným chováním přišel Stern [2000] s teorií neaktivistického environmentalismu, založenou na hodnotách, přesvědčeních a normách (Value-belief-norm theory). Tato teorie propojuje koncept Inglehartovy hodnotové teorie, teorie aktivace norem a nové environmentální paradigma (angl. NEP = New Environmental Paradigm).

Inglehartova teorie představuje osu, na jejíž levé straně stojí materialismus a na straně opačné postmaterialismus. Na této ose má docházet k posunu hodnot ve směru zleva doprava. Teorie je založena na předpokladu, že lidé již naplnili své základní materiální potřeby. Nová poválečná generace, vyrůstající v jiném společenském klimatu má nyní prostor pro upřednostňování hodnot nevázaných na materialismus, na vztah k přírodě, akcentující její vnitřní hodnotu. Inglehart přitom nevyklučuje vzájemnou závislost hodnot. Pakliže dojde k úbytku hodnot na jedné straně osy, přibudou hodnoty na straně druhé – navzájem se „přelévají“ [Inglehart; Abramson, 1995].

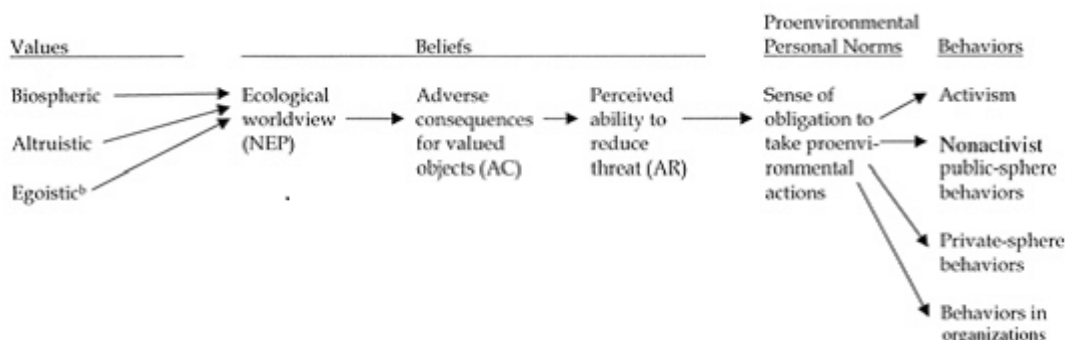
Teorie aktivace norem je Schwartzova teorie altruistické aktivace morálních norem, podle níž se altruistické chování (tedy i proenvironmentální), objevuje jako reakce na osobní morální normy, jež jsou spuštěny u jednotlivce, který je přesvědčen o tom, že dané podmínky ohrožují ostatní (vědomí nepříznivých důsledků), a že jeho konání by mohlo těmto následkům zabránit (připisuje situaci vlastní odpovědnost) [In: Stern, 2000].

NEP vzniklo v 70. letech minulého století na základě potřeby nahradit původní Dominantní společenské paradigma (DSP) sestávající z (v tehdejší společnosti)

převládajících hodnot, názorů a postojů. Toto paradigma mělo reprezentovat společenské vnímání světa a mentální obraz sociální reality, který vede očekávání panující ve společnosti. Hlavními pilíři, na nichž DSP stálo, byla víra v nadbytek a pokrok, oddanost hospodářskému růstu a prosperitě, důvěra ve vědu a technologie a přesvědčení o správnosti laissez-faire ekonomiky, omezeného vládního plánování a posvátnosti soukromého vlastnictví. Tehdy si společnost začala uvědomovat, že všechny tyto aspekty přispívají k narušování životního prostředí a stojí v cestě jeho nápravě. NEP vzniklo jako reakce na stále více aktuální „limity růstu“, dosažení stálé státní ekonomiky a nutnost udržení rovnováhy v přírodě. [Dunlap; Van Liere, 2008].

Samotný model hodnot, přesvědčení a norem spočívá v kauzálním řetězci, který se pohybuje ve směru od relativně stabilního přes ústřední prvky osobnosti a strukturu přesvědčení po cílenější přesvědčení o vztahu člověka a přírody (NEP), ale zdůrazňuje jeho důsledky a odpovědnost jednotlivce za přijetí nápravných opatření [Stern, 2000]. Obrázek č. 1 zobrazuje Sternovu teorii.

Obrázek 1. Schéma Sternovy teorie VBN (value-belief-norm)



Zdroj: <http://see-change.org.au/node/926>

1.2 Faktory ovlivňující proenvironmentální chování

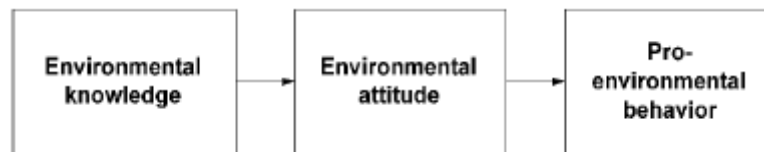
Bylo sestaveno více modelů, které zachycují faktory a postoje ovlivňující proenvironmentální chování. V této práci představíme následující vybrané modely a teorie:

- ❖ Burgessův model proenvironmentálního chování
- ❖ Teorie Rajeckeho
- ❖ Ajzenova teorie plánovaného chování
- ❖ Sternovo vymezení faktorů ovlivňujících chování k životnímu prostředí

Burgessův model

Nejstarší a zřejmě nejjednodušší Burgessův rámec ze 70. let minulého století [Kollmuss; Agyeman, 2002] byl založen na lineární posloupnosti, kdy se vycházelo ze znalosti, která vede k environmentální uvědomělosti a posléze i k postoji. Tento proces měl vést k proenvironmentálnímu chování (viz obrázek č. 2). Na základě této teorie by tedy měli všichni lidé obeznámení s tématy týkající se životního prostředí automaticky změnit své chování tak, aby přírodu méně zatěžovali.

Obrázek 2. Model proenvironmentálního chování (Burgess)



Zdroj: Kollmuss; Agyeman, 2002

Spolehlivost tohoto modelu však byla pozdějšími výzkumy vyvrácena [tamtéž]. Ukázalo se, že pouhá uvědomělost, i když se později přemění ve znalost, nevede k šetrnému chování. Přesto vlády mnoha zemí využívaly tento přístup ve snaze přimět občany k uvědomělejšímu jednání. Příkladem mohou být ochránářské kampaně britské vlády „Save It“ z poloviny 70. let a „Are you doing your Bit?“ z roku 1998, kdy bylo cílem apelovat na veřejnost ve věci udržitelného rozvoje [tamtéž]. Změnit lidské chování a postoje ale není v silách kampaně, přestože ta má jistě svůj podíl na přispívání k osvětě. Zbavit se hluboce zažitých návyků a přijmout nové přístupy je velmi náročný úkol a obnáší jistou časovou náročnost a schopnost flexibility.

Teorie Rajeckeho

Nesouladem mezi postoji a chováním se zabýval Rajeckí [In: Kollmuss; Agyeman, 2002], jehož teorie hovoří o čtyřech příčinách tohoto rozporu [tamtéž]:

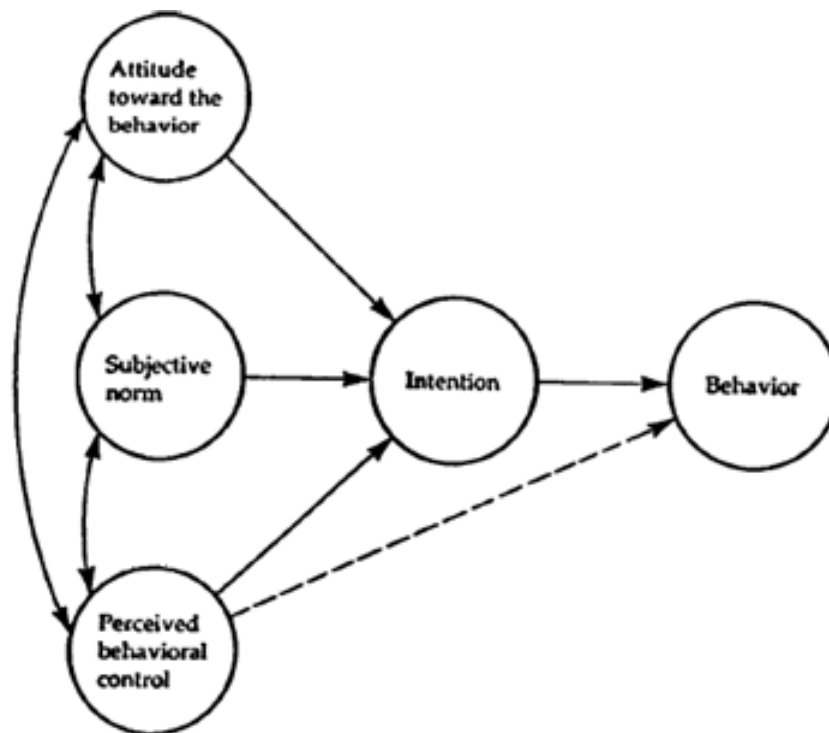
- ❖ *Přímá vs. nepřímá zkušenost* – silnější vliv na naše chování má bez pochyb přímá zkušenost. Setkáme-li se osobně s environmentálním problémem, má na nás tato zkušenost mnohem větší účinek než teoretické studium o špatném stavu životního prostředí ve škole. Přímá zkušenost vede k intenzivnější souvztažnosti postoje a chování.

- ❖ *Normativní vlivy* – do této kategorie patří společenské normy, zvyklosti v rámci rodiny a kultury, které naše postoje přímo ovlivňují. Žijeme-li ve společnosti, jejíž atmosféra přeje spíše neudržitelnému způsobu života, bude se propast mezi proenvironmentálními postoji a jednáním prohlubovat [tamtéž].
- ❖ *Časový nesoulad* – nestálost ve výsledcích našeho jednání se objevuje v případě, kdy je sběr dat pro postoje a dat pro chování od sebe velmi vzdálený. Příkladem může být situace po katastrofě v Černobylu, kdy byla převážná většina Švýcarů proti jaderné energii. O dva roky později se ve Švýcarsku objevila zpráva o zastavení stavby jaderného reaktoru, která se měla uskutečnit za 10 let. Tentokrát bylo memorandum o zastavení stavby schváleno jen velmi těsně [tamtéž].
- ❖ *Měření postojů a chování* – mnohdy má měření postojů a chování široký záběr a může být formulováno velmi obecně (např. Záleží Vám na životním prostředí? Třídíte odpad?). Toto může vést k velkým nesrovnalostem ve výsledcích [tamtéž].

Ajzenova teorie plánovaného chování

Dalším rámcem, který se zaměřuje na měření a srovnávání postojů a chování, je *teorie plánovaného chování* [Ajzen, 1991]. Ústředním bodem tohoto konceptu je záměr jedince uskutečnit určité chování (viz obrázek č. 3). Záměr je předpokladem motivace, která dané chování ovlivní. Úmysl dává najevo, jak moc je člověk ochoten pokusit se chování uskutečnit, kolik úsilí chce věnovat tomu, aby se podle záměru zachoval. Obecně by se dalo předpokládat, že čím silnější je úmysl, tím větší je pravděpodobnost, že člověk dané chování uskuteční. Nicméně úmysl jednat je uskutečněn pouze za předpokladu, že je dané jednání kontrolováno vůlí. Tedy pokud se člověk může dle libosti rozhodnout, zda chování uskuteční, či ne. Některé druhy chování jsou pak bez pochyb limitovány faktory, jako například finanční prostředky, čas, schopnosti, spolupráce druhých aj. Toto představuje skutečnou kontrolu jedince nad chováním [tamtéž]. Fishbein a Ajzen poukázali především na to, že pokud chceme zkoumat vztah mezi postoji a chováním, musíme měřit postoj s ohledem na zcela konkrétní chování. Měření postojů ke globální změně klimatu a řízení automobilu většinou neukáže žádnou korelaci, protože občas řídí i velmi uvědomělí jedinci, kteří jsou s kauzalitou cestování automobilem a změnou klimatu seznámeni. Úžeji zacílené měření vede k vyšší souvislosti, ale značná část informace se může vytratit (např. člověk, který nerad chodí v dešti, si zvolí jízdu autem) [In: Kollmuss; Agyeman, 2002].

Obrázek 3. Schéma teorie plánovaného chování



Zdroj: Ajzen, 1991

Sternovo vymezení faktorů ovlivňujících chování k životnímu prostředí

Vymezení dle Sterna [tamtéž] představuje přehledným způsobem čtyři typy příčinných proměnných, které ovlivňují chování s významným dopadem na přírodu, přičemž upozorňuje na fakt, že různé druhy proměnných hrají roli u odlišných druhů chování:

- ❖ *Postojové faktory* – do této kategorie spadají normy, přesvědčení a hodnoty. Jedná se o obecné předpoklady chovat se s proenvironmentálním záměrem, který může posléze ovlivnit veškeré chování, o němž jednotlivec uvažuje jako o environmentálně významným. Stern do této skupiny řadí i osobní morální normy ve smyslu teorie Hodnoty – Přesvědčení – Normy.
- ❖ *Kontextové tlaky* (contextual forces) – do této skupiny patří mezilidské vlivy (přesvědčování, vzor), očekávání komunity, reklama, vládní nařízení a předpisy, jiné právní a institucionální faktory, fyzická náročnost jednotlivých aktivit, možnosti a omezení technologií, stavebnictví, místní politiky podporující dané chování, sběrná místa tříděného odpadu, ale také řada faktorů sociálního, ekonomického a politického charakteru.

- ❖ *Osobní schopnosti* – tyto faktory vyžadují znalosti a způsobilost ke konkrétnímu jednání. Ne každý je schopen si sám efektivně zateplit dům či být organizátorem aktivistického hnutí. Osobní schopnosti určují také dostupné finanční prostředky, gramotnost, sociální status, moc, věk, gender, vzdělání, rasa. Tyto faktory mohou přesto jen velmi omezeně vysvětlovat řadu environmentálně signifikantního chování. Mohou být ale zásadní právě u chování, jež závisí na určité schopnosti.
- ❖ *Zvyk a rutina* – změna chování si žádá změnu dřívějších návyků a je třeba nastavit si nová pravidla, podle nichž se bude jedinec řídit.

Vzhledem k tomu, že environmentální dopad a záměr nejsou totéž, nemohou teorie zabývající se environmentalismem zcela rozklíčovat, jak změnit environmentálně významné chování [Stern, 2000]. Záměr osoby, jež chce chránit životní prostředí, je pouze jedním z faktorů, který jeho chování ovlivňuje, a velmi často nebývá řazen mezi těmi nejdůležitějšími. Nezřídka se pak jednotlivec dopouští chování, které doprovází proenvironmentální záměr, leč jeho dopad je negativní, či velmi nízký (viz výše uvedený příklad s používáním plechových tlakových nádob u amerických spotřebitelů). Mnohokrát je pak také environmentálně signifikantní chování konáno na základě zvyku nebo stereotypů v dané domácnosti. Příkladem může být oblíbená značka hygienických výrobků nebo nastavení termostatu v domácnosti. Neméně důležitým faktorem je také finanční příjem či infrastruktura (dostupnost veřejné dopravy, zateplování domů aj.) [tamtéž]. Každý spotřebitel má přitom k dispozici nepřebornou plejádu produktů, z nichž může vybírat ten, o němž se domnívá, že pro životní prostředí představuje menší zátěž (např. podle označení EKO či BIO). Nemůže již ale ovlivnit způsob výroby, dopravy a skladování daných produktů. Tyto informace jsou obvykle pro obyčejného spotřebitele velmi obtížně dohledatelné, či zcela nepřístupné.

1.3 Spotřeba a spotřební chování

Spotřeba je typem proenvironmentálního chování. Přímější tlak na životní prostředí je sice přisuzován více sféře výroby, avšak právě konzum je hlavní příčinou a důvodem produkce. Proto lze hovořit o nepřímých negativních environmentálních dopadech spotřeby [Thøgersen, 2014]. Důležité je, že tyto jsou často pouze nezáměrnými negativními vedlejšími účinky lidského chování. Jednání jednotlivce může být chápáno s jistou nadsázkou jako zanedbatelné a přehlédnutelné. Problém nastává ve fázi, kdy se akumulují nežádoucí dopady chování celé společnosti [tamtéž].

Ne všem druhům spotřebního chování lze přisuzovat stejnou míru environmentální náročnosti. Dle European Environmental Agency představuje největší zátěž spotřeba v oblasti jídla a nápojů, bydlení a infrastruktury a mobility [tamtéž]. Mezi obzvláště zatěžující pak patří konkrétně konzumace červeného masa, automobilismus (mimo emise skleníkových plynů jde také o hluk, fragmentaci krajiny, náklady na výrobu automobilů, spotřebu fosilních paliv aj.), vytápění a chlazení. Přestože si je jedinec mnohdy negativních důsledků svého jednání vědom, k neudržitelné spotřebě ho může částečně vést například i infrastruktura, která přeje více osobní automobilové oproti veřejné či nemotorové dopravě [tamtéž].

Fenoménu spotřeby se začali antropologové věnovat v 80. letech 20. století. Během dvou dekád se z konzumu stalo jedno z hlavních témat teoretického diskurzu. Graeber [2011] se vymezuje proti převládajícímu přístupu ke spotřebě a upozorňuje na to, že si antropologové zabývající se spotřebou málokdy položili otázku, proč se téměř všechny formy lidského sebevyjádření a požitků považují za konzum stejně tak jako třeba jídlo. Pozastavuje se nad tím, že ať už kupujeme kosmetický přípravek, vaříme večeři, sledujeme televizi či zpíváme v karaoke baru, všechny tyto aktivity jsou chápány jako spotřeba či spotřební chování. Od poloviny 80. let se diskuze na toto téma v obci antropologů, historiků, sociologů či kulturních věd zaměřovala na kritiku předchozích vzdělavců pro zanedbatelnou pozornost, kterou tématu věnovali. Obecně sdíleným názorem pak dodnes zůstává, že za rozšíření produkce a zvýšení spotřeby je zodpovědné umělé vytváření potřeb, za kterým stojí masivní marketingové a reklamní strategie.

Různá pojetí pojmu *spotřeba*

Ekonomie chápe spotřebu jako individuální volbu jedince mezi řadou možností, jak optimalizovat svůj profit. Sanne [2002] pojetí konzumu formuloval do tří přístupů:

- ❖ *Utilitářský* – jedná se o ekonomický přístup, který klade důraz na psychologické aspekty. Dříve představoval uspokojování základních potřeb. Jedinec je motivován ke konzumu tak, aby maximalizoval svůj užitek, pocit spokojenosti, štěstí, saturace potřeb. Můžeme změřit utilitu u jedince, nelze ale užitek srovnávat mezi jednotlivými spotřebiteli. Vychází se z předpokladu, že čím více spotřebováváme, tím lépe.
- ❖ *Diferenciální* – přístup založený na sociálních vztazích. Konzum je chápán jako systém symbolů, které vytvářejí jistý význam v určitém prostoru a čase.

Je rozhodující pro určení místa v sociální hierarchii a dává najevo jedincův sociální status. Odlišuje bohaté a chudé. Oligarchní bohatství je určeno pouze někomu (luxusní domy, automobily), zatímco demokratické bohatství je dostupné všem (veřejná knihovna či koupaliště). Diferenciální konzum je otázkou vkusu a módy. Jedinec touto cestou vyjadřuje svou příslušnost k určité subkultuře. Status neurčuje jen kvantita, ale také kvalita statků a služeb, které jedinec spotřebovává.

- ❖ *Kulturální* – vyjadřuje vztah jedince k sobě samému, sebeporozumění. Konzumem tak dává signál sám sobě, komunikuje se sebou a vytváří vlastní identitu. Lze vyjádřit větou: „To, co spotřebovávám, odráží mou osobnost.“ Tento přístup ke spotřebě je možno hledat například v zařizování domácnosti, ve stylu oblékání apod. Může ale také reprezentovat jistý útěk z nudy, každodenní všednosti. Všechny tyto vztahy jsou založeny na prospěchu daného jedince [tamtéž].

Jan Keller hovoří [2005] o soukromém konzumu, jenž má zajistit útočiště přesně šité spotřebiteli na míru. Organizace, které jsou v moderní době velmi odosobněné, podřízené diktátu mnohdy zbytečně zatěžujících předpisů a norem, většinou neposkytují jedinci možnost kontrolovat či zasahovat do jejich chodu. Konzum pak lze chápat jako jistý azyl, do kterého se lidé v individualizované společnosti uchylují ne z čiré hamižnosti či malichernosti, ale proto, aby kontrolou nad nabytými statky získali kontrolu alespoň nad něčím, nemůžou-li výrazně ovlivňovat záležitosti, které se jich dotýkají jako např. politika či ekonomika [tamtéž]. Nebude-li jedinec kupovat stále nové věci, může tím ohrozit svůj sociální status, a zaostávat tak za ostatními, kteří si tyto věci již pořídili. Takové *ohrožení* může ovlivnit i injunktivní normy, protože může být ve skupině, se kterou se chce jedinec ztotožnit a zapadnout do ní, žádoucí určité spotřební chování, kterému chce dostat (např. vlastnění nejnovějšího modelu mobilního telefonu či dovolená ve vzdálených exotických destinacích).

Riesman [In: Keller, 2005] připodobňuje nákupní zvyklosti v naší společnosti rituálům v *primitivních* kulturách, spojených s jistým přechodem. Takovým obřadním chováním může být v podmínkách naší společnosti například nákup prvního automobilu jako znaku dospělosti, koupě pračky do nového bytu pro novomanželský pár apod. Právě automobil je jistým statusovým symbolem. Nyní se tyto úkony dějí v naší společnosti v

soukromí, zatímco u *primitivních* národů jsou vstupy do nových životních etap doprovázeny rituálními obřady za účasti celé komunity [tamtéž].

Schnaibergův běžící pás

Na začátku 80. let minulého století přirovnal americký environmentální sociolog Allan Schnaiberg enormní výrobu po 2. světové válce a její důsledky na životní prostředí *k běžícímu pásu výroby* (treadmill of production), po vzoru Fordova jednoduchého a efektivního výrobního modelu. Upozorňoval především na nastavení moderní průmyslové společnosti, jež je poháněna touhou po zisku a adorací hospodářského růstu. Dle Schnaibergovy teorie jsou podniky nuceny akumulovat kapitál, který dále investují do svého rozvoje, snižovat náklady, maximalizovat zisk a především neustále bojovat o místo na trhu a být konkurenceschopné. Bojují o své místo na běžícím pásu. V porovnání s předindustriální společností je lidská práce nahrazována levnějšími stroji a novými výrobními postupy. Nový trend v oblasti výroby si kladl větší nároky na výrobní zdroje, energii, chemikálie a tvorbu odpadů. Kombinace těchto skutečností představuje pro životní prostředí obrovskou zátěž a je zdrojem řady globálních problémů životního prostředí [Novák, 2011].

Fungování běžícího pásu ovlivňují tři aktéři: *pracovní síla, stát a kapitál* [Obach, 2004]. Zatímco první dva mají ambivalentní roli – zrychlují, ale zároveň i zpomalují pás, kapitál má jednotnou úlohu akumulace sebe sama. Stát prostřednictvím vlády usnadňuje ekonomický rozvoj podporou kapitálu, spotřeby, zvládním k trhu neodmyslitelných selhání a poskytováním nutné legitimizace systému odkazováním na určité sociální potřeby. Stát je k pohánění pásu motivován přímou kontrolou a poptávkou ze strany vlastníků kapitálu a veřejným tlakem voličů, kteří hledají práci a veřejné statky a služby. Pracovní síla je hnána svými vlastními zájmy. Práce si nárokuje podíl na narůstajícím bohatství, které vzniká v dynamické kapitalistické společnosti, a zajištění zaměstnanosti. Pracovní síla představuje nejslabší článek tohoto řetězce a reformní hnutí u tohoto aktéra by mělo potenciál přesměrování celého systému [tamtéž].

Logiku běžícího pásu tvoří šest prvků [Foster; Clarke, 2005]:

- ❖ rostoucí akumulace bohatství, kterou reprezentuje hrstka bohatých na vrcholu pomyslné společenské pyramidy;
- ❖ námezdní pracovníci;

- ❖ konkurenční boj mezi podniky, které usilují o rozdělení nashromážděného bohatství do rozvoje nových technologií pro další rozšíření výroby;
- ❖ potřeby, které jsou umělé vytvářené, aby stimulovaly nenasytný hlad po dalších statcích;
- ❖ vláda, jež přebírá čím dál tím větší zodpovědnost za prosazování růstu HDP, přičemž má zajistit určitou úroveň sociálních jistot alespoň pro část svých občanů;
- ❖ dominantní komunikační prostředky a vzdělávání, které mají posilovat priority a hodnoty pásu.

Ruku v ruce s rozbíhajícím se pásem výroby běží i pás spotřeby. Schnaiberg vede polemiku s neoklasickou ekonomikou hájící principy výroby jako přirozenou reakci na poptávku. Schnaiberg tvrdí, že v kapitalistické společnosti jsou naopak lidské potřeby a přání významně vytvářeny právě výrobními poměry [In: Novák, 2011]. Potřeba nového automobilu, mobilního telefonu či dovolených ve vzdálených destinacích je sociálním konstruktem, na rozdíl od potřeb fyziologických. Dokladem toho může být i průmysl reklamy, který zažívá dynamický růst. Důležitým faktorem hladkého průběhu běžícího pásu je především narůstající rychlost výroby a spotřeby, jež je přímo úměrná růstu HDP a *prosperující* ekonomice. Účastníci této komplexní mašinerie na straně výroby i spotřeby jsou tak podle logiky pásu nuceni držet tempo a stále běžet, více vyrábět a více spotřebovat. Ne všichni však podle této teorie běží stejně rychle. Menšiny mocných si ani nemusí všimnout toho, že se pás pohybuje. Méně vlivní mohou běžet jen volně, ale většina společnosti se snaží běžet co nejrychleji, aby se na pásu udržela. Nebezpečí běžícího pásu spočívá nejen v environmentálních problémech, ale také ve skutečnosti, že z globalizovaného pásu mají prospěch především akcionáři, investoři a majitelé velkých korporací, kterým se tak zvyšuje jejich politický i ekonomický vliv [tamtéž].

Jevonsův paradox

V roce 1865 vyšla kniha W. S. Jevonse *The Coal Question: An Inquiry Concerning the Progress of the Nation, and the Probable Exhaustion of Our Coal-Mines*, v tehdejší době první rozsáhlejší studie o spotřebě uhlí a jeho dopadu na růst průmyslu. Jevons v této studii argumentuje proti tehdy většinovému názoru, že snižující se nabídka uhlí půjde ruku v ruce s novými způsoby využívání tohoto zdroje efektivněji a ekonomičtěji. Efektivnější využívání uhlí jako energetického zdroje vede pouze ke zvyšování poptávky po něm,

nikoli k snižování. Zlepšení využití této suroviny vede k dalšímu ekonomickému rozmachu a dalšímu rozšiřování výroby [In: Foster; Clarke, 2010]. Vyrobit-li automobil, který je schopen spotřebovat méně ropy, nevede to ke snížení emisí CO₂, ale k tomu, že se majitel takového automobilu může dopravit za stejné peníze do vzdálenější destinace. Vytřídíme-li a zrecyklujeme-li většinu plastového odpadu, dosáhneme menšího znečištění skládek a obecně životního prostředí, můžeme si tím ale legitimizovat např. spotřebu PET lahví a celková výroba plastových produktů a spotřeba ropy se tím rozhodně nesníží. Paradox tedy tkví ve skutečnosti, že těmito *nápravnými opatřeními* neřešíme příčinu, ale následky. Fakt, že řešíme následky, nutně nemusí znamenat, že se automaticky snižuje zátěž na životní prostředí.

IPAT - dopad lidské činnosti na ekosystémy

Jedním z hlavních pojmů, který se vyskytuje v Miléniovém hodnocení ekosystémů (MEA), je *kvalita života* či *blahobyt* [Moldan, 2009]. MEA je významné hodnocení, které v roce 2001 iniciovalo OSN. Hlavním cílem bylo zhodnotit důsledky změny ekosystémů na lidský blahobyt a na základě vědeckých poznatků stanovit ochranné a udržitelné využívání ekosystémů [www.millenniumassessment.org]. Tento dokument je zcela otevřeně antropocentrický. Klade velký důraz na přímou souvislost stavu životního prostředí lidského života, která je jím přímo podmíněna. Blahobyt je chápán v širším slova smyslu, patří sem řada hledisek lidského života nikoli tedy jen hledisko materiální. Podle MEA jej tvoří 5 složek: *jistoty, základní materiál pro dobrý život, zdraví, dobré společenské vztahy*, které směřují k poslednímu atributu *svobodě volby a činu*. Holdren a Ehrlich [In: Moldan, 2009] představili v roce 1974 rovnici IPAT (z angl. Impact, Population, Affluence, Technology). Do této rovnice tedy dosazujeme zátěž prostředí, velikost populace, materiální nároky (blahobyt) a environmentální náročnost, s jakou tyto nároky uspokojujeme:

$$I = P \times A \times T$$

Pro téma této práce je důležité především A a T. O těchto pojmech totiž hovoříme jako o vzorcích spotřeby a výroby [tamtéž]. Tyto jsou chápány jako zcela zásadní na cestě k dosažení udržitelného rozvoje. Pojem udržitelný rozvoj je opřen o celou řadu definic. Historicky první definování udržitelného rozvoje zvláštní komisí OSN pod vedením Bruntlandové se objevilo v publikaci *Naše společná budoucnost* (1987), kde se také poprvé objevuje spojení *trvale udržitelný rozvoj*. Tato definice zněla: „*Trvale udržitelný rozvoj je*

takový způsob rozvoje, který uspokojuje potřeby přítomnosti, aniž by oslaboval možnosti budoucích generací naplňovat jejich vlastní potřeby.“ [Rynda, 2012: 71]. Rynda v původní definici vidí důraz na esenciální etickou rovinu, postrádá v ní ale explicitní vyjádření přírody či životního prostředí a přichází s vlastním vymezením pojmu: „*Trvale udržitelný rozvoj je komplexní soubor strategií, které umožňují pomocí ekonomických prostředků a technologií uspokojovat lidské potřeby, materiální, kulturní i duchovní, při plném respektování environmentálních limitů; aby to bylo v globálním měřítku současného světa možné, je nutné redefinovat na lokální, regionální i globální úrovni jejich sociálně-politické instituce a procesy.*“ [Rynda, 2012: 72].

Moldan [2009] hovoří o tom, že rostoucí trend ve spotřebě (zboží a služeb) je zásadní překážkou významné nápravy stavu životního i přírodního prostředí, jak na úrovni lokální, tak posléze i globální. Velmi často se mluví o nadměrné spotřebě a plýtvání. Problém nastává v okamžiku, kdy má dojít k určení jisté hranice zbytnosti, postradatelnosti. Určité snahy a náměty určit tuto hranici se však již objevily. Jednou z nich může být například přístup individuální odpovědnosti. Přisuzování odpovědnosti spotřebiteli je ale velmi kontroverzním tématem. Problematikou termínu blahobyt se zabývá ekonomie – *ekonomie blahobytu* (welfare economics) nebo také *ekonomie štěstí* (happiness economics). Předmětem těchto vědních disciplín je určit, co vše determinuje pocit štěstí a blahobytu, přičemž se obvykle vycházejí z Maslowovy hierarchie potřeb [tamtéž].

Otázka odpovědnosti

Odpovědnost za následky současného tempa a rozsahu spotřebního chování a jeho dopadu na životní prostředí je nutné přisuzovat všem aktérům, kteří se na tomto složitém mechanismu podílejí. Svůj podíl a možnost udělat změnu má jak výrobce, tak spotřebitel. Stejně tak však nese odpovědnost také stát jako tvůrce dílčích politik, jehož úlohou je vytvářet vhodné prostředí a podmínky pro firmy i pro občany/spotřebitele, alespoň do té míry, v níž není limitován účastí v mezinárodních organizacích a smlouvách.

