

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra výchovy ke zdraví

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

2010

BUDÍČKOVÁ LENKA

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích

Pedagogická fakulta

Katedra výchovy ke zdraví

Role etiky v osobní spotřebě člověka

Bakalářská práce

Autor: Lenka Budíčková

Studijní program: Specializace v pedagogice

Studijní obor: Výchova ke zdraví

Vedoucí práce: doc. PaedDr. Milada Krejčí, CSc.

České Budějovice, duben 2010

University of South Bohemia in České Budějovice

Faculty of Education

Department of Health Education

Ethic status of personal consumption

Bachelor Thesis

Author: Lenka Budíčková

Study programme: Specialization in Education

Field of Study: Health Education

Supervisor: Assoc. Prof. Milada Krejčí, PhD.

České Budějovice, April 2010

Bibliografická identifikace

Jméno a příjmení autora: Lenka Budíčková

Název bakalářské práce: Role etiky v osobní spotřebě člověka

Studijní obor: Výchova ke zdraví

Pracoviště: Katedra výchovy ke zdraví, Pedagogická fakulta, Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích

Vedoucí bakalářské práce: doc. PaedDr. Milada Krejčí, CSc.

Rok obhajoby: 2010

Abstrakt: Cílem mé bakalářské práce je vytvoření přehledu certifikátů, který by pomohl lidem vybírat a podporovat ty výrobce a obchodníky, kteří se chovají ohleduplně jak k životnímu prostředí, tak ke zvířatům i lidem. Teoretická část mé práce obsahuje množství informací o snižování osobní spotřeby, biopotravínách, spravedlivém obchodu, etickém spotřebitelství v souvislosti se snižováním negativního dopadu nadspotřeby na životní prostředí. V praktické části jsem sebrané certifikáty roztřídila do skupin pro lepší orientaci spotřebitelů a vytvořila didaktický materiál pro studenty Výchovy ke zdraví i ostatní zájemce. Zhodnotila jsem rozsah a kvalitu nabízených služeb dvou informačních středisek. Data byla získána metodou analýzy a syntézy a metodou řízeného rozhovoru. Obě odborné otázky byly potvrzeny.

Klíčová slova: etika, osobní spotřeba, životní prostředí, ekologické zemědělství, ekologická stopa, spravedlivý obchod, vegetariánství

Bibliographic Identification

Name of the author: Lenka Budíčková

Title of the thesis: Ethic status of personal consumption

Field of study: Health Education

Department: Department of Health Education, Faculty of Education, University of South Bohemia, České Budějovice

Supervisor: Assoc. Prof. Milada Krejčí, PhD.

Year of the presentation: 2010

Abstract: The aim of my Bachelor thesis is a list of certificates that will help people to select and promote manufacturers and traders who behave sensitively towards the environment, animals and people. The theoretical section of my work contains various sources of information about reducing personal consumption, about organic food, fair trade and ethical personal consumption in terms of reducing the negative impact of excessive consumption on the environment. In the practical part of my work I have sorted collected certificates into groups for better consumer understanding and created learning material for students who are specialised in Education for health and other people who are interested in this field. I assessed the extent and quality of the services offered by two information centres. My data were obtained by an analysis method and a synthetic method, and also by a directed interview. Both research questions were confirmed.

Keywords: ethics, personal consumption, environment, organic farming, ecological footprint, Fair Trade, vegetarianism

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma „Role etiky v osobní spotřebě člověka“ jsem vypracovala samostatně s použitím pramenů a literatury uvedených v referenčním seznamu.

Prohlašuji, že v souladu s § 47 zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách.

V Českých Budějovicích dne 23. dubna 2010

.....

Děkuji vedoucí bakalářské práce, paní doc. PaedDr. Miladě Krejčí, CSc. za odborné vedení a ochotu pomoci při zpracování mé bakalářské práce.