Byla by však chyba domnívat se, že mají všechny strany stejný podíl na globálních problémech životního prostředí a stejné možnosti dosáhnout změny. V praxi se můžeme setkat i s extrémními případy přebírání individuální odpovědnosti. Příkladem může být případ Američana Johna Webstera [Kala, 2011], který se na základě zjištění, že za změnou klimatu stojí zejména spotřeba ropy, rozhodl vyřadit tento neobnovitelný zdroj ze svého

života a k tomuto rozhodnutí přiměl i svou rodinu. O této zkušenosti byl natočen dokumentární film „Recipes for Disaster“. V praxi to znamenalo, že Websterova rodina přestala používat konvenční automobil a nakupovat a používat produkty vyrobené z plastu. Tyto pak byli nuceni nahrazovat mnohdy horšími možnostmi. Websterovi byli neustále nuceni hledat kompromisy. Situace se nakonec stala natolik paradoxní, že byl John Webster nucen dojíždět 300 km pro šetrné palivo, u nějž je za těchto okolností šetrnost sporná [tamtéž].

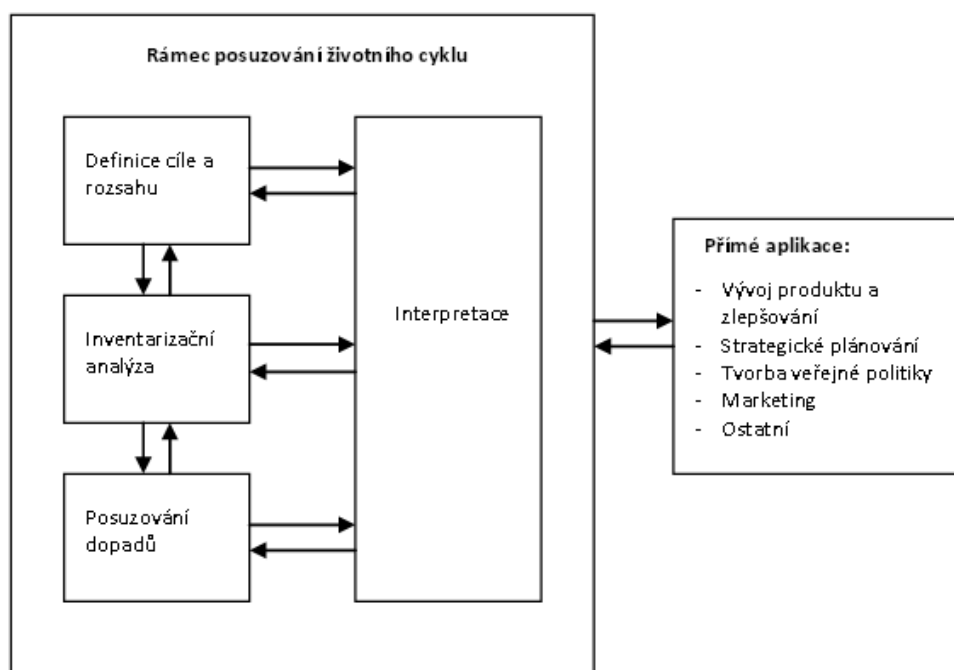
Také Maniates [2001] upozorňuje na problém *individualizace odpovědnosti*. Vysvětluje, že pokud vnímáme environmentální problémy jako důsledek chování jednotlivců, nezbyvá pak prostor pro zvažování, do jaké míry se na vině podílí institucionální a politická sféra. Nárůst individualizované odpovědnosti nás nebezpečně zaslepuje před vnímáním sebe sama jako demokratických občanů, kteří mohou společně pracovat na širší politice a společensky odpovědnějších institucích. Maniates zároveň varuje před chápáním naší role pouze jako spotřebitele [tamtéž].

1.4 Proč jsme zvolili určité příklady proenvironmentálního chování?

Tato práce se zaměřuje na environmentálně signifikantní spotřební chování. Pro účely výzkumu jsme zvolili produkty, které se v naší společnosti zcela běžně spotřebovávají a jsou velmi snadno dostupné. V experimentech jsme se zaměřili na nákup tropického a subtropického ovoce a balené vody v PET lahvích. O negativních environmentálních dopadech z hlediska LCA analýzy pojednávají subkapitoly 1.4.1 a 1.4.2. K demonstraci dopadů vybraného spotřebního chování na životní prostředí uvádíme LCA analýzu (Life Cycle Assessment) banánů a balené vody v PET lahvích.

LCA je nástroj pro komplexní zhodnocení environmentálních aspektů produktu či služby v průběhu celého životního cyklu (od výroby po odpad, který zbyde). Slouží také jako podpora při environmentálním rozhodování. Rámec hodnocení standardizovala Mezinárodní organizace pro normalizaci (ISO) [www.unep.org]. Fáze posuzování zobrazuje obrázek č. 4.

Obrázek 4. Fáze posuzování životního cyklu produktu



Zdroj: Závěrečná zpráva MŽP, 2009

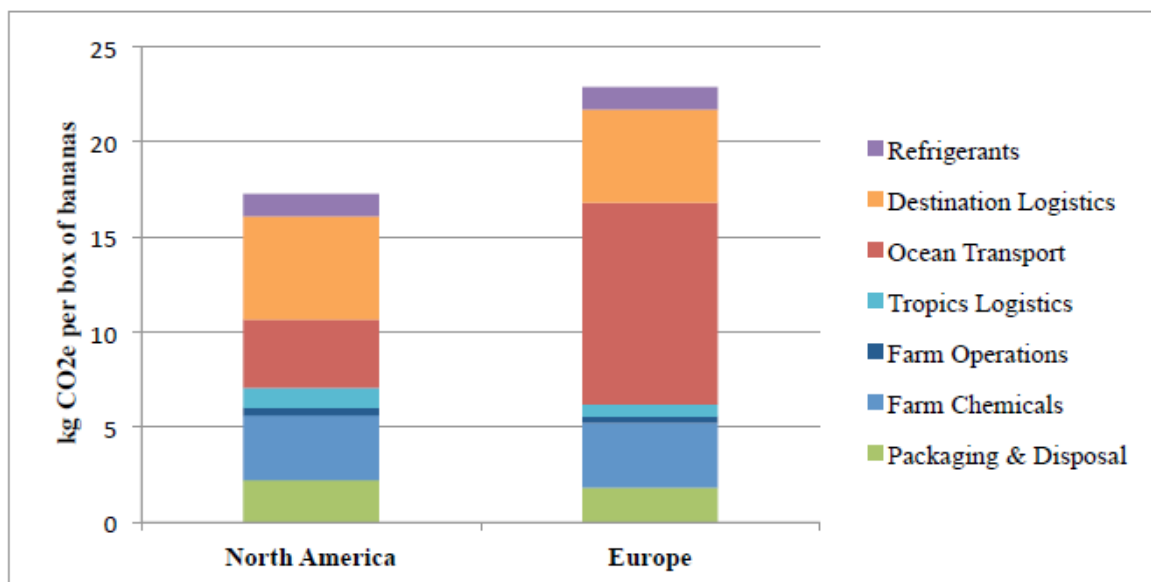
1.4.1 Banány a jejich dopad na životní prostředí

Pěstování ovoce představuje v tropických zemích velmi významný zdroj obživy. [Cerutti In: Svanes; Aronsson, 2013]. Pěstování exotického ovoce je vnímáno jako méně environmentálně náročné než například bylinná a ostatní rostlinná produkce. Nároky na životní prostředí výrazně narůstají až v souvislosti s ošetřováním, úpravou pro převoz, skladováním, dopravou a chlazením této komodity. Banány patří mezi nejvíce prodávané druhy ovoce. Při pěstování konvenčních banánů se běžně používají hnojiva, pesticidy a fungicidy. Produkce banánů představuje úbytkem biodiverzity, vysokou spotřebou vody, znečištěním ovzduší, vody i půdy řadu environmentálních rizik a velkým dílem přispívá ke globální změně klimatu [tamtéž].

Toto ovoce je v tropických oblastech po dosažení určitého stupně zralosti (ještě zelené) sklizeno, zkontrolováno, umyto a zabaleno [Craig; Blanco, 2011]. Poté se zabalené zboží dopravuje nákladními automobily do námořního přístavu, odkud dále putuje do severoamerických a evropských přístavů. Ovoce je chlazeno od počátku této procedury až do té doby, než se dostane do obchodů. Po přepravě se dostává do tzv. distribučního centra, kde podstupuje proces chemického dozrávání za použití etylenu po dobu 3-4 dní ve speciálních komorách se stálou teplotou. Po splnění všech těchto kroků jsou banány připravené na prodej obchodníkům [tamtéž]. Dle LCA analýzy, provedené

u banánů značky Chiquita, je uhlíková stopa tohoto ovoce dováženého do USA, přibližně 17 kg CO₂ na krabici¹ a 23 kg CO₂ na krabici v případě dovozu na evropský trh. Graf č. 1 zobrazuje uhlíkovou stopu banánů značky Chiquita na cestě z tropických oblastí do Severní Ameriky a Evropy podle jednotlivých činností [tamtéž].

Graf 1. Fáze posuzování životního cyklu produktu



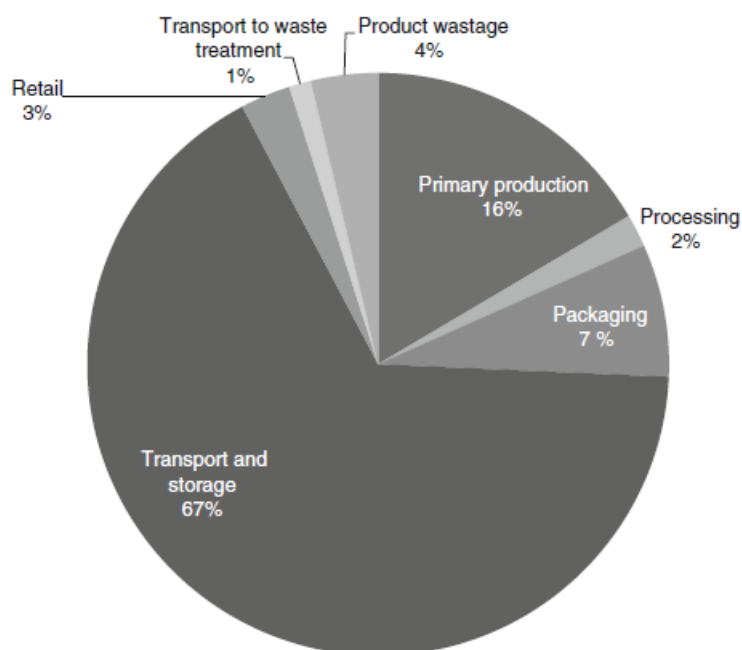
Zdroj: Craig; Blanco, 2011

Z grafu č. 1 vyplývá, že nejvíce se na uhlíkové stopě podílí doprava do vzdálených destinací, což se pochopitelně odráží i do ostatních druhů exotického ovoce. Svanes s Aronssonovou [2013] provedli analýzu uhlíkové stopy² banánů řetězce Cavendish vypěstovaných v Kostarice od „kolébky“ k norskému maloobchodníkovi. Jejich výzkum ukázal, že uhlíková stopa zmíněné části životního cyklu těchto banánů je 1,37 kg CO₂ na kg ovoce. Při zohlednění faktu, že 34% váhy ovoce tvoří jeho slupka, byla uhlíkovou stopa jedlé části ovoce přepočítána na 2,07 kg CO₂ na kg. Zajímavé je, že primární produkce tohoto ovoce představuje výrazně menší environmentální zátěž (0,22 kg CO₂ na kg ovoce). Největším podílem na uhlíkové stopě opět participuje zámořská přeprava (v tomto případě z Kostariky do Německa 55%) [tamtéž]. Rozložení emisí skleníkových plynů během životního cyklu banánů Cavendish zobrazuje graf č. 2.

¹ Naplněná krabice váží přibližně 18 kg.

² Tento ukazatel měří, jaký dopad má na životní prostředí a klimatickou změnu určitá lidská činnost. [http://www.uhlikovastopa.cz/ 6. 3. 2015 19:05]

Graf 2. Rozdělení emisí skleníkových plynů banánů Cavendish na cestě od „kolébky“ k maloobchodníkovi v Norsku dle jednotlivých činností



Zdroj: Svanes; Aronsson, 2013

Z výše uvedených výsledků LCA analýzy plyne závěr, že největší zátěž pro životní prostředí představuje v životním cyklu banánů jejich doprava do vzdálených zemí. Tento problém bohužel nevyřeší ani banán vypěstovaný v rámci ekologicky šetrného zemědělství. Předmětem výzkumu této práce je zjistit, jestli je možné ovlivňovat záměr spotřebovat exotické ovoce prostřednictvím deskriptivních sociálních norem.

1.4.2 Balená voda v PET lahvích a její dopad na životní prostředí

V současné době se v souvislosti se zdravým životním stylem apeluje na dodržování pravidelného pitného režimu. S tímto fenoménem přímo souvisí i spotřeba vody a výroba obalů, ve kterých je voda převážena, skladována a prodávána. Za zvážení stojí, zda je v našich podmínkách vůbec nutné spotřebovat balenou vodu, a přispívat tak ke globálním environmentálním problémům, když je v České republice kvalita pitné vody pravidelně kontrolována dle stanovených hygienických limitů v souladu s vyhláškou č. 252/2004 Sb. [www.portal.gov.cz].

Rozsáhlá spotřeba balené vody přispívá značným dílem k environmentálním problémům. Jedná se především o plýtvání zdroji, znečištění životního prostředí a posléze globální změnu klimatu [Van der Linden, 2013]. Plastové odpadky, z nichž značnou část tvoří právě obalové materiály, ohrožují ekosystémy, především pak ty

mořské. Více než 260 živočišných druhů je ohroženo plastovými odpadky, které se dostávají do jejich životního prostředí. Nebezpečí pro živočichy představují mj. především malé částičky plastů, které mohou požít drobní živočichové. Tímto způsobem se pak velice snadno dostávají toxické látky do potravinového řetězce. [STAP, 2011]. U více než 95% mrtvých ptáků, které vyplaví moře na břeh, byly v těle nalezeny plasty [Van Franeker In: STAP, 2011]. Mezi plastové odpadky, které je nejčastěji možno vidět v přírodě, patří velké, již nepoužívané rybářské náčiní, lahve, tašky a další spotřební zboží. Nejčastěji se však objevují mikročástice plastů, které jsou nebezpečné právě svým rozměrem [tamtéž].

Pro posouzení dopadů životního cyklu PET lahví na životní prostředí provedl STAP (Scientific and Technical Advisory Panel) LCA analýzu [tamtéž]. Výsledky této analýzy potvrzují předpokládané výsledky, že recyklace plastů je environmentálně mnohem méně náročná než spalování tohoto materiálu pro výrobu další energie nebo dokonce skládkování. Analýza také ukázala, že recyklace PET lahví a zároveň snížení skládkování přispívá na celkových emisích skleníkových plynů 1,5 t CO₂ na t recyklovaných PET. Přičemž další výstupy ukazují, že 100% používání již zrecyklovaných materiálů namísto nových může snížit za celý životní cyklus PET od 446 g do 327 g CO₂ na lahev nebo relativně o 27% emisí CO₂. Z těchto výsledků vyplývá, že environmentálně nejméně náročná forma vypořádání se s prázdnými plastovými lahvemi je rozhodně jejich recyklace [Hopewell In: STAP, 2011].

Velkým problémem spojeným s výrobou PET lahví jsou energetické náklady. Pro výrobu 1 kg PET, což se rovná přibližně 30 litrovým plastovým lahvím, se spotřebují cca 3 litry ropy [Gleick, 2010]. PET obaly jsou recyklovatelné, přesto však byla v roce 2012 v USA - podle údajů National Association for PET container Resources - recyklována pouze třetina spotřebovaných PET lahví [Van der Linden, 2013]. Recyklovatelné v tomto případě bohužel neznámá, že bude odpad vždy přeměněn zpět na surovinu. V USA se ročně prodá více než 30 miliard lahví vody. Při výrobě PET lahví jen pro potřeby USA bylo v roce 2011 vyprodukováno 2,5 milionu tun CO₂, přičemž byly započítány energetické nároky na obalový materiál, dopravu a chlazení konečného produktu. [Gleick In: Van der Linden, 2013]. Výroba 1 l balené vody obnáší spotřebu 3 l vody a obrovskou energetickou náročnost (produkce samotné lahve, plnění lahví, lodní, silniční a letecká doprava, chlazení v obchodech, domácnostech, recyklace nebo konečné vyhození prázdné lahve) [Pacific Institute, 2007]. Dle Pacific Institute je tato náročnost ekvivalentní PET lahvi naplněné do ¼ ropou [tamtéž].

Přestože jsou lidé poměrně otevření informacím srovnávacím kohoutkovou a balenou vodu, nemají mediální kampaně významný vliv na změnu spotřebitelského chování [Jorgensen In: Van der Linden, 2013]. Redukování konzumace balené vody může být částečně ovlivňováno sociálními normami a povědomím o environmentálních dopadech s tímto produktem spojených. Výzkum však potvrdil, že informace, které si lidé mezi sebou předávají (např. mezi přáteli), mohou mít větší vliv na chování spotřebitelů než neosobní mediální kampaně [tamtéž].

Ministerstvo životního prostředí provedlo v rámci projektu SP/II/2f1/16/07 rozsáhlou LCA analýzu nápojových obalů (kompozitní obaly – nápojové kartony, vratné a nevratné skleněné obaly, hliníkové plechovky a PET), která ukázala, že PET obaly mají ze zkoumaných největší potenciální vliv na poškození stratosférického ozonu. Nejmenší zátěž pro životní prostředí představují kompozitní obaly (nízká spotřeba neobnovitelných zdrojů – ropa, bauxit; možnost recyklace značné části obalu) a vratné skleněné obaly [Závěrečná zpráva MŽP, 2009].

V České republice můžeme sledovat snižující se trend spotřeby balené vody. Statistiky *Svazu výrobců nealkoholických nápojů* ukazují, že mezi lety 2005 a 2011 došlo v ČR k 26% poklesu konzumace tohoto produktu [www.vodarenstvi.cz]. Jak a zda je možné ovlivňovat spotřebu k životnímu prostředí nešetrného produktu, je cílem výzkumu této práce (viz kapitola 4).

2. Sociální normy a jejich vliv na proenvironmentální chování

Sociální normy nám slouží jako jistý *návod* pro snadnou orientaci ve spletitostech společenského života. Jsou určitým morálním principem. Umožňují nám rozumět a dešifrovat chování druhých, aniž bychom se museli v sociálních situacích, které vznikají každodenně, znovu rozhodovat jak reagovat a jak je vykládat. Mimo to lze normativní faktory pokládat za velice důležité v situacích spojených s proenvironmentálním chováním [Staats In: Urban, Zvěřinová, Ščasný, 2012]. Většina rozhodnutí, které činíme včetně těch ekonomických, jsou zcela nebo z větší části založená na normativně-afektivním uvážení [Etzioni, 1987].

V tom nejjobecnějším pojetí můžeme normy definovat jako pravidlo chování. Dle Ajzena [In: Thøgersen, 2006] lidé normy dodržují právě proto, aby se vyhnuli sociálnímu tlaku, ať už reálnému či domnělému. Normy předepisují adekvátní chování v konkrétních sociálních situacích a značným dílem tak participují na dosažení pořádku ve společnosti. Přičemž se nemusí vždy jednat o chování, které je spojeno s pocitem viny. Dokonce normy doprovázené pocitem viny mají tendenci být méně stabilní [tamtéž]. Přímý vliv deskriptivních norem na jednání nemusí být vždy založen na očekávání trestu či odměny ze strany referenční skupiny [Fishbein; Ajzen In: Urban, Zvěřinová, Ščasný, 2012]. Sociální normy lze také vysvětlit jako přesvědčení o typickém a trpěném chování jednotlivce v určité situaci [Deutsch; Gerard, 1955]. Vzhledem k tomu, že se jedná o normy sociální, jsou to vždy pravidla, vztahující se buď k druhé osobě, skupině či celé společnosti. Výklad norem ale není mezi společenskými vědci zcela jednotný [tamtéž].

Řada vědců se shodne na tom, že kromě usnadňování orientace v lidském chování mají sociální normy významný potenciál také ve vytváření základů pro efektivní politiku ochrany životního prostředí [Thøgersen, 2006]. Jeden ze způsobů jak apelovat na chování lidí je vyvolání pocitu viny. Tento princip se těší čím dál tím větší oblibě a hojně se používá jak v soukromé tak ve veřejné oblasti. Účinek této metody je ale sporný. Zatímco podle některých studií může být pocit viny přesvědčivý, jiné studie tvrdí, že její účinek je jen malý. Neznamená to však, že by apelování na morální normy bylo zcela bezvýznamné. Některé studie dokonce dokládají, že normy ovlivněné vinou mohou být méně účinné než ty, které s vinou nesouvisí [tamtéž].

2.1 Typy sociálních norem

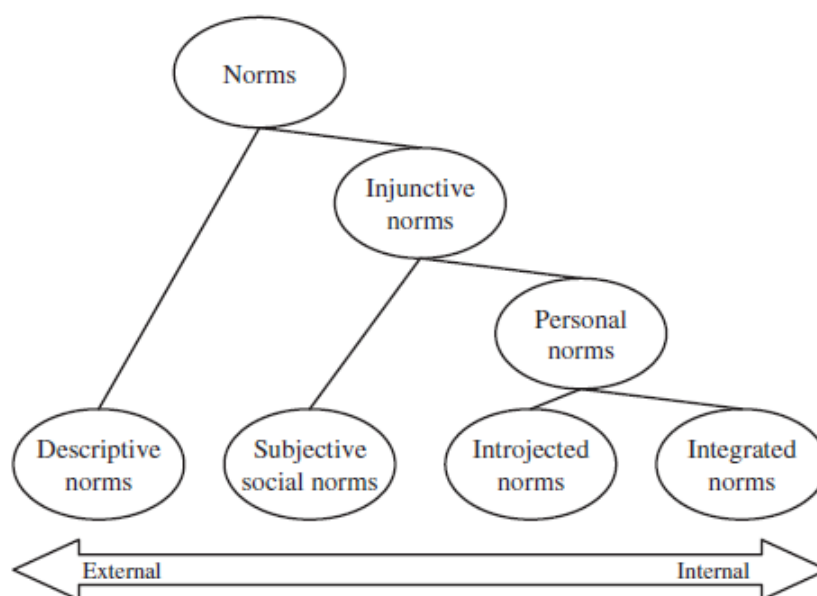
Cialdini [1988] uvádí dva typy norem. *Injunktivní normy*, které definují, jak bychom se měli chovat (co se od nás očekává). Druhým typem jsou *deskriptivní normy*, které nám říkají, jak se *většina ostatních lidí* obvykle chová v takových situacích (co dělají ostatní). V běžném životě může být těžké je od sebe odlišit. Lze říci, že injunktivní normy vznikají z deskriptivních. Opačný vývoj ale také nelze zcela vyloučit [Thøgersen, 2006]. Sociální normy jsou neformální a vznikají při každodenních sociálních interakcích. Oba typy norem se mohou střetávat. Příkladem může být odrazování dětí od kouření a alkoholu rodiči, kteří tak sami činí [Urban; Zvěřinová; Ščasný, 2012].

Schwartz a Howard [In: Thøgersen, 2006] člení normy na *osobní* a *sociální*. Normy jsou založené na očekávání skupiny - odměna či trest přichází z vnějšku. Osobní normy pak definují jako očekávání určitého chování v konkrétní situaci, jež si jedinec sám stanoví. Těmto normám jedinec vyhovuje na základě vnitřních pohnutek, které vycházejí z internalizovaných hodnot a rozlišování dobrého a špatného. Proenvironmentální chování obvykle souvisí se subjektivními (vnímanými) sociálními i osobními normami. Environmentálně uvědomělé chování však závisí především na síle osobních norem vztahujících se ke konkrétnímu chování, než na sociálním tlaku, který je vedle osobních norem méně důležitý (alespoň nepřímo). U chování, jež má dopady na přírodu, může jednání ovlivňovat předpoklad podílu na vině. Tento vliv je zprostředkováván tím, že jedinec cítí povinnost chovat se určitým způsobem [tamtéž].

Normy lze klasifikovat podle míry, do níž je jedinec internalizuje [tamtéž]. Konkrétně rozlišujeme dvě úrovně osvojení norem a dva typy osvojených norem, přičemž další rozšiřování a zdokonalování této taxonomie není vyloučeno. Jako referenční bod stanovil Thøgersen subjektivní sociální normy. Dodržování těchto je vynucováno externě. Proto představují ryze vnější, neosvojenou formu regulace chování. Dle Deciho a Ryana [In: Thøgersen, 2006] si jedinec do určitého stupně osvojuje kontrolu chování, pokud je tato usměrňována předpokládanou vinou či pýchou, ale není zcela přijata za svou vlastní. U vnější kontroly je chování řízeno očekávanou odměnou či trestem, ale upevňování vzniká v daném jedinci, nikoliv v prostředí. Sociální tlak je tak nahrazen tlakem vnitřním. K tomuto dochází v případě, že je sociální norma internalizována uměle – nezohledňujíc jedincovi hodnoty, přesvědčení a cíle. Osobní normy, které jsou osvojovány uměle a jejich dodržování je vynucováno předpokládanou vinou či pýchou, nazývá Thøgersen *introjected norms* (zvnitřněné nevědomě) [tamtéž].

Dalším zdrojem motivace může být také to, do jaké míry odráží norma a výsledek jejímu vyhovění vlastní hodnoty a cíle jedince. Takový odraz dokonce umocňuje hlubší zvnitřnění normy v porovnání s normou, kterou si jedinec osvojuje nevědomě (introjected norm). Osobní normy se vytvářejí z osvojených hodnot. Druhou podkategorií osobních sociálních norem je *integrovaná norma* (integrated norm). Tato je založena na vědomém odrazu a vyhodnocení výsledků chování. Z tohoto důvodu je v jedinci hlouběji zakořeněná [tamtéž]. Obrázek č. 5 představuje Thøgersenovo schéma klasifikace norem.

Obrázek 5. Taxonomie norem dle Thøgersena



Zdroj: Thøgersen, 2006

2.2 Působení deskriptivních norem na proenvironmentální chování

Pojem norma se neužívá pouze pro předepsané či žádoucí chování. Neméně důležitým významem normy je skutečnost, že ji lidé chápou jako něco, co je *normální*. Toto je zcela zásadní právě u proenvironmentálního chování [Thøgersen, 2006]. Čím více bude jednání šetrné k životnímu prostředí chápáno jako normální, tím snáze se může stát samozřejmou součástí našich životů. Přínos sociálních norem tkví také v tom, že mohou mobilizovat rozhodovací proces, jsou-li v určité situaci vnímány jako zásadní nebo alespoň důležité. Efekt deskriptivních i injunktivních norem je silnější, podpoříme-li jej přesvědčivou normativní zprávou povzbuzující proenvironmentální chování [De Groot; Abrahamse; Jones, 2013].

Deskriptivní normy mohou ovlivnit proenvironmentální chování, když zdůrazníme jejich významnost v souvislosti s životním prostředím. Jejich účinek může být pozitivní ale i negativní v závislosti na jejich obsahu. Mohou nás ovlivňovat v psané formě, nebo tím, že je u někoho vidíme. Přestože jsou deskriptivní normy účinný zdroj vlivu, velmi často nejsou rozpoznány a za tímto účelem používány (viz podkapitola 2.3) [McConaughy, 2014].

Zajímavé výsledky přinesla Cialdiniho (2003) studie [tamtéž] zaměřená na deskriptivní normy vztahující se k odhazování odpadků, které byly manipulovány prostou přítomností či absencí odpadků ve veřejných prostorách jako je parkoviště či zábavní park. V prostředí, které je čisté, lidé odhazovali odpadky méně. Studie z našeho prostředí, [Urban, Zvěřinová a Ščasný, 2012] ukázala, že čeští spotřebitelé jsou při rozhodování, zda zvolí nákup bio potravin místo konvenčních, mimo jiné faktory (postoje k těmto produktům, injunktivní normy) ovlivňováni právě deskriptivními normami. Ve výzkumech se pro dosažení změny v environmentálním chování používá také předložení zpětné vazby o jedincově spotřebě. Zpětná vazba totiž motivuje k redukci disproporce spotřeby jedince vůči standardu ve společnosti [Schultz, 1998].

Pozitivní změny přinesla studie zaměřená na deskriptivní normy informující o tom, že většina lidí v hotelu opakovaně používá ručník namísto toho, aby si jej nechali každý den vyměnit za čistý. Tato informace přiměla účastníky této studie k 44% snížení jednorázového použití ručníku, což mělo dokonce větší efekt, než žádost o snížení množství použitých ručníků v souvislosti se snižováním zátěže na životní prostředí, která vedla pouze k 35% snížení jednorázového použití ručníku [Goldstein in: McConaughy, 2014].

I když by se mohlo zdát, že to co lidé dělají a co si myslí, že by měli dělat, může být totéž, jsou případy, kdy tomu tak není. Příkladem může být právě spotřeba balené vody. V případě, kdy nás deskriptivní normy mohou vést k *nežádoucímu* chování, injunktivní norma by měla být ta, která by nás od takového jednání měla odradit [McConaughy, 2014].

Deskriptivní normy se mohou dostat do konfliktu s injunktivními. Mechanismus, který ovlivňuje působení deskriptivních norem na náš záměr a samotné chování nemusí být stejný jako u norem injunktivních. Na rozdíl od injunktivních norem jsou ale deskriptivní méně internalizované [Urban, Zvěřinová, Ščasný, 2012]. Pokud jedinec vědomě vyhodnocuje důsledky svého konání a jeho aktivita je proto pro něj vnímána jako velmi důležitá, motivace daného jedince je pak více sebeurčující a více integrovaná, než když je

daná činnost vnímána pouze jako prostředek pro dobrý pocit či vyhnutí se pocitu viny [Thøgersen, 2006]. Významná injunktivní norma může mírnit nežádoucí deskriptivní normu a naopak. Nejsilnějšího efektu je dosaženo v případě, kdy jsou obě normy významné a v souladu [McConaughy, 2014]. Stejně závěry plynou i ze studie [Smith; Louis, 2008], která ukázala, že záměr šetřit energií byl nejintenzivnější v případě, kdy byly deskriptivní i injunktivní normy pozitivní.

Sociální normy ale také skýtají úskalí, která mohou mít na naše jednání negativní dopad. Zajímavé výsledky přinesla studie [Schultz; Nolan; Cialdini; Goldstein, Griskevicius, 2007], pracující s oběma typy norem zároveň. Spotřeba domácností, které obdržely informaci o tom, že jejich spotřeba energie v posledních týdnech byla nad průměrem v rámci dané komunity, poté začala výrazně klesat. Naopak domácnosti, jež ve sledovaném období vykazovaly nižší spotřebu než je průměr, na základě této informace konzumaci energie zvýšily. Toto nazývají autoři [tamtéž] bumerangovým efektem. V případě, kdy k této informaci byla přidána injunktivní norma v podobě pozitivního emotikonu, zůstávala spotřeba i nadále pod průměrem. Stejně tak domácnosti s původně nadprůměrnou spotřebou po obdržení této informace doprovázené negativním emotikonem, svou konzumaci energie snížily. Použití pouze deskriptivních norem se v tomto případě ukázalo být nedostačující pro dosažení pozitivní změny, přičemž přidání injunktivní normy vyrušilo negativní efekt [tamtéž].

2.3 Manipulace sociálních norem – 6 zbraní vlivu dle Cialdiniho

Znalost principů sociálních norem dává prostor pro manipulaci, která může být mnohdy zcela nenásilná. Záměrem manipulace je změnit či ovlivnit chování. Osoba, s níž je manipulováno přitom nemusí pocítit náznak ničeho nepřírozeného [Cialdini, 2009]. Metody nenásilného manipulování se velmi často používají v komerční sféře - kde nás to jistě nepřekvapí - ale mnohdy i v soukromém životě. Psychologií přesvědčování se dlouhodobě zabývá Robert B. Cialdini. Ve své knize *Influence Science and Practice* [tamtéž] vymezuje šest základních principů ovlivňování, se kterými se můžeme setkat v běžné praxi a jejichž znalost může efektivně posloužit i k působení na životní prostředí ovlivňující chování. Každá z těchto „zbraní vlivu“ – jak je autor nazývá – funguje lépe za jiných podmínek. Pokud se jim chceme adekvátně bránit či je využívat ve svůj prospěch, je třeba dobře porozumět okolnostem, které jsou pro jejich působení optimální a nás staví do velmi zranitelné nebo naopak výhodné pozice. Pakliže však těmto manipulacím

nahlédneme pod pokličku, je snazší se ubránit nechtěnému a mnohdy i podvědomému chování [tamtéž]. V každodenním životě se setkáváme se situacemi, které se velmi často opakují, nebo jsou si v jistých ohledech podobné. Naší přirozeností je vytvořit si jakési univerzální naučené cesty reagování, chování a předsudků, které je možné uplatňovat na nové, nám však již jistým způsobem známé situace, podobné těm, které jsme již zažili v minulosti. Tyto principy nazývá Cialdini výstižně zkratkami.

Následující příklad ilustruje fungování takových zkratek. Pro většinu z nás platí jako efektivní zkratka *drahé = dobré* [tamtéž]. Platí to bez pochyb u takového zboží jako je víno, značkové oblečení, automobily, šperky apod. Vysoká cena dává produktu či službě nádech luxusního a nedostatkového artiklu, což automaticky zvyšuje poptávku u určitého tržního segmentu, především toho, který si to je schopen finančně dovolit. S touto zkratkou velmi efektivně pracuje marketing. Je třeba brát v potaz, že mnohdy je uměle stanovená vysoká cena pouze dobře pracujícím nástrojem zvyšování prodeje.

Dalším příkladem může být například nákup drahých jablek v bio kvalitě, která jsou dovážena ze zahraničí oproti nákupu tuzemských jablek, která nemají značku bio. To, že bylo jablko vypěstováno za environmentálně šetrných podmínek, ještě nemusí znamenat, že doprava, skladování a další transakční náklady na cestě, než se ovoce ocitlo na pultech našich obchodů, nepředstavovalo pro životní prostředí větší zátěž než místní jablko pěstované v konvenčním zemědělství. Následující podkapitoly přibližují šest základních Cialdiniho principů ovlivňování.

2.3.1 Reciprocita

Jedna z nejzákladnějších sociálních norem, kterou se učíme již od dětství. Pokud od někoho přijmeme dar, pozvání na oslavu narozenin či pomocnou ruku, je pro nás samozřejmostí laskavost vrátit. Cítíme se druhému zavázání. Kdokoli tuto normu poruší, upadne v nelibost a riskuje, že se mu již od dané osoby, případně od skupiny vřelosti příště nedostane.

V okamžiku, kdy si uvědomíme sílu této normy, může být velmi snadno zneužita jako zbraň pro ovlivňování druhých. Eibl-Eibesfeldt [tamtéž] uvedl jako příklad německé vojáky, jejichž prací bylo během 2. světové války zajmout členy opozičních vojsk, kteří pak byli vyslýcháni. Jeden z německých vojáků, jehož úkolem bylo zajmout všechny cizí vojáky, kteří se na území objeví, našel v příkopu ukrytého člena nepřátelského vojska, který právě jedl chléb a byl tak zcela neozbrojen a neschopen rychlé obrany. Vyděšený zajatec nabídl svému nepříteli kousek chleba, což mu daném okamžiku zachránilo život.

Byla aktivizována reciproční norma a německý voják se nehledě na rozkaz nadřízených otočil a odešel. Tento příklad ukazuje, jak hluboce jsou v nás sociální normy zakořeněny a nemusí být zcela potlačeny, ani v situaci všudypřítomné zuřící války [tamtéž].

Zajímavé je, že většinou oplácíme druhému laskavostí či službou, která je nákladnější – ať už energeticky, časově či finančně – než ta, které se nám dostalo na začátku. Pocit závaznosti je natolik silný, že mnohdy nezohledňuje adekvátnost [tamtéž]. S trochou představitivosti a schopnosti citlivě vnímat dění kolem nás v širokých souvislostech s jeho dopady, by se dal reciproční princip aplikovat i na vztah společnost – příroda. Neměli bychom zapomínat na celou plejádu statků a služeb – laskavostí, které nám živá i neživá příroda poskytuje každý den zcela *zdarma*. Není jistě možné oplácet tyto laskavosti Zemi přímo, ale uděláme mnoho, když budeme nahlížet na naše každodenní zdánlivě *bezvýznamné* počínání s ohledem na to, zda nemá zbytečně neblahý environmentální či sociální dopad na druhém konci planety.

Princip reciprocity je ztělesněn také ve vzorcích *zdarma*, které řada firem rozdává. Dárek, který dostaneme, nemusí být tak docela *zdarma*, jak by se nám mohlo zdát. Cialdini [tamtéž] vidí kouzlo vzorku *zdarma* v tom, že se zároveň jedná i o drobný dar, který může aktivovat reciproční pravidlo. Ideálním místem pro ochutnávky jsou supermarkety. Pro V případě, že si jsme této drobné manipulace vědomi, se můžeme jejímu vlivu snadno vyvarovat.

2.3.2 Příklad a stálost

„Jakmile se pro něco rozhodneme nebo zaujmeme určitý postoj, narážíme na osobní a mezilidské tlaky chovat se konzistentně v souladu s tímto příslibem.“ [Cialdini, 2009: 51] Elán, který nás podporuje v tom, abychom byli a vypadali stálí, představuje velmi mocnou zbraň sociálního vlivu. Taková důslednost nás ale často může vést k chování, které je zcela zřejmě proti našim nejlepším zájmům. Od chvíle, kdy si na jistou situaci vytvoříme názor, si dovolujeme jistý luxus – už o této věci nemusíme v budoucnu příliš přemýšlet opakovaně zvažovat výhody a nevýhody. Pokaždé, když se s touto problematikou znovu setkám, již víme, jaký k ní chováme postoj [tamtéž]. Tento princip hraje velkou roli v postojích vůči životnímu prostředí. Jakmile se jednou rozhodneme, že budeme používat pouze úsporné žárovky, budeme se s největší pravděpodobností chovat konzistentně. Naopak je-li například jedinec přesvědčen, že redukcí konzumace masa z konvenčních chovů, nemůže nijak přispět ke zlepšení situace průmyslové živočišné výroby a posléze

i životního prostředí, s největší pravděpodobností se nad tím nebude při další objednávce oběda znovu zamýšlet a přehodnocovat svůj názor.

Na základě tohoto principu funguje technika tzv. *nohy ve dveřích* (foot-in-the-door) [tamtéž]. Je založená na vyhovění malé žádosti za účelem získání případného dalšího vyhovění ve větších záležitostech. Freedman a Fraser provedli v 60. letech [tamtéž] zajímavý experiment. Výzkumník se vydával za dobrovolníka, který v jedné z rezidenčních čtvrtí v Kalifornii obcházel jednotlivé domy a oslovoval jejich majitele s absurdní žádostí o umístění veřejného billboardu s nápisem „Řiďte bezpečně“ na jejich trávník. Většina lidí tuto na tuto žádost ze zcela pochopitelných důvodů nepřistoupila. Byla zde ale skupina osob, z níž 76 % lidí prosbě vyhovělo. Lidé z této konkrétní skupiny, kteří vyhověli se totiž, aniž by to tušili, zúčastnili výzkumu již o dva týdny dříve, když je jiný dobrovolník obešel a žádal o umístění malé cedulky s nápisem „Bud’te bezpečným řidičem.“ Poté, co vyhověli malé prosbě, se účastníci výzkumu sami ztotožnili s představou, že oni jsou ti, kteří na takové věci přistupují a souhlasit s větší prosbou jim činilo menší problémy než těm, kteří se dřívější části výzkumu nezúčastnili [tamtéž].

2.3.3. Společenský důkaz správnosti

Zajímavé je, jakým způsobem mění naše chování *intervence přihlížejících*. Řada studií prokázala, že v okamžiku, kdy nejsme nečekané situaci přítomni sami, ale jsou v blízkosti ještě jiné osoby, reagujeme jinak – většinou pasivněji. Latané a Darley [In: Hayes, 2013] provedli v roce 1968 výzkum se studenty, kteří byli požádáni, aby buď sami, nebo v menších skupinách po třech počkali v čekárně na rozhovor. Během čekání byl do čekárny vpuštěn ventilačními otvory kouř. Účastníci experimentu byli po dobu šesti minut skrytě pozorováni. Ukázalo se, že 75% studentů, kteří čekali o samotě, do dvou minut nahlásili, že zaregistrovali kouř. U skupinek studentů k nahlášení došlo pouze v 13 % případů i v situaci, kdy čekárnu zcela zaplnil kouř. Později vedli výzkumníci se studenty rozhovory, ve kterých bylo zjištěno, že při skupinovém čekání studenti situaci nevnímali jako nouzovou. Vysvětlili si kouř jako páru či mlhu a to jim umožnilo ve většině případů zůstat klidní a nečinní. Vzhledem k tomu, že existovaly pochybnosti o tom, zda studenti pouze nechtěli před ostatními projeviti svůj strach, provedl Latané s Rodinem v roce 1969 ještě jeden experiment. Tentokrát měly pokusné osoby slyšet, jak ve vedlejší místnosti padá experimentátorka a volá o pomoc. Ukázalo se, že většina osob, které čekali sami (70%), běželo ženě pomoci. U studentů, kteří čekali ve skupinkách, takto zareagovalo

pouze 40%. Opět ve skupinkách nepřevládá pocit naléhavé situace, když ostatní zůstávají klidní. Tento jev se nazývá *pluralistická ignorance* [tamtéž].

Výskyt tohoto fenoménu je velmi pravděpodobný a nebezpečný právě v situacích naléhavých událostí [Cialdini, 2009]. Podle řady psychologů je ignorance přihlížejících pomoci v případě nouze zapříčiněna minimálně ze dvou důvodů. Za prvé v těchto situacích velmi často dochází ke snižování osobní odpovědnosti, v důsledku nepřímého přerozdělení mezi všechny přítomné. Hayesová [2013] pro tento fenomén uvádí termín *difuze odpovědnosti*. Běžná reakce je očekávání, že možná někdo již zavolal pomoc nebo tak učiní. Když všichni očekávají, že někdo jiný již zareagoval, nikdo již situaci neřeší sám. Zároveň v těchto situacích figuruje princip společenského důkazu správnosti, který zahrnuje právě i efekt pluralistické ignorance. Pracujeme s tím, že to, co se na první pohled zdá být naléhavé, velmi často být nemusí [tamtéž].

Zajímavý je příběh vzniku nákupních vozíků. Sylvan Goldman [Cialdini, 2009], vlastník několika obchodů s potravinami zaznamenal, že jeho zákazníci přestanou nakupovat v okamžiku, kdy jsou jejich nákupní košíky příliš těžké. Napadlo jej zkonstruovat nákupní vozík. Na počátku měl vozík velmi jednoduchou a pro zákazníky nedůvěryhodnou podobu. Navzdory pozdější úpravě neměli nakupující o vozík zájem. Oblíbenosti se vynález dočkal až v okamžiku, kdy si obchodník najal několik falešných zákazníků, kteří se po obchodě spokojeně pohybovali s novým zařízením. Dalším jednoznačným příkladem této zkratky je fenomén bestsellerů.

2.3.4 Náklonost

Obecně snáze vyhovujeme lidem, které známe a které máme rádi. Snáze s nimi i souhlasíme [tamtéž]. Na základě výzkumů a dřívějších zkušeností sestavil Cialdini několik bodů, které vedou k získání sympatií u druhých:

- ❖ Fyzická atraktivita
- ❖ Podobnost
- ❖ Komplimenty
- ❖ Kontakt a spolupráce

Obrana proti náklonosti jako zbrani moci je velmi těžká a neexistuje na ni jednoznačný recept. Její fungování je mnohdy založeno na tom, že pracuje s nevědomím, což můžeme jen sotva ovlivnit. Znamením, že něco není v pořádku, může být vnitřní pocit, že máme cizí manipulující osobu raději, než by bylo v dané situaci adekvátní [tamtéž].

2.3.5 Autorita

Cialdini [tamtéž] upozorňuje na Bibli, dle níž první hřích – neuposlechnutí – znamenal pro Adama a Evu vyhoštění z ráje. Jednání v souladu s přáním autority je pro nás velmi praktické. Usnadňuje nám život. Naopak kdo je neposlušný, je považován za anarchistu a vyčnívá z davu.

Vlivní lidé, kteří nás více či méně usměřují v dospělosti, jsou většinou zaměstnavatelé, nadřízení, soudci, vládní činitelé. Vlivnější jsou už jen z toho důvodu, že mají lepší přístup k informacím a moci. Na základě tohoto [tamtéž] je zcela pochopitelné, že pokynům autority vyhovíme i za předpokladu, že jsou nesmyslné. Nadřazenost ve smyslu autority tedy představuje nesmírně silnou zbraň vlivu.

Velmi známým příkladem, který toto dokládá až v extrémní míře je experiment, prováděný v 60. letech americkým psychologem Milgramem [1963]. Výzkumník získal pomocí inzerce v novinách probandy, kteří souhlasili, že se zúčastní studie zaměřené na paměť. Mezi participanty bylo 40 mužů ve věku 20 – 50 let. Před experimentem byli účastníci seznámeni s průběhem výzkumu, který měl být zaměřený na učení podmíněné na základě trestu. Ve skutečnosti se ale jednalo o výzkum uposlechnutí autoritě, kterou zde představoval výzkumník v bílém plášti. Role v experimentu byli dvě - student, který si má zapamatovat slova z dlouhého seznamu a učitel, který má studenta za každou chybnou odpověď potrestat elektrickým šokem, který se s každou špatnou odpovědí stupňoval (od 15 V do 450 V). O role se losovalo. Losování bylo zmanipulováno a studenta hrát vždy najatý herec, který měl předstírat bolest způsobenou falešným elektrickým šokem. Učitel byl s výzkumníkem v jiné místnosti než student, ale vždy slyšel studentovu reakci na trest. Se zvyšujícím se stupněm voltů student křičel a žádal o ukončení výzkumu. Dobrovolníci – učitelé chtěli v pokročilé fázi výzkumu přestat, ale výzkumník je vždy přiměl, aby pokračovali a ujistil je, že nenesou žádnou odpovědnost. Zásadním a do značné míry pobuřujícím zjištěním tohoto výzkumu je skutečnost, že před jeho provedením 39 psychiatrů usuzovalo, že by byl ochotný uposlechnout až do konce jeden z tisíce. Navzdory tomu výsledky výzkumu ukazují, že ze 40 probandů 5 odmítlo jít za hranici 300 V, 4 byli schopni dát studentovi ještě jeden šok a poté odmítli. Další 2 prolomili hranici 330 V. Nejvyšší dosažená hranice byla 375 V. Celkem 14 účastníků se výzkumníkovi vzepřelo. Pro všechny účastníky byl tento zážitek velmi nepříjemný, přesto byli schopni dát studentovi v jiné místnosti elektrický šok ve výši 285 V. Řada z nich cítila v průběhu experimentu úzkost a bylo jim nepříjemné působit druhému člověku bolest, potřeba uposlechnutí autoritě pro ně ale bylo v danou chvíli silnější. Milgram začal s experimentem

po konci 2. sv. v., kdy probíhal soudní proces s příslušníky nacistických vojsk. Cílem výzkumu bylo zodpovězení otázky, zda vojáci během holocaustu pouze plnili příkazy nadřízených [tamtéž].

Řadu vhodných případů fungování principu autority bychom našli v politice. Ať už se o politiku občan zajímá více či méně, v médiích se velmi často může setkat i s výroky politických zástupců či jiných vlivných lidí, které mohou být buď zcela nepravdivé, překrucující fakta či jen zavádějící, přesto je daný jedinec nějakým způsobem vnímá a může je přijmout a dále již neanalyzovat. Ráda bych zde uvedla příklady, které tematicky spadají do této práce a byly zařazeny do ankety o Zelenou perlu³ 2011:

Pavel Drobil, poslanec Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR (ODS) - z projevu na 22. kongresu ODS pod názvem Pavel Drobil: Přicházejme s vlastním řešením problémů nezávisle na koaličních partnerech 1. 10. 2011:

„Byla to politika ODS, která mě vedla k odmítnutí náboženství globálního oteplování. Protože toto náboženství stojí na ideologické manipulaci s fakty, kterou řada skutečných vědců kritizuje.[...] Byl jsem prvním ministrem, který odmítl exhibovat na globálních konferencích o hypotetické hrozbě, která má přijít za stovky let, a dal jsem přednost aktuálním a akutním domácím problémům.“ [22. kongres ODS, 2011]

Naděžda Kavalírová, předsedkyně Konfederace politických vězňů - z projevu 22. kongresu ODS 22. 10. 2011:

„Proč jsem dala do souvislosti komunisty a kůrovce? Oni mají přece mnoho společného, vždyť jde o stejnou zákeřnost a bezohlednost a ničí vše živé, co se jim postaví do cesty, a bylo by dalších jiných negativních věcí a vy to víte. Nikdy nepřestane boj politických vězňů proti komunistům, ale v boji proti kůrovci musí povstat celá naše země.“ [22. kongres ODS, 2011]

2.3.6 Nedostatek

Vlivu, kterým na nás působí myšlenka na nedostatek či pocit, že by nám mohlo uniknout něco, o čem jsme před chvílí ještě vůbec netušili, je velmi těžké se ubránit [tamtéž]. Příležitost se nám zdá cennější v okamžiku, kdy je hůře dosažitelná. Ekonomie

³ Anketa Zelená perla a Ropák roku je aktivita organizace Děti Země, kterou organizuje přírodovědec a aktivista Miroslav Patrik pod záštitou spolku Děti Země. V komisi hodnotící antielogické výroky a činy, kterou tvoří více než 100 členů je např. Ivan Dejmal, Jiří Dědeček, Zbyněk Fiala, Jan Keller a Erazim Kohák.

toto vidí jako náklad – náklad ušlé příležitosti⁴. „Lidé jsou více motivováni představou, že by mohli o něco přijít, než myšlenkou na to, že by mohli něco stejně hodnotného získat.“ [Hobfoll In: Cialdini, 2009: 200] Toto je nepochybně velká příležitost pro komerční sektor a podněcování spotřeby. Na principu nedostatku, omezenosti a konečnosti fungují slevy, výprodeje, limitované edice, poslední kusy apod.

Implementace zákazu používání a držení čisticích prostředků s fosfáty v 70. letech vedla ve státě Florida k zajímavým výsledkům. Mazis, Settle a Leslie [tamtéž] zde provedli studii zabývající se sociálními dopady tohoto omezení. Výsledky výzkumu ukázaly dvě souběžné reakce občanů na tuto změnu. Ukázalo se, že mnoho lidí začalo fosfátové prostředky ve velkém množství pašovat. Občané navíc ovlivněni touhou po zboží, které již nemohli mít, začali tyto čisticí prostředky vnímat jako mnohem efektivnější než dříve [tamtéž].

Jak ukazuje tato studie, opatření, jehož cílem bylo původně redukovat negativní dopady lidské činnosti na životní prostředí, přineslo paradoxně zcela odlišnou reakci u dotčených občanů Floridy a teoreticky mohlo mít i horší následky pro přírodu.

2.4 Pojmy úzce související se sociálními normami

Tato kapitola přibližuje termíny, které jsou k pochopení fungování sociálních norem důležité, a to tím, že je přímo vytvářejí, formují či doprovázejí. Výčet by mohl být na základě subjektivního posouzení jistě delší. Pro účely této práce bylo vybráno několik následujících pojmů.

2.4.1 Socializace

„Socializace je proces učení, v němž si člověk osvojuje určitý systém poznatků, norem a hodnot, jež mu umožňují začlenit se do určité společnosti a aktivně se účastnit společenského života.[...]Socializace probíhá nejen v dětství ale také v dospělosti.“ [Kohoutek, 1998: 5]. Jednodušeji Kohoutek tento pojem objasňuje jako „interakční proces.“

Socializace také znamená schopnost přiměřeného jednání s ostatními, komunikace s naším sociálním okolím a naplňování našich životních rolí. Někteří lidé nejsou schopni si socializační návyky osvojit z různých důvodů. Překážkou jim může být psychické

⁴ Cena nebo náklad ušlé příležitosti (angl. opportunity cost) představuje náklad nejlepší nevyužité nebo ztracené příležitosti. Zvolíme-li si jednu z možností, vzdáváme se eventuality využít jinou alternativu. Varianta, kterou nevyužijeme je pro nás pak nákladem, který snižuje náš ekonomický zisk. Čím více alternativ známe, tím lépe se můžeme rozhodovat [Fialová, Fiala, 2009].

založení, které jim socializaci komplikuje (duševní onemocnění, ideologické přesvědčení aj.). Patří sem také lidé, na kterých byla opakovaně páchána křivda, nebo mohou být deprivováni. Za předpokladu, že nám nestojí v cestě žádná z výše uvedených bariér, by pro nás měla být sociální adaptace přirozená [Nakonečný, 2011].

Již novorozenec čelí *primární socializaci* – sociálnímu učení v rodině. Základní interakcí, která dítě v raném věku formuje je vztah s matkou, který utváří *bazální osobnost* jedince. Jejím základem jsou rysy osobnosti *jistota – nejistota*, která může vést k úzkostnosti a *otevřenost – uzavřenost* k okolnímu světu. V této fázi si osvojujeme tyto dovednosti:

- ❖ základní kulturní návyky (tělesná hygiena, slušné chování, oblékání apod.);
- ❖ mluvenou řeč;
- ❖ orientaci v základních hodnotách dané kultury (co je ošklivé a hezké, morální a nemorální);
- ❖ ztotožnění se s rolí svého pohlaví a věku a převzetí této role (odlišné chování u chlapců a dívek dle obvyklých standardů);
- ❖ míru sebeovládání a chování přiměřenou věku dle požadavků rodičů [tamtéž].

Již v této vývojové etapě je možné dítěti vtisknout do jeho právě se tvořící osobnosti proenvironmentální hodnoty. Stejně tak, jak děti učíme, aby si před jídlem myli ruce, chovali se na veřejnosti slušně, lze využít této fáze a přirozenou formou je učit neplýtvat, vodit je do přírody – zejména u městských dětí - a tím v nich pěstovat kladný vztah ke všemu, co zde naleznou nebo je třeba v přiměřené míře informovat o původu potravin, které dostávají na stůl.

Nakonečný [2009] uvádí 3 druhy sociálního učení normám, které psychologie rozlišuje:

- ❖ *identifikace* – Freud podle Nakonečného [tamtéž] identifikaci popsal jako zvláštní druh učení, kdy dítě napodobuje svého rodiče stejného pohlaví. Pozoruje jej a poté z chování, které vidí, dedukuje určité zákonitosti nebo také předpokládá, jak by se rodič v určitých situacích zachoval. Jedná se o principy, které jsou přiměřené jeho zájmům a věku. Objekt identifikace si poté zvnitřní – internalizuje, protože je mezi nimi pozitivní citový vztah. Tím, že dítě usiluje o to, být jako rodič si buduje osobní morálku a svědomí. Ve společnosti se můžeme setkat také s obrannou identifikací, kterou lze pozorovat třeba ve věznicích. Vězeň, se může ze strachu

z trestu, identifikovat s násilníkem. Totéž však můžeme udělat i v případě, že se obáváme ztráty někoho, na kom nám záleží.

❖ *internalizace* = zvnitřnění sociálních norem a standardního chování tak, že fungují jako jistý řád, na který se lze vždy odvolat. V okamžiku, kdy normu porušíme, zažíváme pocit viny. Internalizace probíhá i v období dospívání, kdy si vytváříme vlastní hodnoty a postoje.

❖ *imitace* – neboli napodobování ideálů a pozitivních vzorů. Patří sem také vyvarování

se nežádoucímu chování, které vnímáme u druhých, a nelíbí se nám. Imitujeme vzory, které jsou úspěšné, abychom sami podobnou cestou dosáhli svého úspěchu. Toto můžeme sledovat i u nežádoucího chování, kdy jedinec, který má za normálních okolností jisté hranice, ztratí zábrany a dosahuje svých cílů na úkor druhých, protože imituje jinou osobu, která není (zatím) za prohřešek trestána. Na principu imitace pracují některé firmy, které si pro reklamu svých služeb a produktů najímají celebrity. S napodobováním pracují i proenvironmentální nevládní organizace, jimž dělají tváře známé osobnosti.

2.4.2 Postoje

Postoje definovala řada autorů. Například Fishbein a Ajzen (1975) jako: „*naučené predispozice k celkově příznivé nebo nepříznivé reakci na daný objekt, osobu či událost*“ [In: Hayes, 2013: 95]; Allport: „*mentální a nervové stavy připravenosti k reagování*“ [In: Kohoutek, 1998: 8]; Krech, Crutchfield a Ballachey (1962): „*Postoje jsou stabilní systémy pozitivního nebo negativního hodnocení, emočních pocitů a technik jednání týkajících se sociálních cílů*“ [In: Haeyes, 2013: 95]; Chairen (1993) jako: „*psychologickou tendenci, která se projevuje tím, že specifickou entitu hodnotí jako příjemnou nebo nepříjemnou*“ [In: Nakonečný, 2011:567]. Co je pro všechny tyto definice společné, je nějaký hodnotící vztah, stanovisko k určitému objektu, které jsme si předurčili.

Postoj je osobnostní rys, který je v sociální psychologii zcela zásadní, protože jím vyjadřujeme náš kladný či odmítavý vztah k hodnotám. K některým hodnotám může být náš postoj také nevyhraněný. Nakonečný [2011] doplňuje definici o tři složky – *kognitivní*, *emocionální* a *konativní*. Postoje mohou být pro subjekt, ke kterému se vztahují, buď *centrální* (významné) nebo *marginální* (méně významné či neutrální). Ideologie jedince sestává ze souboru pevně zakotvených postojů, které si vytvoří na vše, co jej obklopuje.

Další dělení může být na verbální postoje – *minění*, postoje ve formě představ – *názory* a emocionální postoje – *sentimenty*.

Majoritní přístup v psychologii tvrdí, že postoje nejsou vrozené, ale utváříme si je během života prostřednictvím sociální determinace, učíme se jim také od svého okolí. Zatímco v dětství mají postoje velmi obecný charakter, s přibývajícím věkem se postupně vybrušují, diferencují a seskupují, až se vytvoří tzv. *postojová integrace*. Jejich úloha je také kontrolní. Nejsou však neměnné. To, co s nimi může „zatřást“ jsou mj. sociální normy, v případě, že jsme ochotni své postoje změnit, abychom „zapadli“ do určité skupiny a tím si osvojíme postoje nové. Oproti *vztahu* (sociálnímu) v nás ale nejsou tak hluboce zakořeněné a mohou mít pouze situační charakter [Kohoutek, 1998]. Změny již vytvořeného postoje je možné dosáhnout za předpokladu, že změna probíhá zvolna nebo pokud se týká marginálního postoje a pokud je osoba, u níž má změna proběhnout, psychicky v pohodě (neprožívá úzkost) [Hayes 2013].

Proti tvrzení řady badatelů stojí názor Eysencka a Wilsona [In: Hayes, 2013]., kteří tvrdí, že postoje jsou ze značné části vrozené. Usuzují tak na základě předpokladu, že se rodíme s určitými dispozicemi, které hrají významnou roli při utváření postojů (např. emoční labilita či naopak stabilita). Soudí tak dle pozorování členů rodiny s podobnými rysy, kteří mají tendenci ke shodným postojům. Prokázat genetický původ postojů však není jednoduché. Mnohdy totiž mohou být pouze „odkoukané“ od rodičů, starších sourozenců či jiných příbuzných, kteří na nás mají vliv [tamtéž].

Nebývalý vliv má postoj na spotřebitelské chování. V současné době nám firmy nabízejí řadu substitutů, mezi nimiž jsme *nuceni* volit. Výběru výrobku předchází rozhodovací proces, který je založen na postoji, který máme k danému výrobcí, reklamě i samotnému produktu. Porozumění spotřebním návykům znamená poznání, jaký životní styl zákazník zastává [Kohoutek, 1998]. Prodejní podniky se s tímto faktem naučily velmi efektivně pracovat. Věrnostní programy umožňují firmám evidovat, jaké produkty zákazník preferuje a opakovaně nakupuje. Druh výrobků (např. dětské zboží), které se na jeho účtu objevuje nejčastěji, mu je záměrně přednostně nabízen prostřednictvím adresných letáků s akčními nabídkami, elektronických newsletterů apod.

Nakonečný [2009] tvrdí, že postoje určují jednání. Podotýká však také skutečnost, že jsou zároveň jednáním ovlivňovány. Především u jednání spojeného s jistou sociální rolí. Uvádí příklad, kdy se průmyslovým dělníkům měnily postoje v závislosti na jejich novém pracovním zařazení. Naše postoje se však mohou mnohdy lišit od našeho chování. Tedy chováme se jinak, než říkáme.

2.4.3 Sociální ovlivňování

Ukazuje se, že z mnoha druhů sociálních norem, které ovlivňují naše chování, by měly mít největší vliv normy vztahující se k určité skupině. Jedním z důvodů může být fakt, že ovlivňují emoce, které pociťujeme sami k sobě [Christensen, 2004]. S touto myšlenkou přišli již v padesátých letech minulého století Deutsch a Gerard [1955], kteří popsali dvě psychologické potřeby, které nás vedou k vyhovění očekávání druhých. První je potřeba mít pravdu, kterou autoři označují jako *informační sociální ovlivňování* (z angl. need to be right). Tou druhou je potřeba být oblíben, nazvaná jako *normativní sociální ovlivňování* (be liked). Informačním ovlivňováním nebo také společenským konsenzem (z angl. social proof) rozumíme působení na přijetí nějaké informace od druhé osoby jakožto obecně platné pravdy. Takový vliv působí v situacích, kdy jsme nejistí ať už proto, že je působící podnět ze své podstaty ambivalentní či proto, že se jedná o otázku ve společnosti obecně spornou. Normativní ovlivňování se dle autorů projevuje vyhověním očekávání ostatních. Americký psycholog Herbert Kelman o 3 roky později rozlišil tři obecné typy sociálního ovlivňování [Kelman, 1958].

- ❖ Vyhovění - zdánlivě s ostatními souhlasíme, ale ve skutečnosti svůj nesouhlas nedáváme najevo.
- ❖ Identifikace - ovlivňování ze strany osoby, které si vážíme a respektujeme ji, popř. známé osobnosti/autority.
- ❖ Vnitřní ztotožnění - přijetí názoru či chování, s kterým se sami ztotožníme a zároveň jej sdílíme i veřejně.

Dle Kelmanovy typologie vede normativní ovlivňování k veřejnému vyhovění, zatímco informační ovlivňování k osobnímu přijetí. Oproti tomu Moscovic rozlišoval mezi dvěma druhy sociálního ovlivňování. Prvním bylo *vyhovění* – stav, kdy většina ovlivní menšinu a pomocí moci spočívající v přesile může trestat a odměňovat; a *konverze* – stav, kdy menšina nepřímo ovlivní většinu. Menšina musí majoritu přesvědčit o hodnověrnosti svého názoru [In Hayes, 2013].

Nakonečný [2009] uvádí, že na nás působí dva druhy sociální závislosti. *Neformální sociální závislost* je spojena s city a obdivem. *Formální závislost* pociťujeme k lidem, kteří disponují *sociální mocí*. Představují pro nás jistou autoritu (učitel, nadřízený). Schopnost ovlivňovat mají lidé, kteří nám nejsou lhostejní. Pokud jsou na sobě nějací lidé závislí, znamená to, že se mohou navzájem odměňovat a trestat. Děti jsou na svých rodičích závislí. V tomto vztahu ale mluvíme o závislosti, která je vybudovaná na potřebě jistoty.

Je-li například v místě našeho pracoviště zavedeno třídění odpadu, které inicioval náš nadřízený, a všichni tuto normu dodržují, je zřejmě málo pravděpodobné, že bychom se tomuto „tlaku“ nepřizpůsobili, i když sami ve své domácnosti třeba odpad nerozlišujeme. Nedodržením takové normy riskujeme, že si nás nadřízený a ostatní kolegové budou pamatovat jako toho, který jako jediný nerespektuje nastavená pravidla.