OBSAH

| | | |
|---------|--|----|
| 1 | ÚVOD..... | 9 |
| 2 | TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE – OBSAHOVÁ ANALÝZA LITERÁRNÍCH ZDROJŮ..... | 11 |
| 2.1 | Etika z pohledu filozofického..... | 11 |
| 2.1.1 | Vymezení etiky a morálního jednání..... | 11 |
| 2.1.2 | Hodnoty a postoje oceňované společností..... | 12 |
| 2.1.3 | Morální jednání v lidské společnosti..... | 12 |
| 2.1.4 | Svoboda a odpovědnost jako základní předpoklad pro vedení „dobrého života“..... | 13 |
| 2.2 | Ekologická etika | 14 |
| 2.2.1 | Každý člověk nese zodpovědnost za své jednání | 14 |
| 2.2.2 | Vzestup spotřební úrovně a její negativní dopad na životní prostředí | 15 |
| 2.2.3 | Reklama a její vliv na zvyšování spotřeby | 16 |
| 2.2.4 | Vztah mezi spotřebou a smyslem našeho života | 17 |
| 2.3 | Globální ekologická krize..... | 18 |
| 2.3.1 | Globální ekologická krize jako realita..... | 18 |
| 2.3.2 | Vymezení pojmu ekologická stopa | 19 |
| 2.3.3 | Snížení hmotné spotřeby, dobrovolná skromnost, trvale udržitelný způsob života – účinné řešení ekologické situace..... | 20 |
| 2.3.3.1 | Důvody snižování osobní spotřeby..... | 22 |
| 2.4 | Etické spotřebitelství | 23 |
| 2.4.1 | Produkty ekologických farem - biopotraviny..... | 24 |
| 2.4.1.1 | Sortiment biopotravin a možnosti jejich nákupu..... | 27 |
| 2.4.2 | Fair Trade – spravedlivý obchod..... | 28 |
| 2.4.3 | Alternativa k běžnému způsobu stravování - vegetariánství..... | 30 |
| 2.4.4 | Péče o tělo – kosmetika | 33 |
| 3 | PRAKTICKÁ ČÁST | 35 |
| 3.1 | Cíl práce..... | 35 |
| 3.2 | Úkoly práce | 35 |
| 3.3 | Odborné otázky | 36 |
| 4 | METODOLOGIE | 37 |

| | |
|---|----|
| 4.1 Metody práce | 37 |
| 4.2 Organizace praktického šetření | 37 |
| 5 VÝSLEDKY A DISKUZE..... | 39 |
| 5.1 Vyhodnocení služeb informačních středisek..... | 39 |
| 5.1.1 Srovnání kvality a rozsahu poskytovaných služeb..... | 44 |
| 5.2 Vyhodnocení značení výrobků a potravin..... | 45 |
| 5.2.1 Přehled certifikátů - didaktický materiál pro studenty Výchovy ke zdraví. | 46 |
| 6 ZÁVĚR..... | 66 |
| 7 POUŽITÁ LITERATURA | 67 |

1 ÚVOD

K napsání této bakalářské práce mě vedl dlouhodobý zájem o ekologii, přírodu a o to, jak člověk svým způsobem života přispívá k ekologické krizi. Za několik let, kdy se o tuto problematiku zajímám, jsem získala mnoho užitečných informací, jaké jsou ekologicky přijatelné alternativy ke konzumnímu způsobu života. Tato změna ovšem v první řadě předpokládá změnu hodnotové orientace člověka. Povzbuzující je, že mezi námi žijí lidé, pro které se etika stává základní normou pro změnu života a kteří se svobodně rozhodli k životu ve skromnosti, neboť jsou si vědomi vážnosti současné ekologické krize. Tito lidé si uvědomují, že i když konzumně žije většina společnosti, není to důvod ani omluva pro to, aby tak žili i oni. Že odpovědnost za svoje jednání nesou jen oni sami. V některých případech se také stávají vzorem a inspirací pro své okolí.