2.4.5 Konformita

Nakonečný definuje konformitu takto: „*přizpůsobivost jako jedna z dimenzí sociálních vztahů, resp. sociálního chování je funkcí podřízení se mínění a normám skupiny, již je jedinec členem, a to i v případě jeho vnitřního nesouhlasu, protože nonkonformní (nepři-způsobivé) chování člena skupiny je skupinou trestáno a očekávání trestu vzbuzuje úzkost; termín konformismus vyjadřuje rys osobnosti.*“ [Nakonečný, 2011: 772].

Již ve 30. letech provedl Sherif [In: Hayes, 2013] výzkum zaměřený na konformitu. Pracoval s autokinetickým efektem, tedy s vjemovou iluzí, při níž se pozorovateli zdá, že se stabilní světelný bod ve tmě hýbe. Zkoumané osoby měly odhadnout, jak moc se bod pohybuje. Ti, kteří odpovídali jednotlivě, měli velmi rozdílné výpovědi. V případě, že však měli respondenti odpovídat ve skupině, se jejich odpovědi velmi přibližovali. V dané skupině se totiž utvořila tzv. *skupinová norma* [tamtéž]. Zajímavé je, že se účastníci výzkumu touto normou řídili, i když měli opět vypovídat, tentokrát o samotě. Velmi zajímavý je také výzkum Asche z roku 1951 [tamtéž], který ukázal, že i přes existující správnou odpověď zkoumané osoby často odpovídali záměrně nesprávně. Úkolem bylo určit, která ze tří čar na obrázku je stejně dlouhá jako vzorová čára. Výzkum zjistil, že řada probandů vědomě uváděla chybnou odpověď. V případě, že se špatná odpověď shoduje s názory druhých, je pro nás obvykle přípustnější než ta, o níž se domníváme, že je správná. Asch totiž testovanou skupinu složil z větší části z tzv. „přihrávačů“, kteří záměrně říkali nahlas nesprávné odpovědi. Účastníci nahlas odpovídali jeden po druhém. Testovaný, nic netušící proband byl na řadě až mezi posledními. Studie ukázala, že třetina respondentů odpověděla nesprávně stejně jako „přihrávači“. Ani jednou se svými výpověďmi nepřizpůsobilo pouze 24 % účastníků výzkumu. Zajímavé je, že o samotě uváděli účastníci správné odpovědi [tamtéž]. Hlavním zjištěním tohoto výzkumu byl fakt, že jsme schopni se dobrovolně vystavovat úzkostnému stavu, abychom nenarušili mínění uvnitř skupiny.

3. Metoda a sběr dat

V této práci byl proveden kvantitativní výzkum, v rámci nějž byla aplikována metoda randomizovaného experimentu. Randomizace měla zajistit homogenitu struktury skupin. Náhodné rozdělení je považováno za jednu z neefektivnějších technik vyrušování ostatních proměnných (například sociodemografických znaků). Zároveň mělo posílit externí validitu výzkumu, která zajišťuje zobecnitelnost výsledků výzkumu na celkovou populaci [Webster; Sell, 2007]. Metodu experimentu jsme zvolili pro demonstraci kauzality ovlivňujících a cílových proměnných.

Pro účely našeho výzkumu byly formou online dotazníku provedeny tři pilotní experimentální studie a čtvrtý experiment, který potvrdil stanovenou hypotézu. Pro pilotní studie byl pro získání vzorku zvolen příležitostný výběr respondentů z okruhu diplomantky a vedoucího práce, metoda sněhové koule na sociální síti *Facebook*, prostřednictvím portálů *eSurv.org* a záměrný nereprezentativní výběr na stránkách *Vyplnto.cz*. Poslední způsob výběru jsme zvolili z toho důvodu, že jsme testovali obecně platnou teorii. U teoreticky zakotveného experimentu takový výběr nesnižuje jeho externí validitu.

Respondenti byli v rámci všech šetření rozděleni randomizací do dvou nebo čtyř skupin, z nichž každá vyplňovala jinou verzi dotazníku. Jednalo se buď o dvě experimentální skupiny, přičemž u každé z nich byly manipulovány jiné deskriptivní normy (pozitivní vs. negativní). Dále jsme použili Solomonův experimentální design o čtyřech skupinách. Tento design nám díky zařazení dvou kontrolních skupin navíc umožňuje ověřit, zda mělo přidání pre-testu efekt na respondenty. V našem případě se jednalo o přidání měření environmentálních postojů pomoci škály GEB (viz podkapitola 3.2). Solomonův design je prakticky kombinací klasického pre-test + post-test výzkumu s dvěma skupinami a výzkumu pouze s post-testem [www.explorable.com]. Posledním typem šetření, které jsme pro tuto práci použili, byl výzkumný design s experimentální a kontrolní skupinou.

Cílem našeho výzkumu bylo zkoumat vliv deskriptivních sociálních norem na záměr respondentů spotřebovávat zvolené produkty. V první pilotní studii jsme pracovali s daty o spotřebě exotického ovoce v ČR. V dalších experimentech jsme použili data o spotřebě balené vody v PET lahvi. Všechny informace, se kterými se respondenti setkali, byly pravdivé a získané z předchozích výzkumů Českého statistického úřadu. Data získaná šetřením byla vyhodnocována pomocí programů Microsoft Excel a PSPP.

3.1 Experiment

Pro účely výzkumu byla v této práci zvolena metoda randomizovaného experimentu. Experiment je jednou z mnoha metod vědeckého poznávání používaných ve společenských vědách [Webster; Sell, 2007]. Jde o výzkum, kdy jsou zkoumanému subjektu či skupině subjektů záměrně měněny podmínky a sleduje se, k jakému obratu došlo [Hendl, 2006]. V této práci byly provedeny *komparativní* experimenty, kdy jsme zkoumali, jak se liší dvě nebo více skupin [tamtéž].

Experiment [Webster; Sell, 2007] má být správně navržen tak, aby určil jak nezávisle proměnné a předchozí podmínky ovlivnily závisle proměnné nebo následek intervence. Dobrý experimentální design může výzkumníkovi pomoci identifikovat část výzkumů, která funguje špatně. Hlavní přínos této metody tkví právě v její nepřirozenosti. Při správném návrhu nám umožňuje při umělých podmínkách zohlednit všechny teoreticky předpokládané příčiny daného jevu při eliminování faktorů, které nebyly teorií označeny jako příčinné. Experiment je vždy jednodušší než přirozené podmínky, a tak umožňuje eliminování vnějších faktorů. Při experimentálním výzkumu je možné přímé srovnání experimentálních a výchozích podmínek [tamtéž].

Při sestavování experimentálního výzkumu je nutné si položit následující otázky: *Co se chceme z výzkumu dozvědět? a Je možné toto zjistit experimentem?* [tamtéž].

Experimentální výzkum sestává ze čtyř kroků [tamtéž]. Na počátku je třeba zvážít *opodstatnění* takového šetření, je to v podstatě odůvodnění, proč zkoumáme stanovený problém. Optimálně je na počátku experiment opřen o teoretický základ, na základě něhož stanovujeme hypotézu. Dalším krokem je návrh experimentálního designu [tamtéž], který určují výchozí podmínky dané teorií a závisle proměnné, které zrcadlí předpokládané teoretické výsledky. Třetím krokem je *operacionalizace*, tedy převedení obecných pojmů do roviny sledovaných znaků. Správná operacionalizace proměnných je pro dobrý výzkum zcela zásadní. Výzkumník by měl tento krok důkladně promyslet a věnovat mu velkou pozornost. Správná operacionalizace by měla být ověřena pilotním výzkumem. Poslední fází experimentálního výzkumu je *analýza a interpretace* získaných dat. Zde by neměla chybět diskuze, která rozpracovává efekt experimentu na chování zkoumaného subjektu a zobecnění zjištěných závěrů vyplývajících z výzkumu. Důkladně připravený a provedený experiment je nedocenitelný nástroj ověřování teorie. [tamtéž].

3.2 Obecná škála proenvironmentálních postojů – GEB

Pro měření proenvironmentálních postojů byla v druhém experimentu použita GEB škála. Tato stupnice, kterou představil Florian G. Kaiser v roce 1998 (General Ecological Behavior Scale), představuje množství podob proenvironmentálního chování s odlišnou náročností jejich plnění. Kaiser vychází z předpokladu, že některé druhy našeho chování vyžadují větší nároky na splnění než jiné. [Kaiser; Wilson, 2000]. Škála nabízí řadu různých druhů chování od těch nenáročných až po velmi náročné, vyžadující silnou motivaci. Například pokud jsou nám popelnice na třídění odpadu pohodlně dostupné, je pro nás snadné odpad třídit. Naopak množství překážek, které musíme během určité aktivity překonat, je pravděpodobně jeden z nejcennějších empirických indikátorů motivace k proenvironmentálnímu chování. Na to, do jaké míry je pro nás environmentálně šetrné chování dostupné, působí tzv. *situační vlivy*, jak je Kaiser s Wilsonem nazývají. Tyto vlivy jsou nad rámec naší kontroly a mohou činit náš záměr chovat se určitým způsobem snazší či obtížnější. Takovým situačním vlivem může být třeba legislativa. Jiným příkladem, který autoři uvádějí, může být obtížnost úspory energie ve špatně izolovaném domě.

Původní Kaiserova GEB škála [2000], pracovala s 38 rozličnými druhy environmentálního chování⁵ s ohledem na jejich obtížnost (např. nákup v obchodě do vlastní donesené tašky či instalace solárních panelů na dům). Později, při provádění mezikulturního výzkumu na vzorcích z Kalifornie a Švýcarska, byla škála rozšířena o další druhy chování až na počet 65 testovaných položek. Tyto byly rozděleny do šesti oblastí: úspora energie, mobilita a doprava, minimalizace odpadu, konzumerismus, recyklování a nepřímé společenské chování ve vztahu k environmentální ochraně [Kaiser, Wilson; 2004]. Pro tuto práci byly v experimentech zvoleny otázky ze všech těchto oblastí. Konkrétním druhům chování je přidělen určitý stupeň obtížnosti, který je odhadem všech situačních omezení, které nemůže jednotlivec ovlivnit. Čím snadnější je uskutečnění daného chování, tím menší obtížnost mu musí být přidělena. Zároveň se tím zvyšuje pravděpodobnost, že se lidé budou takto chovat. V praxi to znamená, že je náročnost chování také vymezena s ohledem na častost, s kterou se ve společnosti vyskytuje (např. čištění trouby speciálním čističem, který je určený právě pro tento spotřebič). Díky tomu, lze podle náročnosti

⁵ Chováním jsou zde myšleny jednotlivé činnosti (např. jízda autem po městě, vyhazování starých baterií do smíšeného odpadu, vrácení nevyužívaných léčiv do lékárny apod.).

chování měřit proenvironmentální postoje jednotlivce. Jednoduše lze vycházet z předpokladu, že čím větší „obět“ je člověk ochoten podstoupit, tím více se chová proenvironmentálně. Nelze však na základě tohoto pravděpodobnostního měření počítat s tím, že osoba, jejíž chování zahrnuje řadu obtíží, splňuje všechno chování, které by bylo na škále označeno jako méně obtížné. Měli bychom se vyvarovat očekávání, že člověk, který si pořídí elektromobil, automaticky třídí odpad. Autoři ve svém konceptu počítají s jistou mírou tolerance k inkonzistenci v chování [Kaiser, Wilson; 2000].

Škála pracuje s uzavřenými otázkami. Původní koncept umožňoval - v souladu s Raschovým modelem - pouze dichotomní odpovědi *ano* či *ne*. Autoři [tamtéž] ale upozorňují na fakt, že tento model, nejen že respondenty nutil k rozhodnutí, ale nabízel pouze omezenou možnost odpovědi. Autoři se proto rozhodli obohatit GEB škálu o Likertovu stupnici odpovědí.⁶ Má-li respondent možnost zvolit neutrální možnost *nevím*, je pro něj účast na výzkumu pohodlnější, což by mělo optimálně vést k větší reliabilitě výsledků. Později Kaiser s Wilsonem [2004] upravili škálu odpovědí do kategorií *nikdy*, *zřídka*, *občas*, *často* a *vždy*, přičemž zůstala možnost odpovědět *nevím* [Kaiser, Wilson; 2004]. Pro účely diplomové práce byla použita tato podoba testu.

⁶ Likertova škála je jednou s nejpoužívanějších technik v dotaznících, která sestává z pěti bodů: zcela souhlasím až zcela nesouhlasím, který respondentovi umožňuje neutrální středovou hodnotu. Měří postoje a názory.

4. Experimenty

4.1 Experiment 1

Cílem tohoto experimentu bylo zkoumat vliv deskriptivních sociálních norem na záměr proenvironmentálního chování, kdy jsme se zaměřili na záměr spotřebovat exotické ovoce. Deskriptivní normy jsou zde konceptualizovány jako přesvědčení o chování populace dospělých Čechů a Češek.

Účastníci výzkumu 1 a design

Účastníci výzkumu byli vybráni příležitostným výběrem z okruhu kontaktů diplomantky a vedoucího práce a na sociálních sítích. Tento způsob výběru je u podobných, tj. teoreticky zakotvených experimentálních studií přijatelný proto, že nesnižuje externí validitu těchto experimentů, tzn. jejich schopnost testovat obecně platné teorie (resp. teorie, jejichž platnost je omezena na explicitně stanovenou podmínku). Experimentu se zúčastnilo 86 respondentů (29 mužů a 57 žen). Věk respondentů se pohyboval od 20 do 46 let, průměrný věk byl 25 let. Závislou proměnnou byl *záměr spotřebovat exotické ovoce* (dále EO). Nezávislou proměnnou představovaly *sociální normy*. Sběr dat proběhl na jaře 2014 (duben, květen) prostřednictvím elektronického dotazníku (viz příloha č. 1). Data byla sbírána prostřednictvím služby Google Forms. Dotazník byl účastníkům představen jako test paměti. Záměrem bylo odvést pozornost od manipulace sociálních norem. Byl použit model dvou experimentálních skupin. Tabulka č. 1 představuje výzkumný design.

Experiment testoval hypotézu, která byla pro tento výzkum stanovena takto:

Hypotéza: Deskriptivní sociální normy mají vliv na environmentálně signifikantní spotřební chování.

Tabulka 1. Výzkumný design experiment 1

	Pre-test	Manipulace SN	Post-test
Experimentální skupina 1 (negativní SN)	Ch ₁	X ₁	Z ₁
Experimentální skupina 2 (pozitivní SN)	Ch ₁	X ₂	Z ₁

Ch - chování; X – provedení intervence; Z – záměr spotřebovat EO; Pre-test – první měření závislé proměnné; Post-test – druhé měření závislé proměnné; negativní SN – respondenti byli informováni o snižující se spotřebě PET; pozitivní SN – respondenti byli informováni o zvyšující se spotřebě PET.

Průběh výzkumu 1

Před začátkem samotného experimentu vyplnili respondenti několik sociodemografických otázek, díky nimž můžeme ověřit, jestli jsou si obě experimentální skupiny podobné z hlediska sociodemografických znaků. Respondenti byli randomizací rozděleni do dvou skupin (pozitivní vs. negativní sociální normy) a na základě tohoto členění odpovídali na dvě verze dotazníku. Nejdříve byl proveden pre-test, kdy byla zjišťována respondentova spotřeba ovoce v posledních 3 dnech. V rámci pre-testu účastníci uváděli, zda měli či ne určitý druh ovoce (jablko, banán, broskev, pomeranč, mandarinku).⁷ Poté již následoval „test paměti“ - krátký text s informacemi o spotřebě exotického ovoce v České republice. U obou experimentálních skupin byly manipulovány deskriptivní normy. První skupině (negativní sociální normy) byla předložena informace o *snižujícím* se trendu spotřeby exotického ovoce v ČR v letech 2010 – 2012. Druhé skupině (pozitivní sociální normy) byla předložena informace o *zvyšující* se spotřebě EO v ČR v letech 2002 – 2010. Veškeré informace předložené respondentům, byly pravdivé a založené na předchozích výzkumech Českého statistického úřadu. Následně byly respondentům položeny dvě otázky, které zjišťovaly, jestli si respondenti informace o spotřebě potravin správně zapamatovali. Tyto otázky sloužily nejen k tomu, aby zvýšily motivaci respondentů si tyto informace zapamatovat, ale současně také jako kontrola experimentální manipulace.

Účastník výzkumu si měl zapamatováním textu vštípit informaci, že se v naší zemi spotřeba tohoto ovoce buď zvyšuje, nebo snižuje – cílem bylo manipulovat deskriptivní sociální normy. Kontrola manipulace byla zajištěna otázkami, zda se spotřeba tropického a subtropického ovoce v daném období zvýšila, snížila či zůstala beze změny a pokud ano o kolik procent. Nakonec byly respondentovi zobrazeny správné odpovědi, aby se s informací opět setkal.

V dotazníku byl indikátor měřící nezávisle proměnnou (*deskriptivní normy*) formulován takto:

„Zkuste prosím odhadnout, jaký podíl dospělých Češek a Čechů si dá v následujících 3 dnech alespoň jeden kus exotického ovoce. Svůj odhad uveďte prosím v %.“

Otázka zjišťující závislou proměnnou (*záměr spotřebovat EO*) zněla takto:

„Zkuste prosím odhadnout, jaká je pravděpodobnost, že si dáte v následujících 3 dnech alespoň jeden kus exotického ovoce. Svůj odhad uveďte opět v %.“

⁷ Pro účely tohoto výzkumu byl jako EO v dotazníku zvolen banán, pomeranč a mandarinka.

Výsledky experimentu 1

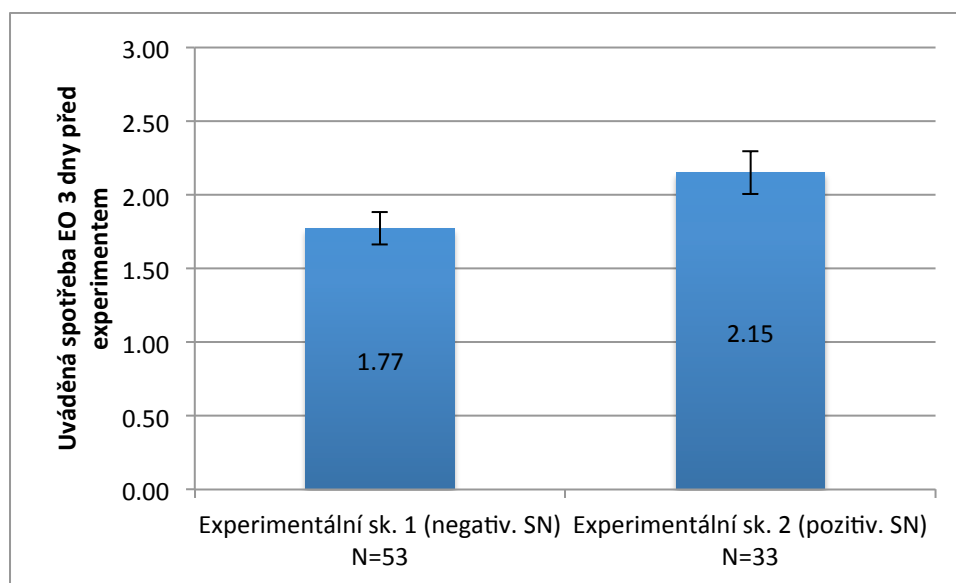
Analýza ukázala, že podíl mužů v první skupině - negativní SN (30,2%) je podobný jako v druhé skupině – pozitivní SN (39,4%) a mezi skupinami není statisticky významný rozdíl v zastoupení mužů ($\chi^2(1)=0,771$; $p=0,380$). Průměrný věk v první skupině – negativní SN byl nižší ($M=27,21$; $SD=4,456$) než ve druhé skupině – pozitivní SN ($M=26,30$; $SD=9,745$). Tento rozdíl nebyl statisticky významně odlišný ($t(2,84)=0,586$; $p=0,56$). Celková ekonomická situace respondentů, měřená na 4-bodové škále (kde vyšší hodnota skóru znamená lepší ekonomickou situaci) byla horší u respondentů v první experimentální skupině s negativními SN ($M=1,79$; $SD=0,66$) než v druhé experimentální skupině ($M=2,06$; $SD=0,70$). Tento rozdíl nebyl statisticky významný ($t(2,84)=-1,784$; $p=0,078$).

Tabulka 2. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 1

	N	% mužů ve vzorku	Průměrný věk (roky)	Ekonomická situace*
Experimentální skupina 1 (negativní SN)	53	30,2	27,2	1,79
Experimentální skupina 2 (pozitivní SN)	33	39,4	26,3	2,06

Pozn.: * Vyšší hodnota představuje lepší ekonomickou situaci (1=velmi špatná, 2=spíše špatná, 3=spíše dobrá, 4=velmi dobrá). Negativní SN – respondenti byli informováni o snižující se spotřebě PET; pozitivní SN – respondenti byli informováni o zvyšující se spotřebě PET.

Graf 3. Respondenty uváděná spotřeba exotického ovoce ve 3 dnech před experimentem 1 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).



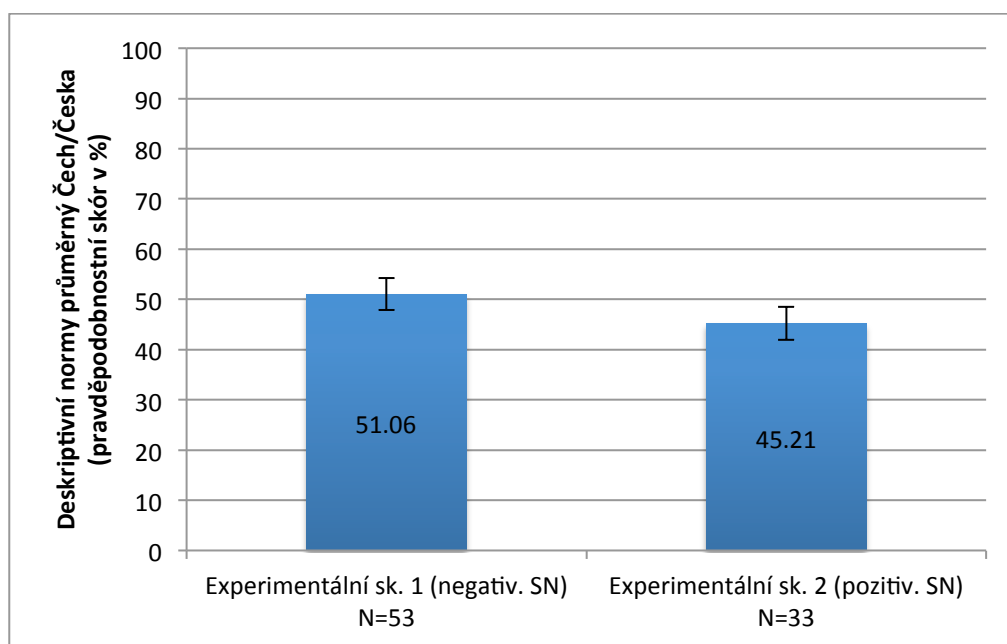
Pozn.: Uváděná spotřeba EO je zjišťována otázkou: „Dal/a jste si během uplynulých 3 dní jablko, banán, broskev, pomeranč, mandarinku?“ Zohledňovány byly pouze odpovědi u banánu, pomeranče, mandarinky (ano=0, ne=1). Přičemž hodnota 0 na ose y znamená konzumaci všech 3 druhů EO (nejméně proenvironmentální chování) a hodnota 3 znamená, že respondent nekonzumoval ani jedno z 3 druhů EO. Vyšší skór znamená více proenvironmentální chování. Experimentální sk. 1 (negativní SN) – respondenti byli informováni o snižující se spotřebě PET; experimentální sk. 2 (pozitivní SN) – respondenti byli informováni o zvyšující se spotřebě PET. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Výsledky analýzy ukázaly (viz graf č. 3), že skupina 2, jíž byly předkládány údaje o zvyšujícím se trendu spotřeby tropického a subtropického ovoce (pozitivní SN), nakupovala méně již před výzkumem a před manipulací ($M=2,15$; $SD=0,83$) než první skupina ($M=1,77$; $SD=0,80$).⁸ Tento rozdíl byl statisticky významný ($t(2,84)=-2,096$; $p=0,039$).

Účastníci výzkumu uváděli procentuální odhad, s jakou pravděpodobností si průměrný Čech/Češka dá v následujících 3 dnech EO (deskriptivní normy). Hodnoty u deskriptivních norem Čechů a Češek u první skupiny (negativní SN) představovaly méně proenvironmentální chování ($M=51,06$; $SD=23,03$) než u druhé skupiny (pozitivní SN), která předpokládala u Čechů a Češek více proenvironmentální chování ($M=45,21$; $SD=45,21$). Tento rozdíl nebyl statisticky významný ($t(2,78)=1,226$; $p=0,224$). V případě této závisle proměnné můžeme pozorovat, že respondenti ve skupině 1 odhadovali vyšší budoucí spotřebu u sebe než u ostatních Čechů/ Češek. U skupiny 2 se tato proměnná lišila jen minimálně (viz graf č. 4).

⁸ Vyšší hodnota znamená více proenvironmentální chování.

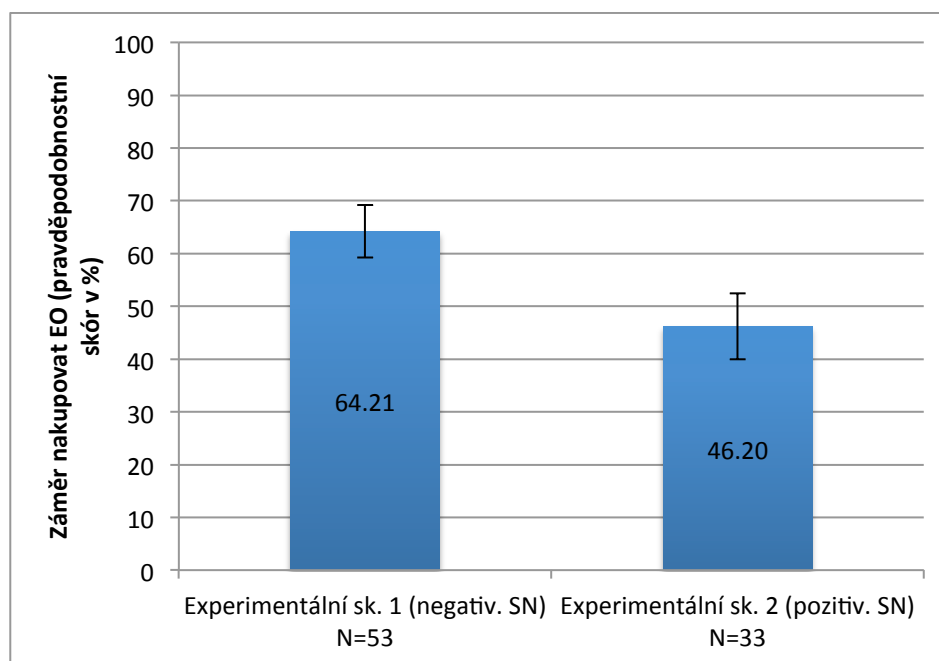
Graf 4. Deskriptivní normy průměrný Čech/Česka experiment 1 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).



Pozn. Vliv na působení deskriptivních norem zjišťovala otázka: „Zkuste prosím odhadnout, jaký podíl dospělých Čechů/Češek si dá v následujících 3 dnech alespoň 1 kus EO?“ Vyšší číselná hodnota skóru odpovídá silnějšímu záměru nakupovat exotické ovoce, tedy méně proenvironmentálnímu chování. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór. Experimentální skupina 1 (pozitiv. SN) – skupina, u níž byly SN manipulovány informací o snižující se spotřebě PET; Experimentální skupina 2 (negativ. SN) – skupina, u níž byly SN manipulovány informací o zvyšující se spotřebě PET.

Respondenti uváděli svůj záměr nakupovat v následujících dnech EO v procentech (viz graf č. 5). Záměr nakupovat EO u první skupiny - negativní SN ($M=64,21\%$; $SD=36,19$) byl vyšší než u druhé skupiny – pozitivní SN ($M=46,20\%$; $SD=35,84$). Druhá skupina tedy vykazovala záměr chovat se více proenvironmentálně. Tento rozdíl byl statisticky významný ($t(68,53)=2,252$; $p=0,027$).

Graf 5. Záměr nakupovat exotické ovoce v následujících 3 dnech experiment 1 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).



Pozn.: Záměr nakoupit EO v následujících 3 dnech je zjišťován pomocí následující otázky: "Zkuste prosím odhadnout, jaká je pravděpodobnost, že si dáte v následujících 3 dnech alespoň jeden kus exotického ovoce. Svůj odhad uveďte prosím v %." Vyšší číselná hodnota skóru odpovídá silnějšímu záměru nakupovat exotické ovoce. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór. Experimentální skupina 1 (pozitiv. SN) – skupina, u níž byly SN manipulovány informací o snižující se spotřebě PET; Experimentální skupina 2 (negativ. SN) – skupina, u níž byly SN manipulovány informací o zvyšující se spotřebě PET.

Tento výsledek znamená, že případné rozdíly v závislé proměnné mezi skupinami pozorované po experimentální manipulaci nemohou být připisovány pouze této manipulaci. I přes toto omezení by však mělo platit, že experimentální manipulace zesílila a nikoli oslabila rozdíly ve spotřebě exotického ovoce při srovnání spotřeby exotického ovoce před experimentem a po něm. Z tohoto důvodu je zajímavé porovnat rozdíly ve spotřebě exotického ovoce mezi skupinami před a po experimentální manipulaci. Toto můžeme jednoduše provést, pokud porovnáme rozdíly mezi skupinami před a po experimentu, měřením hodnoty Cohenova d (míry experimentálního efektu, která může být chápána širěji jako míra rozdílu mezi skupinami).

Tabulka 3. Rozdíly spotřeby EO před experimentem 1 a po něm

	Spotřeba EO		Velikost efektu
	Experimentální sk. 1 (negativní SN)	Experimentální sk. 2 (pozitivní SN)	Cohenovo d
Před	M=1,79 (SD=0,80)	M=2,15 (SD=0,83)	d = 0,43
Po	M=64,21% (SD=36,19)	M=46,20% (SD=35,84)	d = 0,49

Pozn. Vyšší hodnota skóru u spotřeby EO PŘED experimentem představuje více proenvironmentální chování. V případě respondentova záměru spotřebovat EO PO experimentu se jednalo o procentuální odhad pravděpodobnosti, že tak učiní. Nižší hodnota u záměru spotřebovat zde znamená více proenvironmentální chování. Experimentální sk. 1 (negativní SN) – respondenti byli informováni o snižující se spotřebě PET; experimentální sk. 2 (pozitivní SN) – respondenti byli informováni o zvyšující se spotřebě PET.

Odlišné hodnoty cohenova d ukazují, že se po intervenci mírně zvýšil rozdíl mezi skupinami z hlediska záměru spotřebovat EO v budoucnosti proti rozdílu, který mezi skupinami existoval v uváděné spotřebě EO před experimentální manipulací ($\Delta d=0,06$). Přestože změna rozdílů nemusela být způsobena manipulací, koresponduje tento výsledek minimálně s předpokládaným efektem intervence.

Diskuze experimentu 1

První experiment byl pouze částečně úspěšný. Tento výsledek lze přisuzovat skutečnosti, že byly obě experimentální skupiny odlišné z hlediska spotřeby EO před experimentální manipulací. Z tohoto důvodu nelze přisuzovat rozdíly v záměru spotřebovat EO po experimentu pouze experimentálnímu vlivu manipulace.

Přes tato omezení výsledky prvního experimentu korespondují s původní hypotézou z hlediska rozdílu v záměru nakupovat EO po experimentu. Rozdíl mezi skupinami v záměru konzumovat EO je větší, než byl rozdíl ve spotřebě EO před výzkumem, kterou respondenti uváděli. Na základě těchto výsledků je pravděpodobné, že vystavení deskriptivním informacím mělo vliv na vnímání deskriptivních norem i na záměr spotřebovat EO.