Etika je vlastně otázka filozofická. Filozofie je způsob života, způsob bytí, který si každý z nás volí sám. V dnešní době převažuje konzumní způsob života, který má negativní vliv jak na mezilidské vztahy, tak na naše životní prostředí a ostatní bytí.

Velká část našeho hodnotového systému se tvoří v rodině a ve škole. Jsem matkou a také pracuji jako vychovatelka ve školní družině a mám tedy možnost vést děti k tomu, aby si uvědomovaly následky toho, co dělají. Jedna z možností změny hodnotového žebříčku společnosti podle mě spočívá v práci s dětmi. Je dobré s dětmi o těchto problémech hovořit, najít si na ně čas, o své poznání se podělit a samozřejmě být i dobrým příkladem. Stručně řečeno: vysvětlit jim proč a ukázat jak. Změnou přístupu a životního způsobu můžeme také ovlivnit své okolí, ostatní dospělé. Z tohoto důvodu jsem tuto práci pojala jako možnou inspiraci pro ty, kteří by se o problematice ekologické etiky a etického spotřebitelství chtěli dozvědět více, popř. tyto informace využít ve své pedagogické praxi.

Prostudovala jsem díla autorů, kteří se zabývají otázkami etiky, morálky, dobra a zla, hodnot, postojů, svobody atd. Je třeba upozornit, že odpovědi na tyto otázky jsou individuální, odráží se v nich hodnotová orientace, životní zkušenosti i zaměření daného autora. Z mého pohledu jde ale vždy o upřímné hledání a posuzování, které může mnohé z nás obohatit a určitým způsobem nasměrovat. Dále v teoretické části vysvětluji pojmy trvale udržitelný rozvoj, dobrovolná skromnost, etické

spotřebitelství, kde se čtenář může dozvědět něco bližšího o způsobech snižování negativního dopadu našeho způsobu života na životní prostředí. Etické spotřebitelství se týká mnoha našich každodenních činností. Rozsah této bakalářské práce však neumožňuje zabývat se všemi podrobněji. Zaměřila jsem se proto na dvě oblasti. Jednou je stravování, neboť výdaje za potraviny představují významnou část našeho rodinného rozpočtu a druhou je používání kosmetických výrobků, neboť tyto produkty (přínejmenším mýdlo a šampon) jsou také součástí naší denní spotřeby.

Cílem praktické části je shromáždit a utřídit informace, které pomohou spotřebiteli se lépe orientovat v nabídce výrobků a potravin, tzn. vypracovat seznam certifikátů, kterými bývají jednotlivé výrobky označeny a které informují spotřebitele o jejich původu, o postoji výrobce k otázkám životního prostředí, ke zvířatům, ostatním lidem i ke zdraví. Získané informace pak zpracuji jako didaktický materiál pro studenty výchovy ke zdraví a zájemce o danou problematiku.

Dále provedu orientační průzkum (v místě svého bydliště, tedy v Praze) týkající se možností získání dalších informací vztahujících se k dané problematice. Zjistím, jsou-li v provozu nějaké ekoporadny, jsou-li pořádány přednášky, besedy, semináře, či jiné akce, kde se lidé mohou setkat s lidmi stejně smýšlejícími, předat si své poznatky, zkušenosti, poučit se, inspirovat a rozšířit své znalosti.

Jedním z důležitých úkolů nás rodičů a pedagogů je vést děti k tomu, aby si uvědomovaly, že jsou jedinečné, jsou součástí přírody, vést je k odpovědnému a citlivému chování k životnímu prostředí, zvířatům i ostatním lidem.

Mahátmá Gándhí řekl: „Chceme-li změnit svět, musíme být změnou my sami.“ Mohli bychom také říci, že můžeme změnit pouze jediného člověka, a to sebe samého. Právě tyto myšlenky jsou podtextem mé práce.

2 TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE – OBSAHOVÁ ANALÝZA LITERÁRNÍCH ZDROJŮ

2.1 Etika z pohledu filozofického

2.1.1 Vymezení etiky a morálního jednání

Pokud si položíme otázku, co je vlastně etika, vybaví se nám možná tato odpověď: Je to filozofické uvažování o „správném životě“. Většina lidí má svou vlastní představu o tom, co je morální, mravní, dobré, špatné. Mnozí z nás se také domnívají, že umí rozlišovat mezi dobrem a zlem, jsou přesvědčeni, že jejich žebříček hodnot je ten správný, je pro ně důležité, aby měli „čisté svědomí“. Kdyby tomu tak bylo, nebylo by potřeba o tomto tématu již dále hovořit, nemuselo by být napsáno tolik knih o etice. Na otázku, zda-li mravnost je výsledkem dodržování určitých uznávaných mravních norem a pravidel, nebo zda-li je otázkou svědomí zřejmě neexistuje jednoznačná odpověď.

Podle Koháka (2006) je etika soubor zásad a pravidel, které jsou pro nás pomůckou v rozhodování a naznačují nám, jak bychom se měli chovat ve svém obcování s druhými. Dále pak naznačují, jaké jednání nejspíše povede k optimálním výsledkům. „Etika představuje morální zákon v praxi, etika je soubor pravidel úspěšného obcování člověka s člověkem“ (KOHÁK, 2006, s. 16).

Často musíme znovu mluvit o tom, co se zdá být jasné a samozřejmé. Domníváme se, že víme, co je morální. Ale morálka se nikdy nevyskytuje v čisté formě. Ve společnosti se nevyskytuje vždy jedna vládnoucí morálka. V pluralistické společnosti se mohou vyskytovat různé morální názory, např. někdo akceptuje interrupci, někdo jí považuje za zločin (SPAEMANN, 1995).

Člověk, který jedná eticky je člověkem pravdivě myslícím. Má také naléhavou potřebu pomáhat všemu živému, jemuž může prospět a neškodí mu, ba přímo se toho hrozí. Přijde doba, kdy lidstvo pochopí, že bezmyšlenkovité poškozování života je neslučitelné s etikou. Je to jakési vnitřní puzení, ze kterého vzniká etika úcty k životu. Není třeba uvažovat o tom, že zachování a zdokonalování života je zanedbatelné ve

srovnání s nesmírným ničáním. Etika začíná tam, kde se přestávají užívat slova. Měli bychom být pravdiví sami k sobě a neodsuzovat druhé (SCHWEITZER, 1996).

Individuální svědomí je formováno a rozvíjí se v kontaktu s předem daným sociálním étosem. Rovněž je ovšem třeba, aby normy étosu byly lidmi akceptovány (přijímány). Normy étosu jsou pak svědomím měněny a dochází k proměnám hodnot (dynamika étosu). Důležitá je sociální akceptace (přijímání) normotvorných autorit. Na akceptaci závisí jejich účinnost (ANZENBACHER, 1994). „Autoritami, jež odůvodňují normy, mohou být osoby, texty, tradice, právní řád nebo věda“ (ANZENBACHER, 1994, s. 127).

2.1.2. Hodnoty a postoje oceňované společností

Jaké hodnoty a postoje jsou v naší společnosti oceňovány? Odpověď na tuto otázku by byla jistě u každého jedince jiná. Zřejmě by záleželo na tom, v čem konkrétní člověk vidí smysl života, jaká je jeho hodnotová orientace.

„Lidi morálně oceňujeme a chválíme tehdy, když se tyto lidé vyznačují určitým přátelským postojem k druhým lidem a k lidské společnosti a snaží se jim svým jednáním prospívat a přispívat k jejich štěstí. Mravně tedy schvalujeme postoje a činy, jež nejsou egoistické, nýbrž altruistické a motivované sociálně a pokud se zaměřují na blaho druhých a na užitek společnosti“ (ANZENBACHER, 1994, s. 26).