4.2 Experiment 2

Předchozí experiment byl úspěšný pouze částečně. Rozdíly mezi první a druhou experimentální skupinou totiž byly, přinejmenším z části, ovlivněny faktem, že se lišily

z hlediska spotřeby EO před experimentem. Cílem tohoto výzkumu bylo taktéž zkoumat vliv obecných sociálních norem na záměr respondentů spotřebovávat a tak replikovat první experiment. Jako cílové proenvironmentální chování byla v tomto případě spotřeba balené vody v PET láhvi⁹, která je v ČR velmi rozšířená a zároveň představuje nepříznivou alternativou ke konzumaci kohoutkové vody.

Účastníci výzkumu 2 a design

Účastníci výzkumu byli získáváni metodou sněhové koule na sociální síti *Facebook*. Výzkumu se zúčastnilo 419 respondentů (z původního počtu 525 pozorování bylo nutné vyřadit duplicity, respondenty, kteří se zúčastnili již prvního experimentu na základě uvedené emailové adresy, nedokončené dotazníky a chyby, které byly způsobeny online systémem). Výzkumu se zúčastnilo 141 mužů a 278 žen. Věkový interval byl od 15 do 71 let (průměrný věk 25). Sběr dat pro druhý experiment probíhal v říjnu a listopadu 2014. Experiment byl nazván *Dotazník – Balená voda*. Zde byly respondentům předkládány informace o spotřebě balené vody (viz příloha č. 2). Dotazník byl vytvořen na webových stránkách *eSurv.org*, které nabízí zdarma online nástroj pro sběr dat. Respondenti byli randomizací rozděleni do čtyř skupin. V případě druhého experimentu jsme výzkum rozšířili o měření proenvironmentálních postojů pomocí GEB škály, a použili jsme Solomonův experimentální design o čtyřech skupinách – jedna zcela kontrolní, druhá kontrolní doplněná o měření hladiny proenvironmentálních postojů pomocí otázek z GEB škály a 2 experimentální (jedna čistě experimentální a jedna, která měřila proenvironmentální postoje). Nejvíce osob bylo ve třetí skupině experimentální bez GEB - 30,3%. Nejméně osob 19,3% dokončilo čtvrtou verzi dotazníku, která byla zároveň nejdelší (experimentální + GEB). Délka dotazníku čtvrté skupiny mohla být důvodem, proč jej dokončilo nejméně respondentů. Závislou proměnnou byl *záměr spotřebovávat balenou vodu v PET láhvi*. Nezávislou proměnnou představovaly *deskriptivní normy*. I v tomto experimentu byl zvolen záměrný nerepresentativní výběr. Tabulka č. 4 představuje výzkumný design.

Pro druhý experiment byla zachována původní hypotéza: *Deskriptivní sociální normy mají vliv na environmentálně signifikantní spotřební chování*.

⁹ Balená voda byla v tomto výzkumu vymezena jako nesyčená neovocná voda balená v PET láhvi.

Tabulka 4. Výzkumný design experiment 2

	Pre-test	Manipulace sociálních norem	Post-test
Skupina 1 - kontrolní	Ch ₁	-	Z ₁
Skupina 2 - experimentální	Ch ₁	X ₁	Z ₁
Skupina 3 – kontrolní + GEB	Ch ₁	-	Z ₁
Skupina 4 – experimentální + GEB	Ch ₁	X ₂	Z ₁

Pozn.: Ch - chování; X – provedení intervence; Z – záměr spotřebovat PET; Pre-test – první měření závislé proměnné; Post-test – druhé měření závislé proměnné

Průběh výzkumu 2

Na začátku byly u respondentů zjišťovány sociodemografické znaky, abychom mohli porovnat zastoupení ve skupinách. Zjišťovali jsme pohlaví, věk a ekonomickou situaci. Dotazník byl experimentálním skupinám představen jako test paměti. První kontrolní skupina obdržela verzi, která neobsahovala informaci o spotřebě balené vody. Druhá skupina se setkala, tak jako v prvním experimentu, s „testem paměti“ a respondent zde byl informován o poklesu spotřeby balené vody v České republice v letech 2005 – 2011. Třetí skupina byla také kontrolní, ale oproti první obsahovala navíc obecnou škálu proenvironmentálního chování, zatímco čtvrtá skupina obdržela otázky zjišťující GEB i test paměti. Všechny skupiny měli uvést či tipnout spotřebu balené vody v ČR během let 2005 – 2011 i za předpokladu, že v jejich dotazníku tato informace nebyla uvedena (první kontrolní skupina a třetí kontrolní + GEB). U experimentálních skupin tato otázka posloužila jako nástroj kontrolující manipulaci sociálních norem. U všech skupin měřily indikátory *deskriptivní normy* a *záměr spotřebovat PET*. Nezávislé proměnné ověřovaly otázky na odhad, zda si v následujících sedmi dnech balenou vodu zakoupí průměrný/á Čech/Češka, průměrný/á Čech/Češka respondentova věku a většina přátel účastníka výzkumu. Upozornění na referenční skupinu, kterou zde představují vrstevníci a přátelé, mělo umocnit vliv manipulace na deskriptivní normy. Závislou proměnnou zjišťovala otázka na tip pravděpodobnosti, s jakou si dotazovaný v následujícím týdnu zakoupí balenou vodu.

Výsledky experimentu 2

Elektronický dotazník randomizací rozdělil respondenty do 4 skupin, z nichž každá obdržela jinou verzi. Sociodemografické indikátory měřily pohlaví, věk a ekonomickou situaci (viz tabulka č. 5). Podíl mužů byl nejvyšší ve druhé experimentální skupině (39,8%), dále v první kontrolní skupině bylo 33,1%, ve čtvrté experimentální + GEB skupině bylo zastoupení mužů 32,1% a nejméně mužů bylo ve třetí experimentální + GEB skupině (30,7%). Mezi skupinami není statisticky významný rozdíl v podílu mužů ($\chi^2(3)=2,166$; $p=0,539$). Věkový průměr byl u první kontrolní skupiny nejnižší ($M=27,42$; $SD=8,049$), u druhé experimentální skupiny ($M=27,82$; $SD=9,369$) a třetí kontrolní + GEB ($M=28,33$; $SD=9,599$) byl vyšší. Nejvyššího věkového průměru dosahovala čtvrtá experimentální + GEB skupina ($M=28,40$; $SD=8,935$). Tyto rozdíly mezi skupinami nebyly statisticky významné ($F(3,415)=0,282$; $p=0,839$). Ekonomická situace byla nejlepší ve čtvrté experimentální + GEB skupině ($M=2,15$; $SD=0,635$), dále v první kontrolní skupině ($M=2,10$; $SD=0,576$), ve třetí kontrolní + GEB skupině ($M=2,05$; $SD=0,561$) a nejhůřší byla u druhé experimentální skupiny ($M=2,0$; $SD=0,552$). Respondenti na tuto otázku odpovídali z možností velmi špatná=1, spíše špatná=2, spíše dobrá=3, velmi dobrá=4. Mezi skupinami není statisticky významný rozdíl v ekonomické situaci ($F(3,415)=1,130$; $p=0,336$).

Tabulka 5. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 2

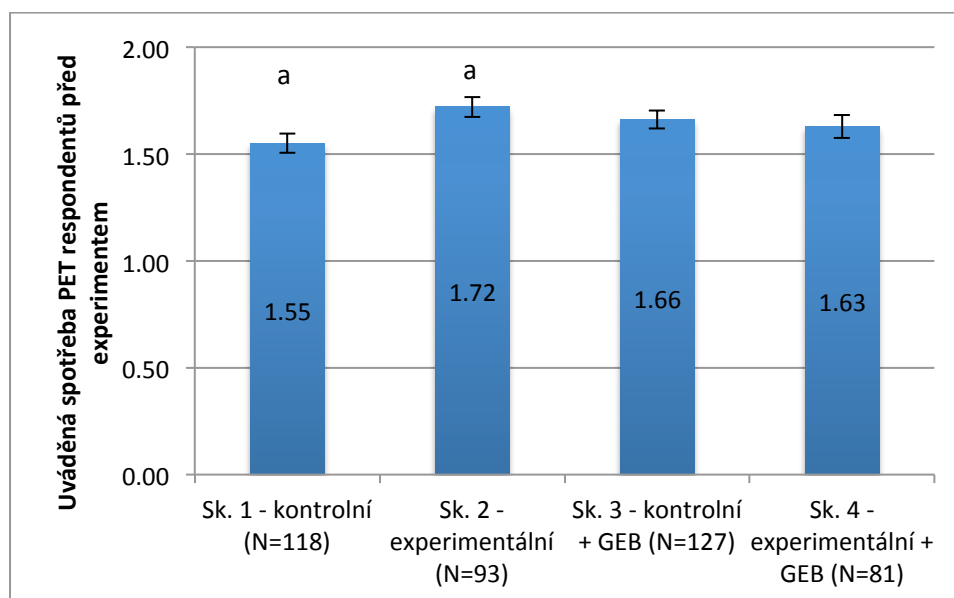
	N	% mužů ve vzorku	Průměrný věk (roky)	Ekonomická situace*
1. skupina – kontrolní	118	33,1	27,42	2,10
2. skupina – experimentální	93	39,8	27,82	2,00
3. skupina – kontrolní + GEB	127	30,7	28,33	2,05
4. skupina – experimentální + GEB	81	32,1	28,40	2,15

Pozn.: * Vyšší hodnota představuje lepší ekonomickou situaci (1=velmi špatná, 2=spíše špatná, 3=spíše dobrá, 4=velmi dobrá).

Dle analýzy nejméně spotřebovávala balenou vodu v týdnu před výzkumem druhá experimentální skupina ($M=1,72$; $SD=0,45$). Vyšší hodnota skóru znamená chování šetrnější k životnímu prostředí. Následovala ji třetí kontrolní + GEB skupina ($M=1,66$; $SD=0,48$). Nižší průměr měla čtvrtá experimentální + GEB skupina ($M=1,63$; $SD=0,49$) a nejméně proenvironmentálně se chovala první kontrolní skupina ($M=1,55$; $SD=0,50$).

Tyto rozdíly mezi skupinami nebyly statisticky významné ($F(3,415)=2,328$; $p=0,074$). Respondenty uváděnou spotřebu PET před experimentem zobrazuje graf č. 6.

Graf 6. Respondenty uváděná spotřeba balené vody v PET lahvích v posledním týdnu před experimentem 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).

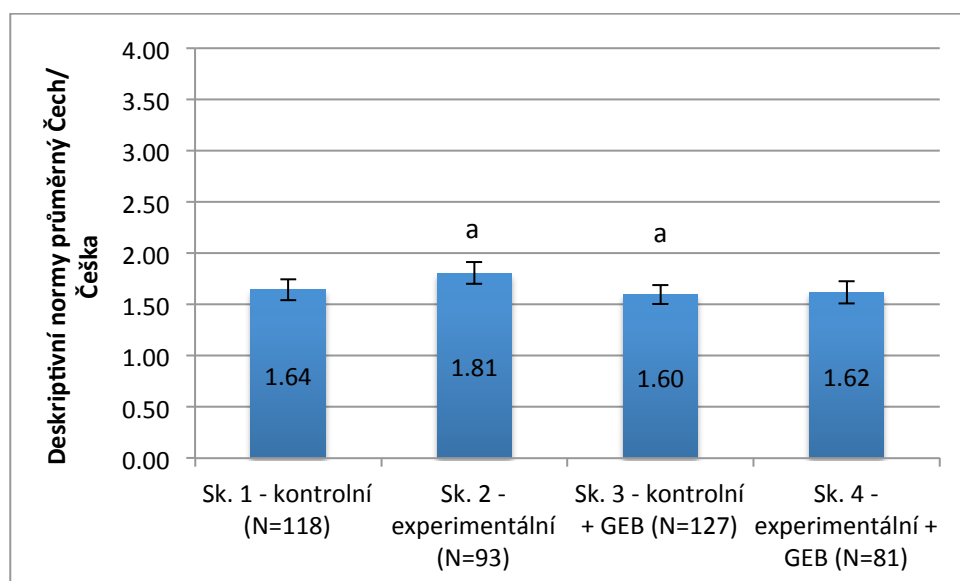


Pozn.: *a* označuje skupiny, které jsou statisticky odlišné (post-hoc LSD test, $p<0.05$). Pre-test zjišťoval uváděnou spotřebu PET otázkou „Koupil/a jste si během uplynulých 7 dní balenou vodu v PET láhvi?“ Respondenti odpovídali *ano=1*, *ne=2*. Vyšší hodnota skóru představuje chování šetrnější k životnímu prostředí (odpověď *ne*). Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Analýza variance ukázala, že na stanovené hladině významnosti jsou rozdíly mezi skupinami statisticky významné pouze u proměnné *vnímání norem přátel respondentů* ($F(3,418)=3,956$; $p=0,008$); $\eta^2=0,028$. Rozdíly mezi skupinami u proměnné *vnímání norem Čechů/Češek vrstevníků* nebyly statisticky významně odlišné ($F(3,418)=2,101$; $p=0,10$); $\eta^2=0,015$ stejně tak i proměnná *vnímání norem průměrného Čecha/Češky* ($F(3,318)=1,824$; $p=0,142$); $\eta^2=0,013$. Rozdíly mezi skupinami u proměnné *záměr respondentů spotřebovat balenou vodu v PET láhvi v následujícím týdnu* nebyly statisticky významné ($F(3,418)=1,404$; $p=0,241$); $\eta^2 = 0,010$.¹⁰ Grafy č. 7, 8 a 9 ukazují průměry u jednotlivých nezávislých proměnných.

¹⁰ Pro společenskovední výzkum jsou stanoveny intervaly η^2 takto: $\eta^2 \geq 0,01$ malý efekt, $\eta^2 \geq 0,06$ mírný efekt, $\eta^2 \geq 0,14$ velký efekt [Cohen 1988].

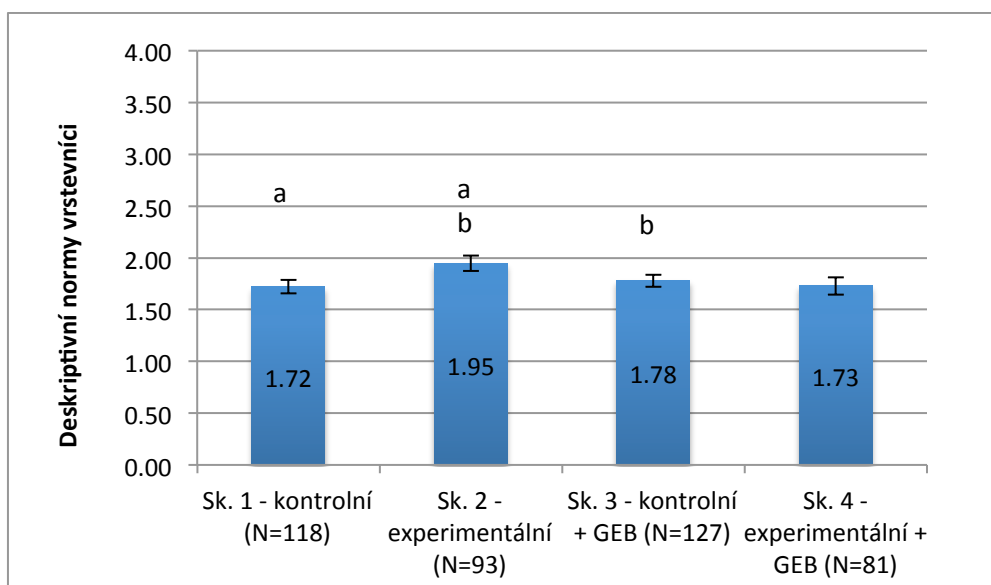
Graf 7. Deskriptivní normy průměrný Čech/Češka experiment 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).



Pozn.: *a* označuje skupiny, které jsou statisticky odlišné (post-hoc LSD test, $p < 0.05$). Nezávislou proměnnou zjišťovala otázka: „Řekl/a byste, že průměrný Čech nebo Češka si koupí během následujícího týdne alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?“ Respondenti odpovídali *určitě ano*=1, *spíše ano*=2, *spíše ne*=3, *určitě ne*=4. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Dle výsledků analýzy dosahovalo vnímání deskriptivní normy u proměnné *průměrný Čech/Češka* nejvyšší hodnoty u druhé experimentální skupiny ($M=1,81$; $SD=0,711$), dále u první kontrolní skupiny ($M=1,64$; $SD=0,734$). Nižší hodnoty byly u čtvrté experimentální + GEB skupiny ($M=1,62$; $SD=0,717$) a nejnižší hodnoty u třetí kontrolní skupiny ($M=1,60$; $SD=0,633$). Rozdíly mezi skupinami u této proměnné nebyly statisticky významné ($F(3,318)=1,824$; $p=0,142$).

Graf 8. Deskriptivní normy respondentů vrstevníci experiment 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).

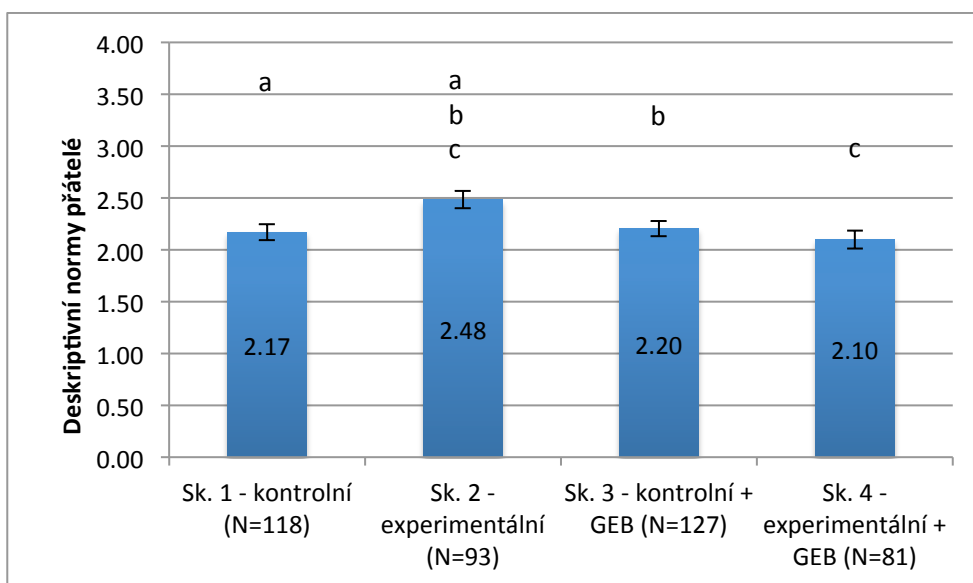


Pozn.: *a*, *b* označují skupiny, které jsou statisticky odlišné (post-hoc LSD test, $p < 0.05$). Nezávislou proměnnou měřila otázka: „Rekl/a byste, průměrný Čech nebo Češka Vašeho věku si koupí během následujícího týdne alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?“ Respondenti odpovídali určitě ano=1, spíše ano=2, spíše ne=3, určitě ne=4. Vyšší hodnota skóru představuje více proenvironmentální chování. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Měření nezávisle proměnné *deskriptivních norem vrstevníků* ukázalo, že nejvíce proenvironmentální chování přisuzovala vrstevníkům druhá experimentální skupina ($M=1,95$; $SD=0,713$), druhá v pořadí byla třetí kontrolní + GEB skupina ($M=1,78$; $SD=0,666$), dále pak čtvrtá experimentální + GEB skupina ($M=1,73$; $SD=0,758$). Nejméně šetrné chování přisuzovala vrstevníkům první kontrolní skupina ($M=1,72$; $SD=0,715$). Tyto rozdíly mezi jednotlivými skupinami nebyly statisticky významné ($F(3,418)=2,101$; $p=0,10$).

Nejnižší hodnoty předpokladu proenvironmentální spotřeby – tedy nejméně šetrné chování - byly u všech skupin přisuzovány vrstevníkům. Průměrné hodnoty věku respondentů se mezi skupinami pohybovaly v rozmezí 27,4 - 28,4 let. Graf č. 9 zobrazuje průměrné hodnoty u proměnné *deskriptivní normy přátel*. Rozdíly mezi skupinami byly u této proměnné, poukazující na poněkud silnější referenční skupinu, než jsou pouze neurčení vrstevníci, statisticky významné ($F(3,418)=3,956$; $p=0,008$). Analýza ukázala, že všechny skupiny očekávají ze všech nezávisle proměnných nejvíce proenvironmentální chování u *přátel*. *Vrstevníci respondentů* byli hodnoceni jako nejméně šetrní k životnímu prostředí oproti ostatním výše zmíněným proměnným.

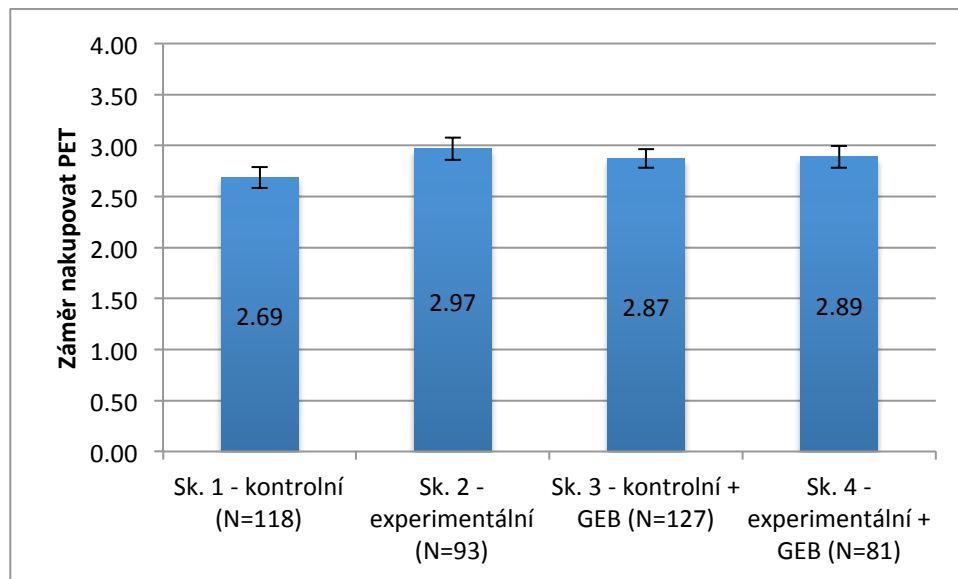
Graf 9. Deskriptivní normy většina respondentových přátel experiment 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).



Pozn.: *a, b, c* označují skupiny, které jsou statisticky odlišné (post-hoc LSD test, $p < 0.05$). Tuto nezávislou proměnnou ověřovala otázka „Řekl/a byste, že většina Vašich přátel si během následujícího týdne koupí alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?“ Respondenti odpovídali určitě ano=1, spíše ano=2, spíše ne=3, určitě ne=4. Vyšší hodnota skóru představuje chování šetrnější k životnímu prostředí. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

U proměnné *vnímání deskriptivní normy přátel* uváděli nejvyšší skór (nejvíce proenvironmentální chování) respondenti ve druhé experimentální skupině, která byla podrobena manipulaci norem ($M=2,48$; $SD=0,816$), dále třetí kontrolní + GEB skupina ($M=2,20$; $SD=0,820$). Nižší skór uváděla první kontrolní skupina ($M=2,17$; $SD=0,820$) a nejnižší skór čtvrtá experimentální + GEB skupina ($M=2,10$; $SD=0,80$). Rozdíly mezi skupinami u této proměnné byly statisticky významné ($F(3,418)=3,956$; $p=0,008$).

Graf 10. Záměr respondentů spotřebovat PET v následujícím týdnu po experimentu 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).



Pozn.: Pre-test zjišťoval uváděnou spotřebu PET otázkou „*Myslíte si, že si během následujícího týdne koupíte alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?*“ Respondenti odpovídali *určitě ano=1, spíše ano=2, spíše ne=3, určitě ne=4*. Vyšší hodnota skóru představuje chování šetrnější k životnímu prostředí. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Analýza ukázala, že u závisle proměnné *záměr respondentů spotřebovat PET* v následujícím týdnu pro experimentální manipulaci uváděli nejvyšší skór respondenti ve druhé experimentální skupině, která byla vystavena manipulaci norem ($M=2,97$; $SD=1,037$), dále čtvrtá experimentální + GEB skupina ($M=2,89$; $SD=0,969$). Nižší hodnoty uváděla třetí kontrolní + GEB skupina ($M=2,87$; $SD=1,054$) a nejnižší hodnoty byly u první kontrolní skupiny ($M=2,69$; $SD=1,107$). Tato skupina měla tedy záměr chovat se nejméně proenvironmentálně ze všech skupin (viz graf č. 10). Rozdíly mezi skupinami nebyly statisticky významné ($F(3,418)=1,404$; $p=0,241$).

Domníváme se, že otázky měřící GEB, které obdržela třetí a čtvrtá skupina, mohly působit spíše sugestivně a zkreslovat výzkum tím, že zaměřily respondentovu pozornost na proenvironmentální chování a tím ovlivňovat manipulaci. U těchto skupin totiž nesledujeme žádný vliv experimentální manipulace a skupiny se v žádných proměnných neliší. Z tohoto důvodu nebyly otázky měřící proenvironmentální postoje podrobeny analýze a nejsou uvedeny v této práci.

Diskuze experimentu 2

Výsledky tohoto výzkumu ukazují, že statisticky významné rozdíly mezi skupinami byly pouze v případě proměnné *vnímání deskriptivních norem přátel*. Lze usuzovat, že experimentální manipulaci v tomto výzkumu, mohly ovlivnit otázky měřící GEB, které obdrželi respondenti ve třetí a čtvrté skupině. Z tohoto důvodu nebyla data z této části dotazníku dále do této práce rozpracována. Pro další výzkum jsme již GEB škálu zcela vyřadili z dotazníků. První kontrolní a druhá experimentální skupiny se ve spotřebě PET lišily již před experimentální manipulací. Z tohoto důvodu není dobře možné vysledovat vliv manipulace deskriptivních norem. Vzhledem k tomu, že experiment nepotvrdil stanovenou hypotézu, bylo provedeno další šetření, které pracovalo pouze se dvěma skupinami, a výzkumný design byl poněkud jednodušší.

4.3 Experiment 3

Předchozí experimenty byly úspěšné pouze částečně. Posloužily nám však jako přínosné pilotní studie, na základě kterých jsme mohli lépe konkretizovat další výzkum. Druhý pilotní experiment naznačil, že zahrnutí GEB škály ovlivňovalo experimentální manipulaci. Proto jsme se rozhodli vynechat v dalších experimentech měření proenvironmentálních postojů pomocí škály GEB. Obecné sociální normy jsou v tomto experimentu konceptualizovány jako přesvědčení o chování většiny Čechů a Češek. Tak jako u předchozího šetření bylo cílem tohoto experimentu zkoumat vliv obecných sociálních norem na záměr respondenta spotřebovat balenou vodu v PET láhvi. Na rozdíl od prvního a druhého pilotního experimentu ovšem vynecháváme v třetím experimentu měření obecných environmentálních postojů pomocí škály GEB. Kromě toho se ve třetím pilotním experimentu snažíme vyrovnat s problémem, který se objevoval u prvního a druhého experimentu: totiž rozdíly mezi experimentálními skupinami, resp. experimentálními skupinami a kontrolní skupinou, které zřejmě vznikly v důsledku samovýběru. Abychom efekt samovýběru omezili, zařadili jsme do experimentu tzv. vycpávkové úkoly (*filler task*), které mají za cíl zvýšit kognitivní náročnost experimentu pro kontrolní skupinu respondentů.

Účastníci výzkumu 3 a design

Respondenty pro třetí experiment, jsme získávali na stránkách *Vyplnto.cz*, kde byl také uveřejněn odkaz na elektronickou verzi dotazníku. Třetího šetření se zúčastnilo 137

respondentů (42 mužů a 95 žen). Věkové rozpětí účastníků výzkumu se pohybovalo mezi 15 – 80 lety, průměrný věk byl 29. Respondenti byli náhodně rozděleni do dvou skupin – experimentální a kontrolní. Sběr dat probíhal na přelomu února a března 2015. Většina respondentů (75,9%), kteří začali dotazník vyplňovat, jej dokončila. Tabulka č. 6 představuje výzkumný design.

Stejně tak jako u předchozích experimentů, byla i pro tento výzkum ponechána hypotéza: *Deskriptivní sociální normy mají vliv na environmentálně signifikantní spotřební chování.*

Tabulka 6. Výzkumný design experiment 3

	Pre-test	Manipulace SN	Post-test
Experimentální skupina	Ch ₁	X	Z ₁
Kontrolní skupina	Ch ₁	-	Z ₁

Pozn.: Ch - chování; X – provedení intervence; Z – záměr; Pre-test – první měření závislé proměnné; Post-test – druhé měření závislé proměnné

Průběh výzkumu 3

Dotazník byl nazván a prezentován jako *Porozumění grafickým informacím* (viz příloha č. 3). Respondentům bylo sděleno, že se dotazník skládá z částí zabývajících se porozumění grafickým informacím a částí věnující se životnímu stylu. Deskriptivní normy byly u experimentální skupiny manipulovány předkládáním informace o spotřebě balené vody v České republice ve vybraném období. Cílem dotazníku bylo odvést pozornost od manipulace deskriptivních norem. Na začátku dotazníku byly sociodemografické otázky zjišťující pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání a ekonomickou situaci dotazovaných. Následoval pre-test, kde jsme se ptali na frekvenci respondentovi spotřeby vybraných potravin (nízkotučné mléko, biopotraviny, chléb, nápoje v plechovce, balená voda v PET láhvi, tabulková mléčná čokoláda, hotové mražené nebo konzervované pokrmy nebo polotovary)¹¹. Poté byli respondenti randomizací rozděleni do kontrolní a experimentální skupiny. Experimentální skupině byl zobrazen graf s poklesem spotřeby balené vody v PET lahvičkách v ČR v letech 2005 – 2011 bez uvedení číselných hodnot na svislé ose. V následující otázce měla experimentální skupina odhadovat procentuální pokles této spotřeby. Abychom

¹¹ U této otázky volili respondenti odpovědi na 4-bodové škále nikdy, občas, často, velmi často.

respondenta na tuto informaci znovu upozornili, byly mu položeny otázky – *Věděl/a jste o tom, že v posledních letech došlo k poklesu spotřeby balené vody? Jaké jsou podle Vás hlavní důvody toho, že došlo k poklesu spotřeby balené vody?* Poukázali jsme na referenční skupinu: *Pozorujete, že lidé ve Vašem okolí snižují spotřebu balené vody?* Po této sekci se respondent opět setkal s grafem zobrazujícím pokles spotřeby balené vody, tentokrát již s popsanou svislou osou, abychom na deskriptivní normy opět upoutali respondentovu pozornost. Respondenti v experimentální skupině se měli pokusit přesněji odhadnout procento poklesu. Experimentální skupiny jsme se ještě zeptali, zda si myslí, že je v ČR moderní konzumaci balené vody omezovat.

Kontrolní skupině byl ukázán graf, který zobrazoval roční spotřebu vybraných potravin v ČR v kg na osobu. Zobrazena byla roční konzumace pšeničné mouky, žitné mouky, krup/ječné krupice/ovesných vloček, ostatních muk, rýže, chleba, pšeničného pečiva, trvanlivého pečiva a těstovin. Nebyla zde informace o balené vodě. Veškeré informace předložené účastníkům výzkumu byly získány z předchozích výzkumů Českého statistického úřadu. Poté měl dotazovaný seřadit výše zmíněné potraviny podle míry spotřeby od nejvyšší po nejnižší hodnotu. Tyto otázky určené kontrolní skupině sloužily pouze k tomu, aby byly obě verze dotazníku stejně dlouhé. Nejsou důležité pro tento výzkum, proto nebyly podrobeny analýze.

Všichni účastníci výzkumu se setkali s obrázkem zobrazujícím Stroopův efekt, který ověřuje, do jaké míry jsme při plnění určitého úkolu ovlivněni automatickými reakcemi. Všichni respondenti nakonec měli u vybraných potravin - včetně balené vody – uvést, zda se spotřeba v roce 2015 snížila. Následovaly otázky na nezávislou proměnou (*deskriptivní sociální normy*) a závislou proměnou (*záměr spotřebovat balenou vodu*).