2.1.3 Morální jednání v lidské společnosti

Sokol, Pinc (2003) vychází z předpokladu, že ctnost se nedá naučit. V tomto případě je dobré se alespoň o něco pokusit. Pokud budeme o „dobrém životě“ hovořit, zvyšuje se tak pravděpodobnost, že se člověk zamyslí a „zahlédne“ rozdíl mezi dobrým a špatným.

„Dobrý život, ctnost, morálka i etika se vždycky obracejí k jednotlivému člověku – ke mně a k tobě. Nicméně žádný člověk, já ani ty, nežije sám, ale mezi druhými lidmi v lidské společnosti. A tak se i dobrý život odehrává mezi druhými lidmi, před nimi a s nimi – někdy dokonce proti nim“ (SOKOL, PINC, 2003, s. 9).

Mnozí lidé se domnívají, že mrav a morálka jsou jen zvyky, jako např. podávat pravou ruku, že je to zkrátka jen to, co dělají všichni. Ale lidé by si měli uvědomit, že morálka je něco jiného. Že pokud se jedná o věci, které jsou špatné, i kdyby je dělala většina, já je dělat nebudu. Pokud lidské společnosti jakž takž fungují, je to právě díky tomu, že mezi námi žijí lidé, kteří vědí, že se nemají přidávat k většině jež páchá nepravosti. Takoví lidé často mívají různé nepříjemnosti a jsou ostatním pro smích, taková je zkrátka realita. Kdyby však takových lidí nebylo, už bychom tu nejspíš nebyli také (SOKOL, PINC, 2003).

2.1.4 Svoboda a odpovědnost jako základní předpoklad pro vedení „dobrého života“

Základním předpokladem pro vedení dobrého života je svoboda, tedy že svůj život můžeme nějak sami vést. Můžeme tedy volit mezi různými možnostmi. Dá se říci, že denně se každý z nás musí v různých situacích rozhodovat. Mnoho lidí se domnívá, že svoboda znamená právo, ale svoboda znamená především odpovědnost. Rozhodovat se není vždy jednoduché, neboť (a to si většina z nás jistě dobře uvědomuje), za každé své rozhodnutí neseme odpovědnost (SOKOL, PINC 2003).

„Považujeme-li někoho za odpovědného za jeho jednání, pak to znamená (kromě hlediska svědomí a dobrovolnosti), že od něho očekáváme, že může rozumně odpovědět na otázku, proč jednal takto a ne jinak“ (ANZENBACHER, 1994, s. 15).

Svoboda bez moudrosti a odpovědnosti je na pováženou. Dává nám sice možnost volby, ale zahrnuje i schopnost sebezáhuby. Lidé svým chováním, díky své neomezené svobodě ohrožují samu udržitelnost života na zemi. Lidé prostě svobodu nezvládli (KOHÁK, 2001).

Hodnocení činů z mravního hlediska předpokládá hledisko dobrovolnosti. Každý člověk se sám za sebe rozhoduje, jakých způsobem bude jednat, je tedy v určitém smyslu pánem svého jednání. Rozhodl se, že bude jednat právě tímto způsobem. Mohl sice jednat i jinak, nebo se jednání zdržet, v každém případě je odpovědný za své rozhodnutí. Jen za tohoto předpokladu můžeme sami sebe a druhé pokládat za vinné, za určité jednání chválit, kárat, nebo činit výčitky (ANZENBACHER, 1994).

2.2 Ekologická etika

Podle E. Koháka (2006) je ekologická etika v podstatě o přežití. Je o aktivním úsilí o etické soužití se vším životem. Je o veškerém životě na Zemi. Zabývá se smyslem pobývání lidstva na Zemi, hodnotami udržitelnosti. „Jde o soubor zásad a pravidel, která člověku naznačují, jak by se měl chovat ve svém obcování se vším mimolidským světem“ (KOHÁK, 2006, s. 16).