Následující otázka zjišťovala *deskriptivní normy Čechů* (respondenti u jednotlivých potravin odpovídali ano/ne):

Jsou podle Vás následující výroky pravdivé?

Většina Čechů a Češek koupí v následujících 7 dnech...

- *Nízkotučné mléko*
- *Pšeničnou mouku*
- *Balenou vodu*
- *Chléb*
- *Těstoviny*

Další otázka zjišťovala *záměr spotřebovat PET* (respondenti u jednotlivých potravin odpovídali na 7-bodové škále určitě ano – určitě ne):

Koupíte si v následujících 7 dnech...

- *Nízkotučné mléko*
- *Pšeničnou mouku*
- *Balenou vodu*
- *Chléb*
- *Těstoviny*

Pro náš výzkum byla zajímavá pouze položka *balená voda*. Ostatní potraviny byly uvedené proto, aby respondent nezaměřoval svou pozornost pouze na balenou vodu, ale na všechny položky. Téma výzkumu bylo totiž prezentováno částečně jako porozumění grafickým informacím a částečně jako životní styl. Na konci experimentu mohl každý respondent uvést svůj tip na hlavní hypotézu tohoto výzkumu. Nikdo z respondentů tuto neuhodl. Tato otázka nebyla povinná a všichni na ni neodpověděli. Někteří se ale odhadem přiblížili. Nejbližší tipy zněly takto:

„Respondenti budou častěji tvrdit, že dojde k poklesu spotřeby balené vody. Vyvolali jste nějakou situaci - informovali jste o poklesu spotřeby balené vody.“

„Ovlivňování odpovědi kontextem.“

„Ovlivnitelnost vnucená názorem pomocí průzkumu.“

„Působení návodných otázek.“

Vzdálenější odhad byl:

„Názory lidí na to, jaká je spotřeba různých potravin u jiných lidí, je ovlivňována jejich vlastním spotřebitelským chováním.“

Často se objevovaly tipy na hypotézu: spotřeba balené vody či porozumění grafickým informacím a textu. Řada respondentů odpovídala, že netuší, jak by mohla hypotéza znít.

Výsledky experimentu 3

Na začátku jsme opět měřili sociodemografické znaky, abychom zjistili rovnoměrnost rozložení účastníků ve skupinách. Randomizace rozdělila respondenty do dvou téměř stejně velkých skupin – experimentální 49,6% a kontrolní 50,4%. Podíl mužů v experimentální skupině (30,9%) je podobný podílu v kontrolní skupině (30,4%), mezi skupinami není v podílu mužů statisticky významný rozdíl ($\chi^2(1)=0,030$;

$P=0,955$). Průměrný věk respondentů byl v experimentální skupině vyšší ($M=32,18$; $SD=12,79$) než v kontrolní skupině ($M=27,84$; $SD=8,975$). Tento rozdíl byl statisticky významný ($t(2,135)=2,30$; $p=0,023$). Průměrně vyšší dosažené vzdělání měli respondenti v experimentální skupině ($M=3,47$; $SD=0,762$) oproti kontrolní skupině ($M=3,30$; $SD=0,912$). Tento rozdíl nebyl statisticky významný ($t(2,135)=1,156$; $p=0,25$). Ekonomická situace byla lepší v kontrolní skupině ($M=2,86$; $SD=0,63$) oproti experimentální skupině ($M=2,74$; $SD=0,66$). Tento rozdíl nebyl statisticky významný ($t(2,135)=-1,09$; $p=0,277$). Sociodemografické údaje zobrazuje následující tabulka.

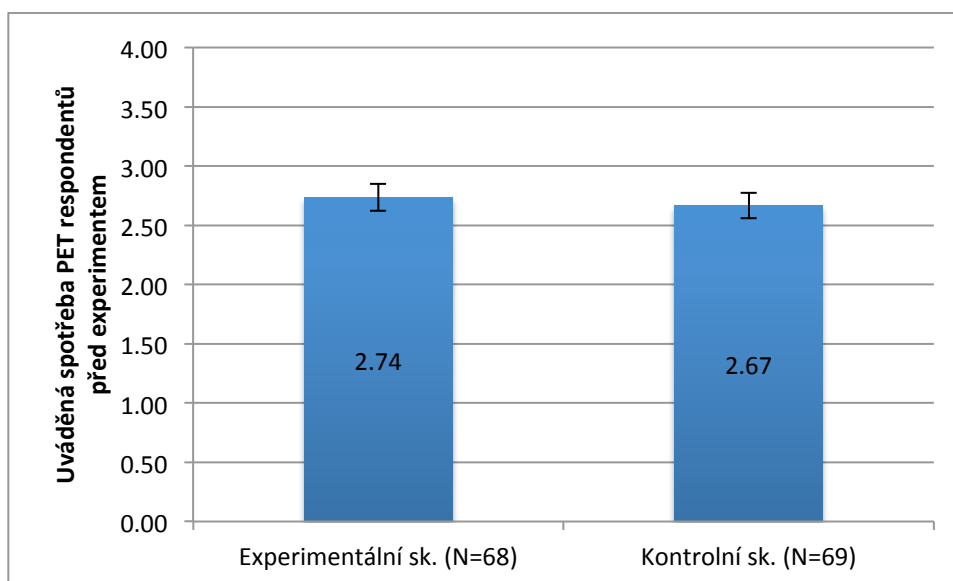
Tabulka 7. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 3

	N	% mužů ve vzorku	Průměrný věk (roky)	Nejvyšší vzdělání*	Ekonomická situace**
Experimentální skupina	68	30,9	32,18	3,47	2,74
Kontrolní skupina	69	30,4	27,84	3,30	2,86

Pozn.: *Vyšší hodnota znamená vyšší dosažené vzdělání (ZŠ=1, SŠ bez maturity=2, SŠ s maturitou=3, VŠ=4) **Vyšší hodnota představuje lepší ekonomickou situaci (1=velmi špatná, 2=spíše špatná, 3=spíše dobrá, 4=velmi dobrá).

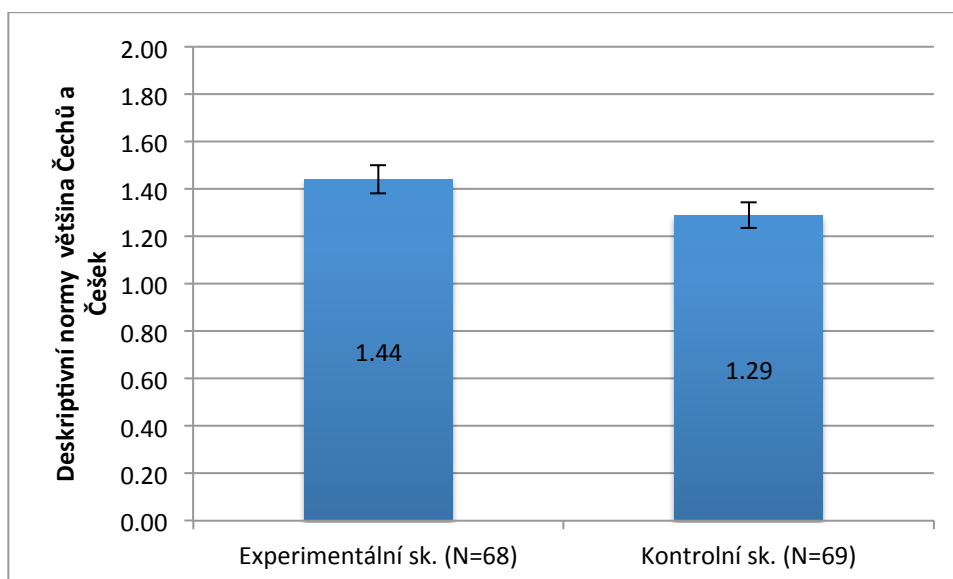
Výsledky analýzy ukázaly, že experimentální skupina vykazovala více proenvironmentální chování již před experimentem ($M=2,74$; $SD=0,94$) než kontrolní skupina ($M=2,67$; $SD=0,89$). Tento rozdíl nebyl statisticky významný ($t(2,135)=0,44$; $p=0,661$). Graf č. 11 zobrazuje průměrnou spotřebu PET před experimentem.

Graf 11. Respondenty uváděná spotřeba PET před experimentem 3 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).



Pozn. Spotřebu před experimentem zjišťovala otázka „*Jak často nakupujete následující potraviny...*“ mezi nimiž byla i balená voda v PET. Respondenti volili z odpovědí velmi často=1, často=2, občas=3, nikdy=4. Vyšší hodnota skóru znamená více proenvironmentální chování. Chybové úsečky označují 95% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Graf 12. Deskriptivní normy většina Čechů a Češek experiment 3 (pravděpodobnostní skór, 90% interval spolehlivosti).

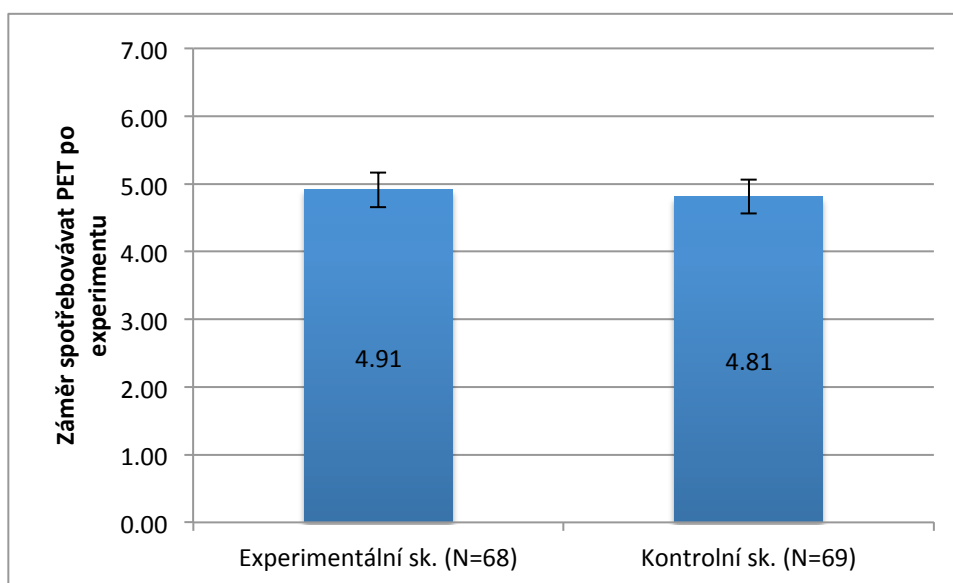


Pozn. Deskriptivní normy většiny Čechů a Češek zjišťovala otázka „*Jsou podle Vás následující výroky pravdivé? Většina Čechů a Češek si v následujících 7 dnech koupí...*“ mezi možnostmi s vybranými potravinami byla i balená voda v PET. Respondenti volili z odpovědí ano=1, ne=2. Vyšší hodnota skóru znamená více proenvironmentální chování. Chybové úsečky označují 90% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Experimentální skupina uváděla u nezávisle proměnné *vnímání deskriptivních norem Čechů a Češek* průměrně vyšší hodnoty ($M=1,44$; $SD=0,5$) než skupina kontrolní ($M=1,29$; $SD=0,46$), která sama u své uváděné spotřeby PET v týdnu před experimentem vykazovala nižší hodnoty. Tento rozdíl byl na stanovené hladině významnosti ($p<0,1$) statisticky signifikantní ($t(2,135)=1,849$; $p=0,067$).

Chování šetrnější k životnímu prostředí můžeme sledovat i u závisle proměnné *záměru spotřebovat PET* v následujícím týdnu po výzkumu (viz graf č. 13). Experimentální skupina měla tak jako u uváděné spotřeby před výzkumem vyšší skóre i u *záměru spotřebovat PET* ($M=4,91$; $SD=2,11$) oproti kontrolní skupině ($M=4,81$; $SD=2,06$). Tento rozdíl byl na stanovené hladině významnosti ($p<0,1$) statisticky signifikantní ($t(2,135)=0,281$; $p=0,779$). Tabulka č. 8 zobrazuje rozdíly průměrů před a po experimentu a velikost efektu.

Graf 13. Záměr spotřebovat balenou vodu po experimentu 3 (pravděpodobnostní skóre, 90% interval spolehlivosti).



Pozn. Záměr spotřebovat PET zjišťovala otázka „*Koupíte v následujících 7 dnech...*“ mezi možnostmi s vybranými potravinami byla i balená voda v PET. Respondenti volili z odpovědí na 7-bodové škále určitě ano=1 až určitě ne=7. Vyšší hodnota skóre znamená více proenvironmentální chování. Chybové úsečky označují 90% interval spolehlivosti pro průměrný skóre.

Tabulka 8. Rozdíly spotřeby balené vody před experimentem 3 a po něm

	Spotřeba PET		Velikost efektu
	Experimentální sk.	Kontrolní sk.	Cohenovo d
Před	M=2,74 (SD=0,94)	M=2,67 (SD=0,89)	d=0,077
Po	M=4,91 (SD=2,11)	M=4,81 (SD=2,06)	d=0,049

Pozn. Na otázku vztahující se k respondentově spotřebě PET PŘED experimentem bylo možné odpovědět v rámci 4-bodové škály. V případě záměru spotřebovat PET PO experimentu byly koncipovány odpovědi do 7-bodové škály. V obou případech představuje vyšší hodnota skóru více proenvironmentální chování.

Výsledky analýzy ukázaly, že se během experimentu podařilo v experimentální skupině změnit *vnímání deskriptivních norem většiny Čechů a Češek*, experimentální manipulace ale neměla *vliv na záměr spotřebovat PET*. Tento výsledek můžeme přisuzovat slabému efektu obecných norem. V dalším experimentu jsme se proto snažili dosáhnout většího vlivu posílením identifikace respondenta s referenční skupinou, která je nositelem deskriptivních norem.

Diskuze experimentu 3

Před provedením třetího experimentu nebyly mezi skupinami statisticky významné rozdíly kromě průměrného věku. Experimentální manipulace přinesla očekávanou změnu deskriptivních norem většiny Čechů a Češek. Tato změna však nevedla k ovlivnění záměru respondenta nakupovat v následujícím týdnu balenou vodu v PET láhvi. Tento výsledek lze přisuzovat tomu, že obecné deskriptivní normy mají slabší vliv na záměr. Proto jsme se rozhodli provést ještě další experiment, kde jsme se snažili posílit změnu deskriptivních norem identifikací respondentů s referenční skupinou, která je nositelem těchto norem.

4.4 Experiment 4

Třetí experiment ukázal, že se podařilo experimentální manipulací ovlivnit deskriptivní normy. Obecně formulované sociální normy (Češi) ale neměli vliv na záměr respondentů chovat se více proenvironmentálně. Proto se ve čtvrtém experimentu snažíme získat vyvážené skupiny z hlediska spotřeby PET před experimentem. Zároveň se zaměřujeme na deskriptivní sociální normy, které posilujeme referenční skupinou

lidí, kteří jsou respondentovi bližší, a s nimiž se identifikuje. Nositelem těchto deskriptivních norem je v tomto výzkumu skupina lidí, kteří vyplňují dotazníky na portálu *Vyplnto.cz*.

Účastníci výzkumu 4 a design

Respondenti pro tento výzkum byli získáváni na portálu *Vyplnto.cz*. Tento vzorek představuje záměrný nereprezentativní výběr z populace lidí, kteří vyplňují dotazníky na zmíněném portálu. Čtvrtého experimentu se zúčastnilo celkem 81 osob (16 mužů a 65 žen). Věkové rozmezí respondentů bylo od 12 do 70 let, průměrný věk byl 29,84 let. Pro experiment byl použit záměrný nereprezentativní vzorek. Poslední šetření v rámci této diplomové práce proběhlo v dubnu 2015. Experiment dokončilo 60,7% respondentů, kteří se jej zúčastnili. V posledním experimentu jsme vynechali indikátor měřící deskriptivní normy, protože ve třetím experimentu se ukázalo, že deskriptivní normy byly experimentální manipulací ovlivněny. Zároveň bylo naším záměrem ukázat, že tato experimentální manipulace není založena na efektu primingu, tzn., že sama otázka vztahující se k deskriptivním normám, by mohla vést respondenty k vybavování si shodné či konfliktní deskriptivní normy. V tomto experimentu, nás oproti předchozím pilotním výzkumům, zajímá vliv deskriptivní normy spojené s referenční skupinou, s níž se respondent identifikuje. V rámci čtvrtého experimentu testujeme opět hypotézu, že *deskriptivní sociální normy mají vliv na environmentálně signifikantní spotřební chování*. Využíváme zde experimentální design s náhodným rozdělením účastníků výzkumu do dvou skupin (kontrolní a experimentální). Tabulka č. 9 zobrazuje výzkumný design.

Tabulka 9. Výzkumný design experiment 4

	Pre-test	Manipulace SN	Post-test
Kontrolní skupina	Ch ₁	-	Z ₁
Experimentální skupina	Ch ₁	X	Z ₁

Pozn.: Ch - chování; X – provedení intervence; Z – záměr; Pre-test – první měření závislé proměnné; Post-test – druhé měření závislé proměnné

Průběh výzkumu 4

Dotazník byl nazván *Motivy účasti na dotazníkovém šetření* (viz příloha č. 4). Cílem bylo odvést respondentovu pozornost od manipulace sociálních norem. Tak jako u předchozího experimentu byly i v tomto případě nejdříve zjišťovány sociodemografické znaky otázkami na pohlaví, věk, nejvyšší dosažené vzdělání a ekonomickou situaci respondentů pro ověření rovnoměrnosti rozložení účastníků výzkumu mezi skupinami. Dále následovaly otázky na frekvenci, s jakou se respondent věnuje sportu a na užívání potravinových doplňků. Tyto otázky měly posloužit jako úvod pro pre-test, kdy jsme se respondentů ptali, zda v uplynulém týdnu konzumovali balenou vodu v PET láhvi (pre-test).

Zjišťovali jsme, jak často naši respondenti na tomto serveru vyplňují dotazníky, jak by klasifikovali průměrného respondenta a zda se domnívají, že mají s tímto nějaké podobné charakteristiky. Cílem těchto otázek bylo, aby se respondent identifikoval s průměrnými respondenty na *Vyplnto.cz*, kteří ve výzkumu reprezentovali referenční skupinu. Tyto otázky byly společné pro všechny účastníky, dále byl již zkoumaný vzorek rozdělen randomizací do dvou skupin – kontrolní a experimentální. Kontrolní skupina dostala otázky týkající se volby dotazníků na *Vyplnto.cz*, aby byly obě verze dotazníku stejně dlouhé. U experimentální skupiny byly manipulovány deskriptivní sociální normy předložením informace, že 66% respondentů, kteří se účastnili dřívějšího výzkumu na *Vyplnto.cz* uvedlo, že nekupují balenou vodu. Jednalo se o data z našeho předchozího experimentu (experiment 3). Respondenti v experimentální skupině měli uvést hlavní důvod, který přisuzují tomuto trendu a odhadnout, zda se bude redukce spotřeby balené vody do budoucna zvyšovat a proč. Dále se pro odvedení pozornosti respondenti setkali se Stroopovým efektem (ověření, do jaké míry je respondent při plnění určitého úkolu ovlivněn automatickými reakcemi). U této otázky se respondentům ukázal obrázek s opakujícími se jmény barev, které byly napsány ve sloupcích. Ne vždy bylo jméno napsáno správnou barvou. Respondenti měli spočítat, kolikrát je jméno napsáno správnou barvou. Poté dostali obě skupiny otázku na nezávisle proměnnou (respondenti volili z odpovědí určitě ano, spíše ano, spíše ne, určitě ne):

Jak je pravděpodobné, že v následujícím týdnu:

...si půjdete zaběhat?

...si dáte nějaký potravinový doplněk (vitamíny, minerály...)?

...si koupíte balenou vodu?

...si koupíte plnotučné mléko?

...vyplníte dotazník na *Vyplnto.cz*?

Pro naše účely byla zajímavá položka *balená voda*. Ostatní položky byly uvedené pouze proto, abychom v této části nepoutali pozornost jen na balenou vodu a výzkum budil dojem, že je zacílen obecně na životní styl. Poté mohli respondenti tipovat hypotézu výzkumu. Nikdo z respondentů hypotézu neuhodl. Na konci dotazníku se všem respondentům zobrazila informace o skutečném průběhu a cíli výzkumu a jeho hypotéze.

Výsledky experimentu 4

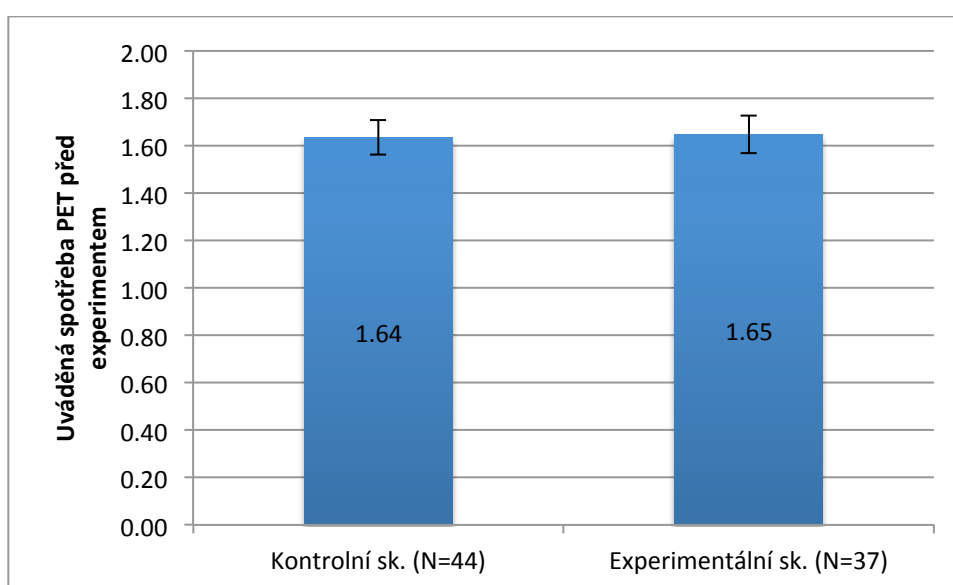
Zastoupení mužů v kontrolní skupině (20,5%) bylo podobné jako v experimentální (18,9%) a mezi skupinami nebyl v poměru mužů statisticky významný rozdíl ($\chi^2(1)=0,030$; $p=0,863$). Průměrný věk respondentů byl v kontrolní skupině ($M=27,95$; $SD=9,076$) nižší než v experimentální skupině ($M=32,08$; $SD=12,814$). Tento rozdíl nebyl statisticky významný ($t(2,79)=-1,691$; $p=0,095$). U kontrolní skupiny ($M=3,27$; $SD=0,899$) byl podobný skór u nejvyššího dosaženého vzdělání jako experimentální skupině ($M=3,32$; $SD=0,852$), přičemž vyšší hodnota představuje vyšší stupeň dosaženého vzdělání. Rozdíl mezi nejvyšším dosaženým vzděláním mezi skupinami nebyl statisticky významný ($t(2,79)=-0,264$; $p=0,793$). Ekonomická situace byla u kontrolní skupiny ($M=2,68$; $SD=0,74$) podobná jako v experimentální skupině ($M=2,76$; $SD=0,796$), přičemž vyšší hodnota skóru na 4-bodové stupnici představuje lepší ekonomickou situaci. Tento rozdíl nebyl statisticky významný ($t(2,79)=-0,439$; $p=0,662$). Tabulka č. 10 zobrazuje údaje, které změřily sociodemografické indikátory.

Tabulka 10. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 4

	N	% mužů ve vzorku	Průměrný věk (roky)	Nejvyšší vzdělání*	Ekonomická situace**
Kontrolní skupina	44	20,5	27,95	3,27	2,68
Experimentální skupina	37	18,9	32,08	3,32	2,76

Pozn.: *Vyšší hodnota znamená vyšší dosažené vzdělání (ZŠ=1, SŠ bez maturity=2, SŠ s maturitou=3, VŠ=4) **Vyšší hodnota představuje lepší ekonomickou situaci (1=velmi špatná, 2=spíše špatná, 3=spíše dobrá, 4=velmi dobrá).

Graf 14. Respondenty uváděná spotřeba balené vody v PET lahvích v posledním týdnu před experimentem 4 (pravděpodobnostní skór, 90% interval spolehlivosti).



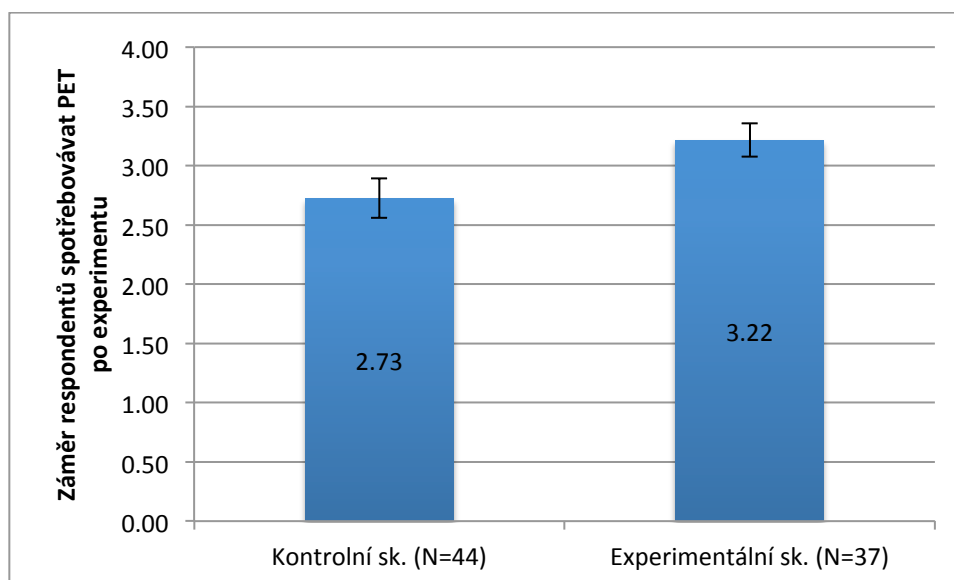
Pozn. Uváděnou spotřebu PET před experimentem zjišťovala otázka: „Koupil/a jste si v posledním týdnu balenou vodu?“ Respondenti odpovídali: ano=1, ne= 2. Vyšší hodnoty znamenají více proenvironmentální chování. Chybové úsečky označují 90% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Uváděná spotřeba respondentů balené vody v PET lahvích před experimentem u kontrolní skupiny (M=1,64; SD=0,487) byla téměř stejná jako u experimentální skupiny (M=1,65; SD=0,484). Při použití jednostranného t-testu byl tento rozdíl statisticky významný ($t(2,79)=-0,113$; $p=0,910$).

Větší rozdíl byl dle analýzy u závislé proměnné *záměru spotřebovat PET* v týdně po experimentu, který zobrazuje graf č. 15. Analýza ukázala, že záměr spotřebovat PET po výzkumu u kontrolní skupiny (M=2,73; SD=1,11) byl silnější než u experimentální skupiny (M=3,22; SD=0,854), protože vyšší hodnota skóru představuje více proenvironmentální chování. Při použití jednostranného t-testu byl tento rozdíl statisticky významný ($t(2,79)=-2,192$; $p=0,031$). Toto fakticky znamená, že u experimentální skupiny sledujeme po provedení experimentu více proenvironmentální

chování než u kontrolní. Vzhledem k tomu, že před intervencí nebyly mezi skupinami v uváděné spotřebě PET žádné rozdíly lze tento posun přisuzovat manipulaci deskriptivních sociálních norem.

Graf 15. Záměr respondentů spotřebovat PET v následujícím týdnu po experimentu 4 (pravděpodobnostní skór, 90% interval spolehlivosti).



Pozn. Závislou proměnou zjišťovala otázka: „*Jak je pravděpodobné, že v následujícím týdnu si koupíte balenou vodu?*“ Respondenti volili z odpovědí určitě ano=1, spíše ano=2, spíše ne=3, určitě ne=4. Vyšší hodnoty skóru představují chování šetrnější k životnímu prostředí. Respondenti volili z odpovědí určitě ano=1, spíše ano=2, spíše ne=3 a určitě ne=4. Chybové úsečky označují 90% interval spolehlivosti pro průměrný skór.

Tabulka 11. Rozdíly spotřeby balené vody před experimentem 4 a po něm

	Spotřeba PET		Velikost efektu
	Kontrolní sk.	Experimentální sk.	Cohenovo d
Před	M=1,64 (SD=0,487)	M=1,65 (SD=0,484)	d = 0,021
Po	M=2,73 (SD=1,107)	M=3,22 (SD=0,854)	d = 0,479

Pozn. Na otázku vztahující se k respondentově spotřebě PET před experimentem bylo možné odpovědět v rámci 2-bodové škály (ano=1, ne=2). V případě záměru spotřebovat PET po experimentu byly odpovědi koncipovány do 4-bodové škály. V obou případech představuje vyšší hodnota skóru více proenvironmentální chování.

Pomocí Cohenova d jsme změřili rozdíl v uváděné spotřebě PET před experimentální manipulací a záměrem spotřebovat PET po experimentu ($\Delta d=0,458$), jak je uvedeno v tabulce č. 11. Rozdíl v uváděné spotřebě před experimentem a v záměru spotřebovat PET po intervenci ukazuje, že se podařilo prostřednictvím manipulace deskriptivních norem vztahujícím se k referenční skupině účastníků

výzkumů na *Vyplnto.cz* ovlivnit záměr respondentů nakupovat balenou vodu v PET láhvi, protože u experimentální skupiny byl vidět nárůst záměru chovat se proenvironmentálně.

Diskuze experimentu 4

Čtvrtý experiment byl proveden proto, že předchozí pilotní experimenty ukázaly, že deskriptivní normy, které byly formulovány obecně, neovlivňovaly záměr respondentů chovat se šetrněji k životnímu prostředí. Z tohoto důvodu jsme v posledním experimentu posílili tento efekt upozorněním na referenční skupinu, která je nositelem těchto norem. Výsledky analýzy ukazují, že byla hypotéza (*deskriptivní sociální normy mají vliv na environmentálně signifikantní spotřební chování*), stanovená pro tento výzkum, potvrzena. Obě skupiny uváděly průměrně stejné hodnoty skóru spotřeby PET před experimentem. Respondenti v experimentální skupině však po intervenci uváděli záměr chovat se k životnímu prostředí šetrněji, než ti v kontrolní skupině. Poslední experiment ukazuje, že lze předložením informace reprezentující deskriptivní normu referenční skupiny, ovlivňovat při nejmenším záměr jednotlivců chovat se více proenvironmentálně. Informace o tom, že 66% respondentů, kteří se zúčastnili dřívějšího výzkumu na *Vyplnto.cz*, téměř vůbec nekupují balenou vodu, měla vliv na záměr nakupovat PET u respondentů v experimentální skupině.

5. Shrnutí výsledků experimentů

Cílem experimentů realizovaných v rámci této diplomové práce bylo zkoumat vliv deskriptivních sociálních norem na proenvironmentální chování. Přidanou hodnotou této práce mělo být zejména zkoumání role proenvironmentálních postojů jako proměnných, které moderují vliv deskriptivních norem na proenvironmentální chování.

Pro účely této práce byly původně plánované pouze první dva experimenty. Protože však tyto experimenty z metodologického hlediska částečně selhaly (experimentální a kontrolní skupiny nebyly vyvážené z hlediska proměnných, které pravděpodobně ovlivňují environmentálně významné spotřební chování), byly provedeny další dva experimenty, jejichž cílem bylo částečně replikovat původní dva experimenty, ale současně se vyhnout jejich omezením. První dva experimenty je tedy možno chápat jako pilotní experimenty, které sloužily k přípravě zbývajících dvou experimentů.

V prvním a zejména ve druhém experimentu se navíc ukázalo, že samo měření obecných proenvironmentálních postojů pomocí škály GEB interaguje s experimentální manipulací zaměřenou na změnu deskriptivních norem. Z tohoto důvodu jsme se v dalším šetření rozhodli poněkud více konkretizovat výzkumné cíle a zaměřit se pouze na vliv dvou specifických typů deskriptivních norem (obecné deskriptivní normy a deskriptivní normy spojené s referenční skupinou) na záměr environmentálně významného chování (záměr nakupovat exotické ovoce a záměr nakupovat balenou vodu).

Třetí experiment ukázal, že předkládání informací o spotřebě balené vody u průměrných Čechů a Češek ovlivňuje vnímané obecné deskriptivní normy. Změna těchto deskriptivních norem však nemá vliv na záměr spotřebovávat balenou vodu do budoucna. Jinými slovy, z tohoto experimentu vyplynulo, že přesvědčení o tom, jak většina české dospělé populace spotřebovává balenou vodu, neovlivňuje záměr respondentů tento produkt kupovat či nekupovat. Tento výsledek je v souladu s předchozími studiemi [např. Christensen; Rothgerber; Wood; Matz, 2004], které ukazují, že obecné deskriptivní normy ovlivňují environmentální chování velice málo.

Čtvrtý experiment naproti tomu ukázal, že pokud jsou deskriptivní normy vztaheny k nějaké referenční skupině, s níž se člověk alespoň částečně identifikuje, pak má chování této referenční skupiny vliv na environmentálně signifikantní chování respondentů (spotřeba balené vody). Chování skupiny, která je nám nějakým způsobem

blízká má pro nás mnohem větší důležitost než obecně formulované chování většinové populace. Tento výsledek je zajímavý a cenný z teoretického hlediska proto, že předchozí studie [tamtéž] ukázali, že deskriptivní normy ovlivňují proenvironmentální chování pouze tehdy, pokud jsou vztaženy k velmi blízké referenční skupině. Naproti tomu naše výsledky ukazují, že tato skupina může být relativně velice obecná a vzdálená (lidé, kteří vyplňují dotazníky s různorodou tematikou na internetovém portálu).

Zjištění, že deskriptivní normy vztažené k obecné a vzdálené referenční skupině ovlivňují proenvironmentální chování není zajímavé pouze z teoretického hlediska, ale nabízí také zajímavé možnosti změny chování např. prostřednictvím kampaní nebo politik zaměřených na indukci proenvironmentálního chování. Vhodnou manipulaci deskriptivních norem posílenou referenční skupinou by mohly využívat neziskové organizace zabývající se environmentální problematikou pro účely akcí propagujících jejich témata. Na základě výsledků zjištěných naším výzkumem by mohly proenvironmentálně založené podnikatelské subjekty koncipovat své reklamní kampaně a posílit tak jejich efekt na své zákazníky volit environmentálně šetrnější alternativu.

Závěr

Cílem této práce bylo zkoumat vliv deskriptivních sociálních norem na environmentálně signifikantní chování. Přesněji řečeno jsme zkoumali vliv na záměr spotřebovat vybrané produkty, které mají environmentálně významné dopady (exotické ovoce a balená voda v PET láhvi). Stanovenou hypotézu jsme testovali pomocí čtyř randomizovaných experimentů, z nichž první dva posloužily jako pilotní studie, protože nebyly metodologicky úspěšné. Neúspěch spočíval ve skutečnosti, že rozdíly mezi skupinami podle jednotlivých proměnných nebyly u těchto dvou šetření statisticky významné. Proto jsme přistoupili k provedení dalších dvou experimentů.

Tato práce měla navíc zkoumat roli proenvironmentálních postojů jako proměnných moderujících vliv deskriptivních sociálních norem na chování šetrné k životnímu prostředí. U pilotních experimentů jsme do dotazníku zahrnuly otázky z obecné škály environmentálních postojů (GEB = General Ecological Behavior Scale), které měly tyto postoje měřit. Ukázalo se ale, že použití GEB škály ovlivňovalo experimentální manipulaci deskriptivních norem, protože mezi zkoumanými skupinami nebyly významné statistické rozdíly z hlediska proměnných. Toto se ukázalo jako kontraproduktivní, a proto jsme při dalších výzkumech od měření postojů již upustili.

První experiment nebyl úspěšný protože, ačkoliv jsme pozorovali rozdíly u závisle proměnné *záměr spotřebovat exotické ovoce*, tento rozdíl není možné jednoznačně přisuzovat intervenci, protože mezi skupinami byly rozdíly již v uváděné spotřebě exotického ovoce před provedením experimentu. Nicméně se tento výsledek shoduje s očekávaným efektem manipulace a stanovenou hypotézou.

V případě druhého experimentu jsme chtěli posílit vliv sociálních norem upozorněním na referenční skupiny (vrstevníci a přátelé respondentů), přičemž jsme očekávali, že se s nimi respondenti identifikují. V tomto případě byl použit výzkumný design se čtyřmi skupinami. Přidání dvou kontrolních skupin mělo ověřit efekt pre-testu, který zde představovalo měření proenvironmentálních postojů. Ukázalo se, že se skupiny ve vzorku nelišily v žádné z proměnných kromě nezávisle proměnné *deskriptivní normy přátel* respondentů. Opět se nám však nepodařilo získat rovnoměrný vzorek z hlediska uváděné spotřeby balené vody před experimentem.

Po těchto pilotních neúspěších jsme se rozhodli udělat třetí experiment, z nějž jsme již vynechali otázky měřící postoje. Třetí výzkum již ukázal, že se podařilo u respondentů experimentální manipulací ovlivnit deskriptivní normy. Tento vliv ale

neměl žádný dopad na respondentův *záměr spotřebovat balenou vodu* v následujícím týdnu po experimentu. Tento výsledek lze také přisuzovat skutečnosti, že obecné sociální normy nemají sami o sobě tak silný vliv, ale jejich vliv umocňuje identifikace s referenční skupinou.

Výsledky třetího šetření nás přiměly provést ještě poslední experiment, v němž jsme již na základě předchozího zjištění, že deskriptivní normy byly ovlivněny intervencí (třetí experiment), tuto proměnnou již vynechali. Soustředili jsme se na posílení vnímání deskriptivních norem vztahením k určité referenční skupině (obecná populace účastníků výzkumů na portálu *Vyplnto.cz*) a na získání rovnoměrného rozložení účastníků výzkumu ve skupinách z hlediska spotřeby balené vody před experimentem. Ve čtvrtém experimentu se nám podařilo randomizací získat rovnoměrné skupiny. Analýza ukázala, že se podařilo úspěšně manipulací deskriptivních norem ovlivnit *záměr* respondentů nakupovat balenou vodu v dalším týdnu po provedení výzkumu. Poslední výzkum potvrdil stanovenou hypotézu.

Výsledky získané naším výzkumem jsou zajímavé hlavně tím, že ukazují, že informace o tom, jak se chovají druzí lidé, mění vnímané deskriptivní normy, a že tato změna deskriptivních norem ovlivňuje *záměr* environmentálně významného chování. Oproti obecně formulovaným deskriptivním sociálním normám je silnější vliv deskriptivních norem posílených referenční skupinou [Schultz; Nolan; Cialdini; Goldstein, Griskevicius, 2007]. Jak potvrdil také náš výzkum, je tento vliv signifikantní jen v případě, kdy se lidé identifikují s referenční skupinou (nositelem deskriptivních norem). Přidanou hodnotou této práce je informace o vlivu deskriptivních norem na proenvironmentální chování. Doposud se předpokládalo, že deskriptivní normy jsou významným faktorem pouze v situaci, kdy je velmi úzce vymezená referenční skupina. Tato práce naopak ukazuje, že tento vliv se objevuje i v případech, kdy je referenční skupina, která je nositelem deskriptivních norem, vymezena poměrně abstraktně, pokud jsou vytvořeny podmínky, aby se jedinec s touto skupinou alespoň částečně identifikoval. Závěry této práce by mohly mít praktický přínos neziskové organizace, které by mohly uplatnit získané výsledky při vytváření environmentálních kampaní.

Na tomto místě si tedy můžeme odpovědět na otázku, která byla položena u počátku této práce: *Jak změnit spotřební chování jednotlivce směrem k větší udržitelnosti?* Odpověď by zněla, že při vhodném předložení deskriptivní normy, akcentující jedinci blízkou referenční skupinu, je možné usměrňovat chování ve prospěch udržitelnější spotřeby.

Summary

The main aim of this thesis was to investigate the influence of descriptive social norms on environmentally friendly consumer behavior. We investigated the impact on the intention to consume certain products, which have significant environmental impacts, namely exotic fruit and bottled water. We tested our hypothesis with four randomized experiments, two of which were not methodologically successful and only served as a pilot study. Failure of the first two experiments resided in the fact that differences between individual groups were statistically insignificant. Therefore we conducted additional testing.

Additionally, this thesis investigated the role of environmentally friendly attitudes as variables moderating the impact of descriptive social norms on environmental behavior. Usage of the GEB scale has, however, had an impact on experimental manipulation of descriptive norms, because the differences of variables between tested groups were statistically insignificant. This turned out to be counter-productive.

The first two pilot experiments were unsuccessful, because subject groups presented different consumption of selected products. After the initial failure we conducted a third experiment omitting those questions, which measured attitude. With this modification, the third experiment showed successful manipulation of descriptive norms. However, this influence did not have any impact on the respondent's *intention to consume bottled water* in the week after our experiment. This result can be explained by the fact that general social norms don't have a significant impact themselves, but their impact is amplified by identifying with a reference group.

Our last experiment focused on strengthening the perception of descriptive norms related to a specific reference group (the general population of VypInto.cz respondents) and on obtaining a balanced respondent decomposition from the perspective of bottled water consumption before the experiment. Analysis showed that manipulating descriptive norms successfully impacted the respondents' intent to buy bottled water in the coming week. The last experiment confirmed our initial hypothesis.

The added value of this thesis is the information about the impact of descriptive norms on environmentally friendly behavior. Thus, this thesis broadens our knowledge of the impact of descriptive norms on environmentally friendly behavior, because it was previously assumed that descriptive norms are a significant factor only in situations

with strictly defined reference groups. On the contrary, this research shows the impact of descriptive norms even in cases of relatively abstract groups with defined criteria for the identification of individuals with such a group. These results are potentially interesting from a practical perspective and could be applied e.g. in environmental campaigns.

Literatura:

ABRAMSON, PAUL R A RONALD INGLEHART. *Value change in global perspective*. Ann Arbor: University of Michigan Press, c1995, xi, 180 p.

AJZEN, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Organizational behavior and human decision processes 50, 179-221.

CIALDINI, R. B. (1988). *Influence: Science and practice* 2nd ed., Glenview, IL: SCOTT, FORESMAN.

CIALDINI, R. B. 2009. *Influence: Science and Practice* 5th ed. p. cm. 260p. ISBN – 13:978-0-205-60999-4 ISBN – 10: 0-205-60999-6

CRAIG, ANTHONY J., EDGAR E . BLANCO. *Carbon Footprint Of Chiquita's North American And European Bananas*. Dostupné z: http://www.chiquita.com/Chiquita/documents/CSR/0517_2013_Exec_Sum_MIT_CarbonFootprint_2011_MIT_FINAL.pdf [cit. 2015-05-10]

DE GROOT, J.I.; ABRAHAMSE, W.; JONES, K. *Persuasive Normative Messages: The Influence of Injunctive and Personal Norms on Using Free Plastic Bags*. *Sustainability* 2013, 5, 1829-1844. doi:10.3390/su5051829

DEUTSCH, M. & GERARD, H. B. (1955). *A study of normative and informational social influences upon individual judgment*. Journal of Abnormal and Social Psychology, 51, 629-636.

DEUTSCH, M., & GERARD, H. B. (1955). *A study of normative and informational social influence upon individual judgment*. Journal of Abnormal and Social Psychology, 51, 629-636. doi:10.1037/h0046408

DUNLAP, R. E.; VAN LIERE, K. D. (2008) *The New Environmental Paradigm* Journal of Environmental Education. Vol. 40 Issue 1, p19-28. 10p. 1 Chart.

EIBL-EIBESFELDT, I. 1975. *Ethology: The biology of behavior* 2nd ed. New York: HOLT, RINEHART & WINSTON.

FOSTER, J.B. ;CLARKE, B.; YORK, R. *Treadmill of Accumulation*, The Ecological Rift; 2010, New York: Monthly Review Press, s. 193-206.

GLEICK, PETER H. *Bottled and Sold: The Story Behind Our Obsession with Bottled Water*. Island Press, 2010. 228p. ISBN 9781597268103. (online)

GRAEBER, D. *Consumption*. Current Anthropology. 2011, vol. 52, issue 4, s. 489-511.

HAYES, N. *Základy sociální psychologie*. Vyd. 7. Praha: Portál, 2013. 166 s. ISBN 978-80-262-0534-0.

HENDL, JAN. *Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat*. Vyd. 2., opr. – Praha: Portál, 2006, 583 s. ISBN 80-7367-123-9. (vybrané kapitoly)

CHRISTENSEN, P. N., ROTHGERBER, H. WOOD, W., & MATZ, D. (2004). *Social norms and identity relevance: A motivational approach to normative behavior*. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 30, 1295-1309.

KAISER, F. G.; WILSON, M. (2000), *Assessing People's General Ecological Behavior: A Cross-Cultural Measure*. *Journal of Applied Social Psychology*, 30: 952–978.

KAISER, F. G.; WILSON, M. (2004), *Goal-directed conservation behavior: the specific composition of a general performance*. *Personality and Individual Differences* 36: 1531-1544.

KELLER, JAN. *Až na dno blahobytu*. 3. vyd. Praha: Earth Save, 2005. 132 s. ISBN 80-903085-7-0.

KELMAN, H. (1958). *Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change*. *Journal of Conflict Resolution*, 1, 51-60.

KOHOUTEK, R. *Základy sociální psychologie*. Brno: Akademické nakladatelství CERM, 1998, 181 s. ISBN 80-7204-064-2.

KOLLMUSS, ANJA A JULIAN AGYEMAN. *Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior?* *Environmental Education Research*. 2002, vol. 8, issue 3, s. 239-260. DOI: 10.1080/13504620220145401.

KRAJHANZL, J., 2010. *Environmentální a proenvironmentální chování* In: KOLEKTIV AUTORŮ. *Výchova ke zdraví: Mezinárodní zkušenosti* 1. vyd. Brno: Masaryk University/MSD, 2010. 464 s. ISBN 978-80-210-5398-4. Dostupné z: http://www.ped.muni.cz/z21/knihy/2011/36/36/texty/sh21_2010_czech.pdf [2014-10-28]

MANIATES, M. F. (2001). *Individualization: Plant a Tree, Buy a Bike, Save the World?* *Global Environmental Politics*, 1(3), 31–52.

MCCONNAUGHY, JACQUELINE CHRISTINE, *Development of an employee green behavior descriptive norms scale* (2014). *Electronic Theses, Projects, and Dissertations*. Paper 83.

MILGRAM, STANLEY (1963). *Behavioral Study of Obedience*. *Journal of Abnormal and Social Psychology* 67 (4): 371–8. doi:10.1037/h0040525

MOLDAN, BEDŘICH. *Podmaněná planeta*. Vyd. 1. Praha: Karolinum, 2009. 419 s. ISBN 978-80-246-1580-6.

NAKONEČNÝ, M. *Psychologie: přehled základních oborů*. Vyd. 1. Praha: Triton, 2011. 863 s. ISBN 978-80-7387-443-8. (vybrané kapitoly)

NAKONEČNÝ, M. *Sociální psychologie*. Vyd. 2., rozš. a přeprac. Praha: Academia, 2009. 498 s. ISBN 978-80-200-1679-9.

OBACH, B.K. *New Labour- Slowing the Treadmill of Production*, In: *ORGANIZATION AND ENVIRONMENT*; 2004; 17 (3), s. 337-354.

RYNDA I. (2012). *Ochrana životního prostředí a trvale udržitelný život* (učební text).

SANNE, CH. *Willing Consumers - or Locked in Policies for Sustainable Consumption*, In: *ECOLOGICAL ECONOMIES*; 2002; 42 (1-2), p: 273-287.

SCHULTZ, P. W. (1998). *Changing behavior with normative feedback interventions: A field experiment on curbside recycling*. *Basic and Applied Social Psychology*, 21(1), 25–36.

SCHULTZ, P. W., J. M. NOLAN, R. B. CIALDINI, N. J. GOLDSTEIN A V. GRISKEVICIUS. *The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms*. *Psychological Science*. 2007, vol. 18, issue 5, s. 429-434. DOI: 10.4337/9781845421724.00009

SCHULTZ, P. WESLEY; JESSICA M. NOLA; ROBERT B. CIALDINI; NOAH J. GOLDSTEIN; VLADAS GRISKEVICIUS (May 2007). *The Constructive, Destructive, and Reconstructive Power of Social Norms*. *Psychological Science* 18 (5): 429–434.

STAP (2011). *Marine Debris as a Global Environmental Problem: Introducing a solutions based framework focused on plastic*. A STAP Information Document. Global Environment Facility, Washington, DC. Dostupné z: <http://www.thegef.org/gef/sites/thegef.org/files/publication/STAP%20MarineDebris%20-%20website.pdf> [cit. 2015-05-10 19:50]

STERN, P. C. (2000) *Toward a Coherent Theory of Environmentally Significant Behavior*. *Journal of Social Issues* Vol. 56, No. 3, 407-424.

SVANES, ERIK, ANNA K. S. ARONSSON, RUYAN HAO A SHAOCHUAN FU. *Carbon footprint of a Cavendish banana supply chain*. *The International Journal of Life Cycle Assessment*. 2013, vol. 18, issue 8, s. 615-621. DOI: 10.1007/978-3-642-34651-4_85.

ŠČASNÝ, M., URBAN J., ZVĚŘINOVÁ I. *Environmentally significant behaviour in the Czech Republic: energy, food and transportation* [online]. 1st ed. Prague: Karolinum, 2013, 257 s. ISBN 978-80-246-2076-3.

THØGERSEN, J. (2006). *Norms for environmentally responsible behaviour: An extended taxonomy*. *Journal of Environmental Psychology*, 26(4), 247-261.

THØGERSEN, JOHN. *Unsustainable Consumption*. *European Psychologist* [online]. 2014, vol. 19, issue 2, s. 84-95. DOI: 10.1027/1016-9040/a000176.

URBAN, JAN, IVA ZVĚŘINOVÁ AND MILAN ŠČASNÝ. 2012. *What Motivates Czech Consumers to Buy Organic Food?*. *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 48 (3): 709-736

VAN DER LINDEN, S. (2013). *Exploring beliefs about bottled water and intentions to reduce consumption: The dual-effect of social norm activation and persuasive information*. Environment and Behavior Vol. 47(5) 526–550 2013 SAGE Publications, 0013916513515239.

WEBSTER, M. AND SELL, J. EDS. *Laboratory Experiments in the Social Sciences*. Burlington, MA, USA: Academic Press, 2007. ProQuest ebrary. Web. 16 November 2014. (vybrané kapitoly)

Širší související literatura:

COHEN, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* 2nd ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum. (vybrané kapitoly)

CHRISTENSEN, P. Niels, Hank ROTHGERBER, Wendy WOOD a David C. MATZ. 2004. *Social Norms and Identity Relevance: A Motivational Approach to Normative Behavior*. : 1295-1309. DOI: DOI: 10.1177/0146167204264480.

ETZIONI. *Normative-affective factors*. Journal of Economic Psychology. 1988, vol. 9, issue 2, s. 125-150.

FIALOVÁ, HELENA A FIALA, JAN. *Ekonomický slovník s odborným výkladem česky a anglicky*. 2., dopl. a aktualiz. vyd. Praha: A plus, 2009. 312 s. ISBN 978-80-903804-4-8.

SMITH, J. R., & LOUIS, W. R. (2008). *Do as we say and as we do: The interplay of descriptive and injunctive group norms in the attitude-behaviour relationship*. British Journal of Social Psychology, 47(4), 647–666. doi:10.1348/014466607X269748

Internetové zdroje:

A2 © 2011. Online. [Cit. 28. 3. 2015 12:00] Dostupné na:
<http://www.advojka.cz/archiv/2011/4/o-spolecnosti-bezicicho-pasu> ISSN 1803-6635

Ekolist © Kala (2011). [Cit. 14. 2. 2015 12:50] Dostupné na
<http://ekolist.cz/cz/publicistika/eseje/bludne-cesty-environmentalni-odpovednosti>

Millenium Assessment © 2005 Online. [Cit. 19. 4. 2015 12:23] Dostupné na:
<http://www.millenniumassessment.org/en/About.html#1>

Ministerstvo vnitra ČR © 2015. Online. [Cit. 10. 5. 2015 20:16] Dostupné na:
<https://portal.gov.cz/app/zakony/zakonPar.jsp?page=0&idBiblio=57875&nr=252~2F2004&rpp=15#local-content>

ODS © 2011. Online. [Cit. 6. 4. 2015 19:50] Dostupné na:
<http://www.ods.cz/clanek/79-prichazejm-e-s-vlastnim-resenim-problemu-nezavisle-na-koalicnich-partnerech>

ODS © 2011. Online. [Cit. 6. 4. 2015 19:52] Dostupné na:
<http://www.ods.cz/clanek/76-projev-predsedkyne-konfederace-politickych-veznu-nadezdy-kavalirove>

Online [Cit 19. 1. 2015 15:33] <http://see-change.org.au/node/926>

Online [Cit. 13.5. 2015 23:00] Dostupné na: <https://explorable.com/solomon-four-group-design>

Online [Cit. 24. 11. 2014 11:03]
http://www.enviwiki.cz/wiki/Ekosyst%C3%A9mov%C3%A9_sl%C5%BEby

Pacific Institute © 2007. Online. [Cit. 10. 5. 2015 21:14] Dostupné na:
<http://pacinst.org/publication/bottled-water-and-energy-a-fact-sheet/>

Porovnání environmentálních dopadů nápojových obalů v ČR metodou LCA. Závěrečná zpráva MŽP. Projekt SP/II/2f1/16/07. Online [Cit. 19. 4. 2015 23:13] Dostupné na:
http://lca-cz.cz/projekt-lca/download/SPII2f11697_zaverecna_zprava.pdf

Uhlíková stopa © [Cit. 6. 3. 2015 19:05] Dostupné na: <http://www.uhlikovastopa.cz/>

UNEP © Online [Cit. 19. 4. 2015 13:01] Dostupné na:
<http://www.unep.org/resourceefficiency/Consumption/StandardsandLabels/MeasuringSustainability/LifeCycleAssessment/tabid/101348/Default.aspx>

Vodarenství © Online [Cit. 10. 5. 2015 21:40] Dostupné na:
<http://www.vodarenstvi.cz/clanky/obliba-slazenych-napoju-klesa-pijeme-vice-kohoutkove>

Seznam obrázků:

Obrázek 1. Schéma Sternovy teorie VBN (value-belief-norm)	15
Obrázek 2. Model proenvironmentálního chování (Burgess)	16
Obrázek 3. Schéma teorie plánovaného chování.....	18
Obrázek 4. Fáze posuzování životního cyklu produktu	27
Obrázek 5. Taxonomie norem dle Thøgersena	34

Seznam grafů:

Graf 1. Fáze posuzování životního cyklu produktu	28
Graf 2. Rozdělení emisí skleníkových plynů banánů Cavendish na cestě od „kolébky“ k maloobchodníkovi v Norsku dle jednotlivých činností	29
Graf 3. Respondenty uváděná spotřeba exotického ovoce ve 3 dnech před experimentem 1 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	56
Graf 4. Deskriptivní normy průměrný Čech/Češka experiment 1 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	57
Graf 5. Záměr nakupovat exotické ovoce v následujících 3 dnech experiment 1 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	58
Graf 6. Respondenty uváděná spotřeba balené vody v PET lahvích v posledním týdnu před experimentem 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	63
Graf 7. Deskriptivní normy průměrný Čech/Češka experiment 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	64
Graf 8. Deskriptivní normy respondentovi vrstevníci experiment 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	65
Graf 9. Deskriptivní normy většina respondentových přátel experiment 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	66
Graf 10. Záměr respondentů spotřebovat PET v následujícím týdnu po experimentu 2 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	67
Graf 11. Respondenty uváděná spotřeba PET před experimentem 3 (pravděpodobnostní skór, 95% interval spolehlivosti).	73
Graf 12. Deskriptivní normy většina Čechů a Češek experiment 3 (pravděpodobnostní skór, 90% interval spolehlivosti).	73
Graf 13. Záměr spotřebovat balenou vodu po experimentu 3 (pravděpodobnostní skór, 90% interval spolehlivosti).	74

Graf 14. Respondenty uváděná spotřeba balené vody v PET lahvích v posledním týdnu před experimentem 4 (pravděpodobnostní skór, 90% interval spolehlivosti).	79
Graf 15. Záměr respondentů spotřebovat PET v následujícím týdnu po experimentu 4 (pravděpodobnostní skór, 90% interval spolehlivosti).	80

Seznam tabulek:

Tabulka 1. Výzkumný design experiment 1	53
Tabulka 2. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 1	55
Tabulka 3. Rozdíly spotřeby EO před experimentem 1 a po něm	59
Tabulka 4. Výzkumný design experiment 2	61
Tabulka 5. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 2	62
Tabulka 6. Výzkumný design experiment 3	69
Tabulka 7. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 3	72
Tabulka 8. Rozdíly spotřeby balené vody před experimentem 3 a po něm	75
Tabulka 9. Výzkumný design experiment 4	76
Tabulka 10. Sociodemografické údaje o vzorku experiment 4	79
Tabulka 11. Rozdíly spotřeby balené vody před experimentem 4 a po něm	80

Seznam příloh:

Příloha č. 1: Dotazník experiment 1
Příloha č. 2: Dotazník experiment 2
Příloha č. 3: Dotazník experiment 3
Příloha č. 4: Dotazník experiment 4
Příloha č. 5: Projekt diplomové práce

Příloha č. 1: Dotazník experiment 1

Výzkum - paměť a chuť

Ráda bych vás požádala o vyplnění dotazníku. Vyplnění dotazníku by vám nemělo zabrat více než 10 minut. Cílem mého výzkumu je mj. zjistit, jak lidé zpracovávají různé informace a jak dobře si je dovedou zapamatovat. Tento výzkum realizuji v rámci své diplomové práce.

Šetření bude probíhat následovně.

* Nejdříve se vás zeptám, jaké typy ovoce máte rádi.

* Potom vám sdělím některé informace o spotřebě ovoce v ČR.

* Následně se vás budu ptát, jak dobře jste si tyto informace zapamatoval/a.

Vyplňování dotazníku můžete kdykoli přerušit. V případě, že mi budete chtít položit dodatečné otázky, anebo mi poslat své komentáře, můžete mě kontaktovat na emailové adrese vyzkum.ovoce@gmail.com.

Pokud jste ochotný/á mi věnovat 10 minut svého času a dotazník vyplnit, stisknete tlačítko „Pokračovat“. U otázek vztahujících se k samotnému testu paměti prosím nevyužívejte tlačítka "Zpět".

*Povinné pole

1. Jste... *

- muž
- žena

2. Kolik je vám let? *

3. Svou ekonomickou situaci byste označil/a za... *

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> velmi dobrou | <input type="radio"/> spíše špatnou |
| <input type="radio"/> spíše dobrou | <input type="radio"/> velmi špatnou |

Nyní něco málo o tom, co děláte a neděláte...

4. Dal/a jste si během uplynulých 3 dní...? *

Ano Ne

Jablko

banán

broskev

pomeranč

mandarinku

5. Děláte něco z následujících aktivit? *
(Vyberte prosím vždy pouze 1 odpověď.)

Ano Ne Nevím / Netýká se

Běžně dávám přednost koupeli ve vaně před sprchováním.

Už se mi stalo, že jsem někomu vyčetl neekologické chování.

V každodenním životě se obejdu bez automobilu.

Už jsem si zjišťoval, kolik by stála instalace solárních panelů v našem domě.

Jsem členem organizace, která se věnuje ochraně životního prostředí.

Ještě několik málo informací o tom, co děláte a neděláte...

6. Jak často děláte následující aktivity...? *
(Vyberte prosím vždy pouze 1 odpověď.)

Vždy Často Občas Nikdy Nevím / Netýká se

Prádlo nechávám prát, až když je pračka plná.

Vařím z polotovarů.

Na nákup si nosím vlastní tašku.

Zbytky jídla vyhazuji do záchodu.

Při praní používám změkčovače prádla.

Do města a po městě jezdím autem.

Na záchodě mám chemický osvěžovač vzduchu.

Na výlety jezdím autem.

Bojkotuji firmy, které poškozují životní prostředí.

Finančně podporuji organizace, které se věnují ochraně životního prostředí.

Ještě se vás zeptám...

7. Ve kterém ročním období jste se narodil/a? *

(Označte jen jednu elipsu.)

- | | |
|-------------------------------|---------------------------------|
| <input type="radio"/> Na jaře | <input type="radio"/> Na podzim |
| <input type="radio"/> V létě | <input type="radio"/> V zimě |

Test paměti

Prosím, přečtěte si pozorně následující text. Pokuste si zapamatovat co nejvíce informací. -----

Tropické a subtropické ovoce jako jsou pomeranče, banány, či mandarinky, se dostalo do našeho jídelníčku a doplnilo ovoce mírného pásma, které se pěstuje v ČR (jablka, hrušky, švestky, třešně apod.). Podle údajů Českého statistického úřadu stoupla spotřeba exotického ovoce v ČR mezi lety 2002 a 2010 z 27 kg na 37 kg na hlavu za rok, což představuje 37% nárůst spotřeby. V současnosti představuje exotické ovoce kolem 20% veškerého ovoce a zeleniny spotřebované v ČR. -----

Až budete mít text přečtený, stiskněte tlačítko „pokračovat“.

Nyní vás požádám, abyste odpověděl/a na několik otázek...

8a. Spotřeba exotického ovoce v ČR mezi lety 2002 a 2010 *

(Označte jen jednu elipsu.)

- klesla
- byla stejná
- stoupla

9a. V případě, že se změnila, o kolik procent? *

10a. Kolik procent v současnosti tvoří exotické ovoce z veškerého spotřebovaného ovoce a zeleniny v ČR? *

Správné odpovědi

- spotřeba tropického a subtropického ovoce v ČR mezi lety 2002 a 2010 stoupla - spotřeba tropického a subtropického ovoce stoupla o 37% - v současnosti představuje exotické ovoce kolem 20% veškerého ovoce a zeleniny spotřebované v ČR

Test paměti

Prosím, přečtete si pozorně následující text a pokuste se zapamatovat si z něj co nejvíce informací. -----

Tropické a subtropické ovoce jako jsou pomeranče, banány, či mandarinky, se stalo součástí našeho jídelníčku a doplnilo ovoce mírného pásma, které se pěstuje v ČR (jablka, hrušky, švestky, třešně apod.). Podle údajů Českého statistického úřadu však klesla spotřeba exotického ovoce v ČR mezi lety 2010 a 2012 z 37 kg na 31 kg na hlavu za rok, což představuje 19% pokles spotřeby exotického ovoce. V současnosti představuje spotřeba exotického ovoce jen 20% veškerého ovoce a zeleniny spotřebované v ČR. -----

Až budete mít text přečtený, stiskněte tlačítko „pokračovat“.

Nyní vás požádám, abyste odpověděl/a na několik otázek...

8b. Spotřeba exotického ovoce v ČR mezi lety 2010 a 2012 *

(Označte jen jednu elipsu.)

- klesla
- byla stejná
- stoupla

9b. V případě, že se změnila, o kolik procent? *

10b. Kolik procent v současnosti tvoří exotické ovoce z veškerého spotřebovaného ovoce v ČR?
* _____

Správné odpovědi

- spotřeba tropického a subtropického ovoce v ČR mezi lety 2010 a 2012 klesla - spotřeba tropického a subtropického ovoce klesla o 19% - v současnosti představuje spotřeba exotického ovoce jen 20% spotřeby ovoce a zeleniny v ČR

Několik otázek na závěr

Zkuste prosím odhadnout, jaký podíl dospělých Češek a Čechů si dá v následujících 3 dnech alespoň jeden kus exotického ovoce.

Svůj odhad uveďte prosím v %.