2.2.1 Každý člověk nese zodpovědnost za své jednání

Struktura našich hodnot je velice důležitá, neboť „udává“ směr našemu chování. Je opravdu nejvyšší čas si uvědomit, co je v životě podstatné. Zamyslet se nad tím, jaký má naše jednání dopad na životní prostředí. Mnoho našich činů považujeme za samozřejmost a dokonce za „naše právo“ a nedomyšlíme (nebo nechceme domýšlet?), jak ovlivní životní prostředí nejen naše, ale i našich bližních. Například pokud jedeme v inverzi autem do zaměstnání (i přesto, že bychom mohli použít veřejnou dopravu)... I toto je otázka etiky, i když mnozí z nás nad tím takto nepřemýšlí. Příkladů na toto téma bychom jistě našli mnoho, v další části práce se k tomuto tématu ještě dostaneme.

Člověk, který má blízký vztah k přírodě, je schopen vidět, jak je svět krásný a přistupuje k němu s optimismem. K citlivému vnímání, kdy je schopen odlišovat nemocné od zdravého, kdy je schopen vnímat harmonii přírody, nepotřebuje žádný rozumový výkon. Takovýto člověk má soucit a lásku ke všemu živému i vědomí odpovědnosti (LORENZ, 1997).

„Musíme se dobrat svého vlastního způsobu jak vnímat koloběh nerostů, vody, vzduchu, živin jako požehnaný – a musíme zahrnout tento pohled do našeho osobního duchovního hledání a připojit jej ke všem znalostem a poznáním, kterých se nám dostalo. Tento postoj se projeví jednoduše: tím, že jsme plni vděčnosti a bereme na sebe zodpovědnost za svoje činy, tím, že udržujeme spojení se zdroji energie, která proudí do našeho života (tzn. voda, půda, potrava)“ (SNYDER, 1996, s. 119).

Etika a odpovědnost spolu úzce souvisí, etika bez odpovědnosti je prázdná (SKOLIMOWSKI, 1996). Pokud chceme zachovat přírodu, musíme přijmout zodpovědnost my sami – jako jedinci v individuálním životě. Dosavadní etika však vychází z předpokladu, že etické normy se vztahují pouze na vztahy člověka k člověku, ne však na vztahy člověka k ostatnímu žití. Dosavadní etika byla a je výrazně antropocentrická. Dobré je to, co slouží člověku, co je pro člověka, to má smysl, to je hodnotou. A tak lidé nevědí, jak by se ve vztahu k přírodě měli chovat. Přijmout zodpovědnost zahrnuje praktickou ekologii, jako např. recyklaci, druhotné užívání, úspory energií, ale také citlivost vůči ostatnímu životu. Vzdát se představy lidské nadřazenosti, uvědomit si, že jsme součástí přírody. Své nároky není možné zdůvodňovat jen dobrem vlastním, je třeba přemýšlet o tom, jaký budou mít dopad na ostatní bytí - „Žít prostě, aby druzí mohli prostě žít“ (KOHÁK, 2001).

„Chránit život je morálně správné. Ochrana přírody a trvale udržitelný rozvoj jsou založeny na premise, že musíme chránit dědictví země a všechny biologické druhy, a že také musíme mít na paměti dobro příštích generací“ (SKOLIMOWSKI, s. 151).

2.2.2 Vzestup spotřební úrovně a její negativní dopad na životní prostředí

Lidé jsou v dnešní době velice nároční. Převládá nezodpovědný životní způsob, jehož hlavním cílem je zvýšení osobního hmotného blahobytu. Toto jednání je provázeno zbytečnou nadspotřebou a otřesným plýtváním. Nezajímáme se však o následky našeho jednání, které je v naprostém rozporu s předpoklady udržitelnosti života. Chceme stále více a nedomyšlíme důsledky. Smyslem všeho lidského konání se stává stupňování hmotné spotřební úrovně. Chceme mít stále víc a víc, neboť věříme, že vzestup spotřeby vyřeší nebo překlene problémy, které máme a zaručí nám blíže nedefinované „štěstí“ (KOHÁK, 2006).

Vytváříme stále větší a větší množství odpadů a vypouštíme je do životního prostředí. Přitom předstíráme, že na tom nezáleží. Je třeba změnit uvažování a drasticky snížit množství vytvářených odpadů. Nejen množství, ale i toxicita

odpadů převyšuje schopnost přírodního prostředí jej absorbovat a znovu využít alespoň podobným tempem, jakým byl vytvořen (GORE, 1994).

Konzumní plýtvání je nezbytnou součástí růstu ekonomiky, je součástí konzumu. Pokud se nám věci jeví „nemoderní“, „zastaralé“, „už nemožné“, vyhodíme je. Téměř všechny opravné věci – punčochy, oděvy, kuchyňského nádobí byly uzavřeny. Pokud neseme do opravné pračku, chladničku, vysavač atd., s největší pravděpodobností nám sdělí, že oprava se nevyplatí, nebo že nejsou náhradní díly (LIBROVÁ, 2003).

„Vzestup spotřební úrovně má smysl jen po mez uspokojení základních potřeb. Když společnost začne vymýšlet nové a nové „potřeby“, jen aby je mohla plnit, překračujeme hranici absurdity. Propagovat třeba „rozvoj automobilismu“ v zemi zamořené výfuky, přelidněné, s hynoucí přírodou a prudce klesající průměrnou délkou života, jen aby automobilky vydělávaly, není již jen nezodpovědnost. Je to ekologický zločin. Potřebujeme jiný cíl než vymýšlet nadbytečné „potřeby“ (KOHÁK, 2006, s. 167).

2.2.3 Reklama a její vliv na zvyšování spotřeby

Naši předci očekávali od věcí uspokojení svých potřeb, kdežto většina z nás vidí v nakupování a hromadění věcí smysl svého života. Reklama nás neustále přesvědčuje o tom, že jsme si ještě nekoupili dost. Že máme právo na štěstí a toto právo nám zaručí ten správný nákup. Je třeba sledovat televizní reklamy, abychom si koupili to správné. Účelem reklamy je vytvořit nespokojenost a přesvědčit lidi, že životního naplnění můžeme dosáhnout pouze tehdy, když budeme mít stále víc (KOHÁK, 2006).

Úkolem reklamy, jako součásti konzumerismu, je nepřipustit, abychom si mysleli, že všechno, co potřebujeme, již máme (LIBROVÁ, 2003). Cílem reklamy je přesvědčit dnešního náročného konzumenta, kterému v podstatě nic nechybí, že existuje ještě spousta nezbytných věcí, bez kterých se nemůže obejít. Přestože dnešní člověk jí, pije a obléká se přibližně stejně jako počátkem padesátých let, došlo ke změnám technologií výroby statků i poskytování služeb, které ale také více zatěžují

životní prostředí. Výrobky bývají „jemnější“, „zářivější“, „voňavější“ a zároveň zpravidla o něco dražší. Reklama se pak snaží spotřebitele přesvědčit, že právě tyto změny potřeboval (KELLER, 1995).

Lidé touží po čemkoli novém. Toto je jev, který vřele vítají masoví výrobci a který lze díky ovlivnitelnosti mas využívat ve velkém měřítku k tučným obchodním ziskům. Schopnost zastarat, která je do zboží přímo vestavěna, je důležitým faktorem v módních trendech šatů a modelů aut (LORENZ, 2000).