11. Zkuste prosím odhadnout, jaká je pravděpodobnost, že si dáte v následujících 3 dnech alespoň jeden kus exotického ovoce.

Svůj odhad uveďte opět v %.

Tak a jsme u konce. Děkuji vám velice za váš čas a ochotu vyplnit otázky v dotazníku.

Pokud vás zajímá tento výzkum a jeho výsledky, můžete mi také napsat na mou adresu:
vyzkum.ovoce@gmail.com

Ráda bych ve svém výzkumu pokračovala a velmi by mi pomohlo, pokud byste byl/a ochotný/á se mého výzkumu ještě jednou zúčastnit. V takovém případě bych vás ještě jednou oslovila, pokud mi zde napíšete váš email:

Příloha č. 2: Dotazník experiment 2

Informace o výzkumu

Dobrý den, jmenuji se Barbora Dubcová a ráda bych Vás požádala o vyplnění krátkého dotazníku.

Cílem mého výzkumu je zjistit, jak si lidé vybavují různé informace a jak se rozhodují v určitých situacích. Tento výzkum realizuji v rámci své diplomové práce na Fakultě humanitních studií Univerzity Karlovy v Praze.

V tomto dotazníku Vám položím několik otázek, které se týkají nakupování balené vody. Vyplnění dotazníku trvá přibližně 7 minut. Vaše účast v tomto výzkumu je čistě dobrovolná. Vyplňování dotazníku můžete kdykoli ukončit.

Informace, které od Vás získám, budou využity pouze k výzkumným účelům. Výsledky mého výzkumu budou zveřejněny pouze v agregované podobě, která neumožňuje identifikaci jednotlivých účastníků výzkumu.

V případě, že mi budete chtít položit dodatečné otázky, nebo mi poslat své komentáře, můžete mě kontaktovat na emailové adrese barbora.dubcova@post.cz.

Tím, že budete pokračovat ve vyplňování tohoto dotazníku dáváte najevo, že souhlasíte s podmínkami výzkumu.

*Koupil/a jste si během uplynulých 7 dní balenou vodu v PET láhvi

- ano
 ne

*Narodil/a jste se...

- v lichý den lichého měsíce.
 v sudý den lichého měsíce.
 v lichý den sudého měsíce.
 v sudý den sudého měsíce.

*Hodí se následující výroky pro popis toho, co děláte?

	Ano	Ne	Nevím / netýká se
Běžně dávám přednost koupeli ve vaně před sprchováním.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Už se mi stalo, že jsem někomu vyčetl/a jeho neekologické chování.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
V každodenním životě se obejdu bez automobilu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Už jsem si zjišťoval/a, kolik by stála instalace solárních panelů v našem domě.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jsem členem/kou organizace, která se věnuje ochraně životního prostředí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

*Jak často děláte různé aktivity?

	Vždy	Často	Občas	Nikdy	Nevím / netýká se
Prádlo nechávám prát, až když je pračka plná.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vařím z polotovarů.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na nákup si nosím vlastní tašku.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zbytky jídla vyhazuji do záchodu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Při praní používám změkčovače prádla.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Do města a po městě jezdím autem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na záchodě mám chemický osvěžovač vzduchu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Na výlety jezdím autem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bojkotuji firmy, které poškozují životní prostředí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Finančně podporuji organizace, které se věnují ochraně životního prostředí.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Balená voda

Mezi roky 2005 a 2011 poklesla roční spotřeba balené vody v ČR z 91 litrů na hlavu za rok na 67 litrů na hlavu za rok, což představovalo pokles o 26%.

2005	2011
91 litrů / rok	67 litrů / rok

-26%

(Zdroj: Svaz výrobců nealkoholických nápojů.)

Jaká je Vaše oblíbená barva?

- | | |
|----------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Bílá | <input type="checkbox"/> Modrá |
| <input type="checkbox"/> Černá | <input type="checkbox"/> Oranžová |
| <input type="checkbox"/> Červená | <input type="checkbox"/> Zelená |
| <input type="checkbox"/> Fialová | <input type="checkbox"/> Jiná barva |
| <input type="checkbox"/> Hnědá | |
-

*Spotřeba balené vody v ČR mezi lety 2005 a 2011 ...

- vzrostla
- zůstala stejná
- klesla

*Pokud se změnila, o kolik % se změnila? Odpovídejte prosím pouze číslovkou.

*Jaká byla spotřeba balené vody v roce 2005 (v litrech na hlavu)? Odpovídejte prosím pouze číslovkou.

*Jaká byla spotřeba balené vody v roce 2011 (v litrech na hlavu)? Odpovídejte prosím pouze číslovkou.

*Jste..

- muž
- žena

*Kolik je Vám let?

*Svou ekonomickou situaci byste označil/a jako:

- velmi dobrou
- spíše dobrou
- spíše špatnou
- špatnou

*Řekl/a byste, že průměrný Čech nebo Češka si koupí během následujícího týdne alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?

- Určitě ano.
- Spíše ano.
- Spíše ne.
- Určitě ne.

*Řekl/a byste, průměrný Čech nebo Češka Vašeho věku si koupí během následujícího týdne alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?

- Určitě ano.
- Spíše ano.
- Spíše ne.
- Určitě ne.

Řekl/a byste, že většina Vašich přátel si během následujícího týdne koupí alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?

- Určitě ano.
- Spíše ano.
- Spíše ne.
- Určitě ne.

*A co Vy? Myslíte si, že si během následujícího týdne koupíte alespoň jednu vodu balenou v PET láhvi?

- Určitě ano.
- Spíše ano.
- Spíše ne.
- Určitě ne.

Pokud jste ochotný/a odpovědět na dodatečné otázky, uveďte zde prosím svůj email:

Velmi by mi také pomohlo, pokud byste mohl odkaz na můj dotazník přeposlat dalším lidem nebo ho sdílet na sociálních sítích. Odkaz na dotazník: http://eSurv.org/online-survey.php?survey_ID=LJKDLO_5a328d74

Příloha č. 3: Dotazník experiment 3

Porozumění grafickým informacím

1) Jste..

- Muž
- Žena

2) Kolik je Vám let? Vypište prosím číslem:

3) Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- Základní
- Středoškolské bez maturity
- Středoškolské s maturitou
- Vysokoškolské

4) Svoji ekonomickou situaci byste označil/a jako:

- Velmi špatnou
- Spíše špatnou
- Spíše dobrou
- Velmi dobrou

5) Jak často nakupujete následující potraviny?

	Nikdy	Občas	Často	Velmi často
Kupuji nízkotučné mléko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kupuji biopotraviny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kupuji chléb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kupuji nápoje v plechovce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kupuji balené vody v PET láhvi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kupuji mléčnou čokoládu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kupuji hotové mražené nebo konzervované pokrmy nebo polotovary	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6) Ve kterém měsíci jste se narodil/a?

- Leden
- Únor
- Březen
- Duben
- Květen
- Červen
- Červenec
- Srpen
- Září
- Říjen
- Listopad
- Prosinec

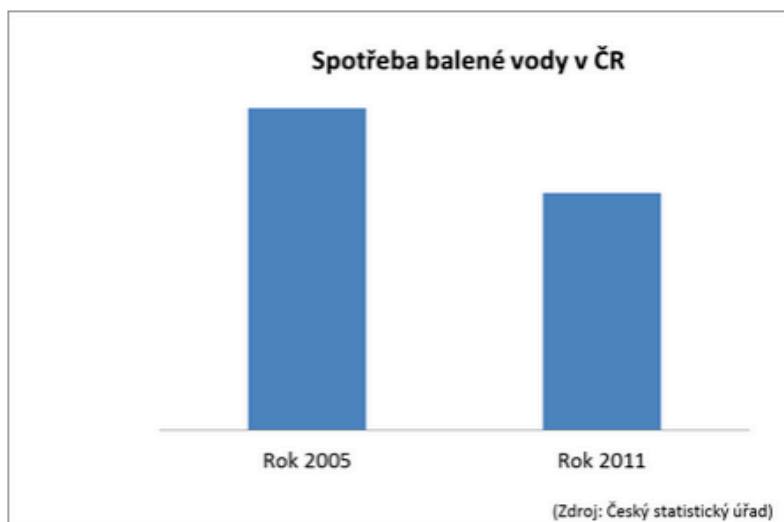
7) Ve kterém měsíci se narodila Vaše matka?

- | | | |
|------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> Leden | <input type="radio"/> Květen | <input type="radio"/> Září |
| <input type="radio"/> Únor | <input type="radio"/> Červen | <input type="radio"/> Říjen |
| <input type="radio"/> Březen | <input type="radio"/> Červenec | <input type="radio"/> Listopad |
| <input type="radio"/> Duben | <input type="radio"/> Srpen | <input type="radio"/> Prosinec |

8) Dělá Vám problémy porozumět informacím prezentovaným v grafech?

- Rozhodně ano.
- Spíše ano.
- Spíše ne.
- Rozhodně ne.

Prohlédněte si, prosím následující graf. Tento graf zobrazuje pokles spotřeby balené vody v ČR mezi roky 2005 a 2011. V grafu nejsou uvedeny číselné hodnoty na svislé ose.



9) Pokuste se odhadnout, o kolik % poklesla spotřeba balené vody v ČR mezi roky 2005 a 2011. Svůj odhad vypište číslem (v procentech).

10) Věděl/a jste o tom, že v posledních letech došlo k poklesu spotřeby balené vody?

- Ano
- Ne

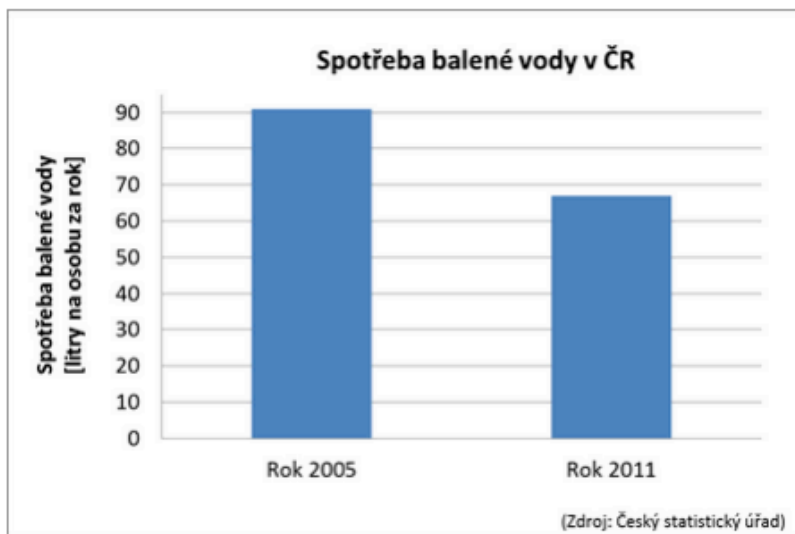
11) Jaké jsou podle Vás hlavní důvody toho, že došlo k poklesu spotřeby balené vody? Prosím vypište stručně v bodech.

12) Pozorujete, že lidé ve Vašem okolí snižují spotřebu balené vody?

- Ano
- Ne

13) Zpřesněný odhad poklesu spotřeby balené vody mezi roky 2005 a 2011 (opět v procentech):

Nyní Vám ukážeme ten samý graf, nyní ovšem s číselnými hodnotami na svislé ose. Pokuste se svůj odhad poklesu spotřeby balené vody zpřesnit bez použití kalkulačky nebo počítače.



14) Řekl/a byste, že se v ČR stává moderní omezovat spotřebu balené vody?

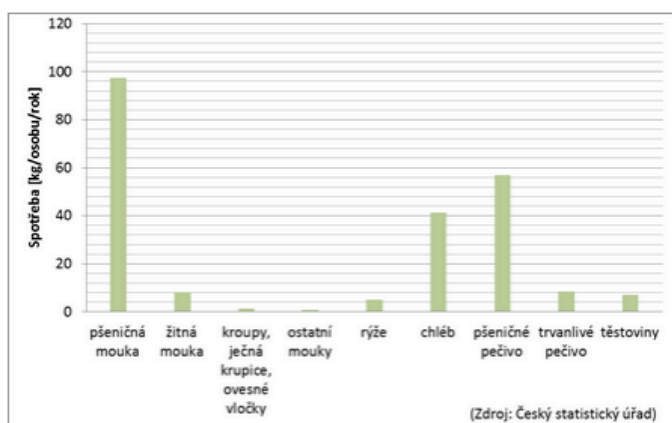
- Určitě ano
- Spíše ano
- Spíše ne
- Určitě ne

15) Dělá Vám problémy porozumět informacím prezentovaným v grafech?

- Rozhodně ano.
- Spíše ano.
- Spíše ne.
- Rozhodně ne.

16) Seřad'te prosím potraviny podle množství spotřeby na osobu za rok. Jako první dejte potravinu s nejvyšší spotřebou, jako poslední potravinu s nejnižší spotřebou.

Nyní Vám ukážeme graf, který znázorňuje spotřebu různých potravin v ČR v roce 2012. Graf si prosím pozorně prohlédněte.



	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Pšeničná mouka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Žitná mouka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kroupy, ječná krupice, ovesné vločky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rýže	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostatní mouky	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chléb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pšeničné pečivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Trvanlivé pečivo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Těstoviny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17) Jaká je Vaše oblíbená barva?

- Bílá
- Černá
- Červená
- Růžová
- Zelená
- Modrá
- Jiná

18) Vypište prosím číslem, kolikrát se shoduje barva písma se jménem barvy:

modrá	hnědá	červená	červená
červená	žlutá	hnědá	modrá
žlutá	hnědá	modrá	žlutá
červená	žlutá	červená	zelená
žlutá	hnědá	modrá	žlutá
hnědá	modrá	zelená	červená
červená	žlutá	modrá	žlutá
žlutá	zelená	hnědá	modrá
modrá	modrá	žlutá	žlutá
zelená	hnědá	zelená	modrá
modrá	modrá	žlutá	žlutá
žlutá	zelená	modrá	červená
hnědá	modrá	červená	zelená
žlutá	zelená	zelená	žlutá
modrá	modrá	žlutá	červená

19) Nyní Vám předložíme seznam několika různých potravin. Zaškrtněte ty potraviny, jejichž spotřeba v ČR se podle Vás v roce 2015 sníží (v porovnání s předchozími roky).

- Nízkotučné mléko
- Pšeničná mouka
- Balená voda
- Chléb
- Těstoviny

20) Většina Čechů a Češek si v následujících 7 dnech koupí...

	ano	ne
Nízkotučné mléko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pšeničná mouka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Balená voda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chléb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Těstoviny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21) Koupíte v následujících 7 dnech...

	určitě ne						určitě ano
Nízkotučné mléko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pšeničná mouka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Balená voda	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chléb	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Těstoviny	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22) Jsme na konci dotazníku. Zkuste si prosím ještě tipnout hlavní hypotézu tohoto výzkumu...

Příloha č. 4: Dotazník experiment 4

Motivy účasti na dotazníkovém šetření

Vítáme Vás na úvodní stránce našeho dotazníku. Dotazník má několik částí. Některé části se týkají porozumění psanému textu a motivů vyplňovat online dotazníková šetření. Většina otázek se týká životního stylu.

Tento výzkum je realizován Janem Urbanem, který působí na Centru pro otázky životního prostředí Univerzity Karlovy v Praze a na katedře HEN Masarykovy Univerzity v Brně a Barborou Dubcovou, studentkou Karlovy Univerzity v Praze. Tohoto výzkumu se může účastnit kterýkoliv uživatel internetu. Vyplnění dotazníku trvá přibližně 5 minut. Vaše účast v tomto výzkumu je dobrovolná a vyplňování můžete kdykoli ukončit.

V rámci výzkumu nebudeme zjišťovat žádné citlivé informace ani osobní údaje. Výzkum nezjišťuje žádné informace, podle nichž by bylo možné identifikovat respondenta. Data z výzkumu budou po skončení výzkumu veřejně přístupná na stránkách www.vyplnto.cz. Vaše dotazy nebo komentáře můžete zasílat na: jan.urban@czp.cuni.cz nebo barbora.dubcova@post.cz.

Tím, že budete pokračovat ve vyplňování dotazníku, dáváte najevo, že jste si tyto informace přečetl/a a s podmínkami výzkumu souhlasíte.

Nejdříve několik informací o Vás...

1. Jste...

- Muž
- Žena

2. Kolik je Vám let? Vypište prosím číslem:

3. Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání?

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> Základní | <input type="radio"/> Středoškolské s maturitou |
| <input type="radio"/> Středoškolské bez maturity | <input type="radio"/> Vysokoškolské |

4. Svoji ekonomickou situaci byste označil/a jako:

- | | |
|------------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="radio"/> velmi dobrou | <input type="radio"/> spíše špatnou |
| <input type="radio"/> spíše dobrou | <input type="radio"/> velmi špatnou |

5. Jak často sportujete?

- | | |
|--|---|
| <input type="radio"/> denně | <input type="radio"/> méně než 1x měsíčně |
| <input type="radio"/> několikrát měsíčně | <input type="radio"/> zřídka |
| <input type="radio"/> 1x měsíčně | <input type="radio"/> nikdy |

6. Užíváte nějaké doplňky stravy? Pokud ano, jaké?

7. Koupil/a jste si během posledního týdne balenou vodu?

- ano ne

8. Jak často vyplňujete dotazníky na VypInto.cz?

- zřídka občas často velmi často

9. Jaký je podle Vás člověk, který vyplňuje dotazníky na vypInto.cz?

	určitě ne	spíše ne	spíše ano	rozhodně ano
Zajímá se o své okolí	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pomáhá jiným lidem.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Zajímá se o společenské problémy.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Je informovaný.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rád si o věcech dělá vlastní názor.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Myslíte si, že máte nějaké osobnostní charakteristiky společné s dalšími lidmi, kteří vyplňují dotazníky na stránkách VypInto.cz? Pokud ano, jaké.

11. Jaké roční období je pro Vás nejpříjemnější?

- jaro léto podzim zima

12. V jakém měsíci se narodil Váš otec?

- Leden Květen Zářít
 Únor Červen Říjen
 Březen Červenec Listopad
 Duben Srpen Prosinec

13. Na VypInto.cz je rozmanitá nabídka témat dotazníkového šetření. Podle čeho si vybíráte dotazníky, které vyplňujete? (Vypište prosím stručně.)

14. Vyhledáváte na VypInto jen dotazníky s určitou tematikou?

- Určitě ne Spíše ano
 Spíše ne Určitě ano

V jednom dřívějším výzkumu, který byl realizován na serveru VypInto.cz uvedlo téměř 66 % respondentů, že buď vůbec nekupují, nebo zřídka kupují balenou vodu v PET láhvi.

15. Co je podle Vás hlavním důvodem toho, že tito lidé nechtějí kupovat balenou vodu? (Vypište prosím stručně.)

16. Myslíte si, že se bude podíl lidí, kteří nekupují balenou vodu, do budoucna ještě více zvyšovat?

- Ano
- Ne

17. Proč si to myslíte? (Vypište prosím stručně.)

18. V poli níže jsou uvedena jména barev a každé toto jméno je zobrazeno jinou barvou. Spočítejte co nejrychleji, kolikrát se shoduje jméno barvy s barvou písma.

modrá	hnědá	červená	červená
červená	žlutá	hnědá	modrá
žlutá	hnědá	modrá	žlutá
červená	žlutá	červená	zelená
žlutá	hnědá	modrá	žlutá
hnědá	modrá	zelená	červená
červená	žlutá	modrá	žlutá
žlutá	zelená	hnědá	modrá
modrá	modrá	žlutá	žlutá
zelená	hnědá	zelená	modrá
modrá	modrá	žlutá	žlutá
žlutá	zelená	modrá	červená
hnědá	modrá	červená	zelená
žlutá	zelená	zelená	žlutá
modrá	modrá	žlutá	červená

19. Jak je pravděpodobné, že v následujícím týdnu:

- ...si půjdete zaběhat?
- ...si dáte nějaký potravinový doplněk (vitaminy, minerály....).
- ...si koupíte balenou vodu?
- ...si koupíte plnotučné mléko?
- ...vyplníte dotazník na VypInto?

20. Zkuste si prosím tipnout hlavní hypotézu tohoto výzkumu...

21. Zúčastnil/a jste se během posledního měsíce nějakého šetření na VypInto, kde jste uváděl/a svou spotřebu vody balené v PET láhvích?

- Ano
 - Ne
-

Ještě jednou Vám děkujeme, že jste se zúčastnil/a našeho výzkumu.

Dovolte nám, abychom Vám před koncem dotazníku sdělili několik informací o tomto výzkumu. Pokud Vás tyto informace nezajímají, pokračujte prosím na závěrečnou stránku dotazníku.

Výzkum, kterého jste se zúčastnil/a, byl jednoduchým experimentem. Cílem tohoto experimentu bylo testovat hypotézu, že některé druhy sociálních norem ovlivňují nákup vody balené v PET láhvi. V našem experimentu jsou respondenti rozděleni do experimentální a kontrolní skupiny. Zatímco experimentální skupině se respondenti dozvědí, jaký podíl lidí vyplňujících dotazníky na Vypnto.cz nekupuje balenou vodu, kontrolní skupina se tuto informaci nedoví. Místo toho dostane jiné otázky, které s výzkumem nesouvisí. Pouze vyplňují místo, aby byly obě verze stejně dlouhé. To by mělo vést k tomu, že lidé v experimentální skupině budou vyjadřovat menší záměr nakupovat balenou vodu a to zejména v případě, že se identifikují se skupinou lidí, která vyplňuje dotazníky na Vypnto.cz. Všechny informace, které jsme Vám v rámci tohoto experimentu prezentovali, jsou pravdivé.

Pokud byste se chtěl/a dovědět o tomto experimentu více, anebo nám chtěl/a sdělit jakékoli informace související s experimentem, můžete nám napsat na jan.urban@czp.cuni.cz.

Pokud nechcete, abychom vyhodnocovali Vaše odpovědi, stačí, když nyní opustíte tento dotazník a Vaše odpovědi nebudou uloženy.

V případě, že se chcete dozvědět více o teoriích, na nichž je tento výzkum založen, můžete si přečíst následující texty:

*Smith, J. R., Louis, W. R., Terry, D. J., Greenaway, K. H., Clarke, M. R., & Cheng, X. (2012). Congruent or conflicted? The impact of injunctive and descriptive norms on environmental intentions. *Journal of Environmental Psychology*, 32(4), 353–361. <http://doi.org/10.1016/j.jenvp.2012.06.001>*

*Cialdini, R. B., Kallgren, C. A., & Reno, R. R. (1991). A focus theory of normative conduct: A theoretical refinement and reevaluation of the role of norms in human behaviour. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 24, pp. 201–233). San Diego, CA: Academic Press.*

V případě, že souhlasíte s tím, abychom vyhodnotili Vaše odpovědi, pokračujte prosím na konec dotazníku.

22. Souhlasíte s tím, abychom Vaše odpovědi vyhodnotili?

- Rozumím a chci dokončit dotazník.

Příloha č. 5: Projekt diplomové práce



Fakulta humanitních studií UK

katedra magisterského oboru
Sociální a kulturní ekologie

U Kříže 8/661, 158 00 Praha 5 - Jinonice

Projekt diplomové práce (DP) oboru sociální a kulturní ekologie

1. Jméno studenta, tituly: Bc. Barbora Dubcová
2. Osobní číslo (UKČO): 45691514
3. Rok imatrikulace na FHS UK (bak. studium, jinak mag. studium): 2012
4. Datum zápisu na katedru sociální a kulturní ekologie FHS UK (alespoň měsíc, rok): 24. září 2012
5. Názvy všech předchozích bakalářských (magisterských) prací, škola, obor a rok, kde a kdy byly obhájeny: BP: Vliv keltského dědictví na cestovní ruch na Britských ostrovech, Vysoká škola obchodní v Praze, obor Cestovní ruch, rok 2012 v Praze
6. Předběžný název DP: Vliv normativních faktorů na environmentálně šetrné spotřební chování
7. Obecný kontext (souvislosti tématu, širší rámec [zasazení „do světa“]): Mezi tím co říkáme a jak se chováme, existuje jistá rozporuplnost, kterou zkoumá sociální psychologie. Na lidské chování mají zásadní vliv sociální normy. Spotřební chování, které má významné environmentální dopady, je jednou z oblastí, v níž se vliv sociálních norem projevuje. Manipulace sociálních norem proto představuje jeden z nástrojů zmenšování dopadů lidské činnosti na životní prostředí a z tohoto důvodu si zaslouží naši pozornost. Proto je zajímavé zkoumat, zda a do jaké míry ovlivňují sociální normy rozhodování o uvědoměném konzumním chování.
8. Předmět zkoumání (vlastní předmět práce [zasazení „do vědy“]): Práce se zaměřuje na vliv sociálních norem na spotřební chování u české spotřebitelské populace. Vliv sociálních norem na spotřební chování je zkoumán prostřednictvím randomizovaného experimentu. Práce zachycuje problém v souvislostech oboru Sociální a kulturní ekologie a částečně i Sociální psychologie.
9. Hlavní vstupní hypotéza nebo hypotézy (2–4 na výběr): pro práci 1–2, možno však formulovat výzkumné otázky, event. jen výzkumný problém:

H1: Deskriptivní sociální normy mají vliv na environmentálně signifikantní spotřební chování.
H2: Vliv deskriptivních norem na spotřební chování je ovlivněn proenvironmentálními postoji.
10. Metodologický postup: metody a techniky, které budou v práci použity: výzkum bude prováděn pomocí metody randomizovaného experimentu. Jelikož cílem práce je testovat obecně platnou a v teorii zakotvenou hypotézu a protože je k testování hypotéz použita metoda randomizovaného experimentu, je využit v práci nereprezentativní záměrný vzorek (za předpokladu jeho dostatečné variability). Závislou proměnnou v prvním experimentu bude záměr spotřebovat exotické ovoce a reportovaná spotřeba tohoto ovoce a v druhém záměr spotřebovat balenou vodu v PET lahvi a její reportovaná spotřeba. Vzorek bude mít velikost přibližně 150 – 200 respondentů. Data budou sbírána prostřednictvím online dotazníku. Manipulace deskriptivních norem bude zajištěna tak, že respondentům budou předkládány dílčí údaje o spotřebě exotického ovoce z období let 1995–2012, které budou zachycovat buď zvyšující, anebo snižující se podíl exotického ovoce v koši ovoce spotřebovaného v ČR. U druhého experimentu budou experimentální skupině předkládána data o snižujícím se trendu spotřeby balené vody v PET lahvích v ČR. Součástí výzkumu bude i kontrolní

skupina, které nebudou tato data předkládána. Všechna data, se kterými se respondent setká, budou však pravdivá a založená na předchozích výzkumech Českého statistického úřadu a Svazu výrobců nealkoholických nápojů. Obecné proenvironmentální postoje budou měřeny prostřednictvím GEB škály (Kaiser et al., 2009). GEB představuje obecnou škálu ekologického chování (General Environmental Behavior scale).

11. Cíl DP (kromě ověření hypotéz a teoretického přínosu např. praktický přínos, vypracování metodologie, základ pro řešení problémů v praxi atd.): Cílem této práce je testovat hypotézu, že deskriptivní normy mají vliv na spotřebu exotického ovoce a že tento vliv je ovlivněn proenvironmentálními postoji spotřebitele.
12. Čím budou rozšířeny dosavadní znalosti (vědecká „přidaná hodnota DP“): Vliv deskriptivních norem na spotřebu exotického ovoce a v ČR nebyl doposud zkoumán. Moderující vliv proenvironmentálních postojů na efekt deskriptivních norem na chování nebyl doposud zkoumán.
13. Jaké bude (bude-li) jejich teoretické zobecnění a přínos: V případě, že obě hypotézy nebudou zamítnuty, ukáže tato práce, že vliv deskriptivních norem na chování je ovlivněn obecnými environmentálními postoji. To by znamenalo, že vliv deskriptivních norem na chování závisí na pre-existujících postojích a liší se pro skupiny lidí s vysokými a nízkými environmentálními postoji. Takový výsledek zatím nepřinesla žádná empirická studie, ačkoli je v souladu s výsledky studií zaměřujících se na vliv sociálních norem na proenvironmentální chování. Obecné proenvironmentální postoje jsou měřeny prostřednictvím GEB škály (Kaiser et al., 2009). Škála GEB obsahuje množství forem proenvironmentálního chování s různou náročností na jejich plnění. Z praktického hlediska by byl takový výsledek cenný proto, že by ukázal, že na skupiny spotřebitelů s nízkými a vysokými environmentálními postoji je třeba použít různé intervenční nástroje. Za předpokladu, že budou hypotézy výzkumem potvrzeny, by mohla získaná data posloužit při vytváření kampaní NNO či podnikatelských subjektů zohledňujících dopady na ŽP.
14. Struktura DP (předběžný obsah – názvy oddílů a kapitol):
 - Úvod
 - 1. Proenvironmentální chování
 - 1.1 Proč studovat proenvironmentální chování?
 - 1.2 Jak může poznání faktorů proenvironmentálního chování sloužit ochraně ŽP?
 - 1.3 Proč jsem si vybrala určité příklady proenvironmentálního chování?
 - 2. Sociální normy a jejich vliv na proenvironmentální chování
 - 2.1 Jaké faktory ovlivňují proenvironmentální chování?
 - 2.2 Jakou roli mají sociální normy jako faktory proenvironmentálního chování?
 - 2.3 Jaké typy sociálních norem známe a čím se liší jejich působení na proenvironmentální chování?
 - 2.4 Jak působí na proenvironmentální chování deskriptivní normy?
 - 3. Metoda
 - 3.1 Sběr dat
 - 3.1.1 Experiment 1
 - 3.1.2. Experiment 2
 - 4. Výsledky a diskuse experiment 1
 - 5. Výsledky a diskuse experiment 2
 - 6. Závěr

15. Předběžná bibliografie k tématu:

HENDL, Jan. Přehled statistických metod zpracování dat: analýza a metaanalýza dat. Vyd. 2., opr. – Praha : Portál, 2006, 583 s. ISBN 80-7367-123-9.

- Cialdini, R. B. (2007). *Influence: the psychology of persuasion*. New York: HarperCollins
- Schultz, W. P., Khazian, A. M., & Zaleski, A. C. (2008). Using normative social influence to promote conservation among hotel guests. *Social Influence*, 3(1), 4–23.
- Smith, J. R., & Louis, W. R. (2008). Do as we say and as we do: The interplay of descriptive and injunctive group norms in the attitude–behaviour relationship. *British Journal of Social Psychology*, 47(4), 647–666. doi:10.1348/014466607X269748
- Smith, J. (n.d.). Attitude-behaviour consistency: the role of group norms, attitude accessibility, and mode of behavioural decision-making.
- Kormos, C., Gifford, R., & Brown, E. (2014). The Influence of Descriptive Social Norm Information on Sustainable Transportation Behavior: A Field Experiment. *Environment and Behavior*, 0013916513520416. doi:10.1177/0013916513520416
- White, K. M., Hogg, M. A., & Terry, D. J. (2002). Improving Attitude-Behavior Correspondence Through Exposure to Normative Support From a Salient Ingroup. *Basic and Applied Social Psychology*, 24(2), 91–103. doi:10.1207/S15324834BASP2402_2
- Webster, M., & Sell, J. (2007). *Laboratory Experiments in the Social Sciences*. Academic Press.
- Kaiser, F. G., Byrka, K., & Hartig, T. (2010). Reviving Campbell's paradigm for attitude research. *Personality and Social Psychology Review: An Official Journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc*, 14(4), 351–367. doi:10.1177/1088868310366452

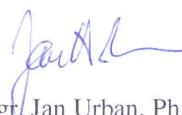
16. Předpokládaný vedoucí DP: Mgr. Jan Urban, Ph.D.

17. Důvod volby tématu (dosavadní znalosti, zájem, praxe a zájem studenta):¹ zájem o téma konzumu v kontextu psychologie, především o spotřebu zohledňující environmentální dopady.


Praha 2.6.2014



Bc. Barbora Dubcová
diplomant



Mgr. Jan Urban, Ph.D.
vedoucí DP



PhDr. Ivan Rynda
vedoucí katedry
SKE