Naše materiální potřeby jsou daleko prostší, než se mnozí z nás domnívají. Jsme velice ovlivňováni reklamou, která v nás vzbuzuje falešné potřeby a tím podporuje zvyšování výroby a spotřeby zboží. Dáváme přednost kvantitě před kvalitou života. Dáváme přednost spotřebě před hodnotami, jako jsou láska, přátelství, vztahy k přírodě jako celku, důvěrné vztahy s jinými lidmi, životní potřeba duchovního růstu (SESSIONS, 1996).

2.2.4 Vztah mezi spotřebou a smyslem našeho života

Ve společnosti je zakořeněný předsudek, že více znamená lépe. Že čím jsou věci dražší, tím jsou i lepší, kvalitnější. Smyslem života se tedy stává nakupování stále dražších, modernějších, výkonnějších věcí. Důvodem je také to, že lidé často posuzují ostatní podle toho, co mají, jakou značku auta vlastní. Posuzování člověka z tohoto hlediska je sice známkou povrchnosti, avšak ve společnosti hluboko zakořeněné (KOHÁK, 2001).

Hromadění hmotných předmětů dosáhlo dosud nevídaného stupně a nákupy jsou dnes běžně považovány za způsob rekreace. Zároveň však roste počet lidí, kteří pociťují prázdnotu svého života (GORE, 1994).

Pro mnohé lidi se spotřeba stala klíčem ke štěstí, z rozmaru a ze zoufalství si kladou stále větší nároky, které však Země již nemůže uspokojit. Toto jednání neohrožuje jen ekologickou stabilitu Země, ale také stabilitu sociální. Svůj nekonečný nárok nemůžeme totiž uspokojit jen z vlastních zdrojů, dochází k ochuzování druhých (KOHÁK, 2006). „Dochází k polarizaci privilegovaných a бедných, dychtivých a zoufalých“ (KOHÁK, 2006, s. 24).

Pokud by skutečně platila přímá úměra mezi množstvím dosaženého bohatství a pocitem štěstí, pak by mezi nejšťastnější lidi patřili právě ti nejbohatší. Život nás denně přesvědčuje, že tomu tak není. Někdy se zdá, že spíše opak je pravdou. Pokud věnujeme téměř veškerý svůj čas a energii na získávání a hromadění majetku, jme „ochuzeni“ o ostatní radosti života. Jednoduše proto, že na ně nezůstává čas. Mnozí lidé udělali tu zkušenost, že v okamžiku, kdy získali to, o co usilovali, o toto ztrácí zájem. Začnou pak usilovat o jinou věc a celá situace se opakuje. Jsou vlastně odsouzeni k neustálému pachtění a věčné nespokojenosti. Možná je to proto, že smysl života člověka není v tom, co má, ale v tom, co dává ostatním. Někteří k tomuto závěru dojdou dříve, jiní později. Někteří se možná nad smyslem života začnou zamýšlet až po nějaké životní tragédii. Ale jak už bylo řečeno, každý má právo se rozhodnout, jak svůj život prožije, důsledky svého jednání si pak nese sám.

„Lidé bývají nejspokojenější, když žijí s pocitem, že jejich život má smysl, má cenu, že stojí za to. Dovedou snášet smysluplné strádání daleko lépe než nesmyslný nadbytek. Mít někoho rád, o něco pečovat, něčemu se věnovat (i když je to třeba jen zahrádka nebo sbírka nálepek) je daleko uspokojivější než nechat se obsluhovat. Radost z dětí – snad to nejzákladnější v životě – nepochází z toho, co mi děti poskytují, nýbrž z toho, co poskytují jim“ (KOHÁK, 2006, s. 167).

2.3 Globální ekologická krize

2.3.1 Globální ekologická krize jako realita

Kohák (2006) uvádí, že hnutí DUHA shrnuje situaci takto: „Zemí postihla globální ekologická krize. Globálně se otepluje, jemná ozónová vrstva je vážně ohrožena, denně vyhyne několik biologických druhů, pralesů ubývá závratným tempem, ubývá i obdělátné půdy a současně se ve velkém šíří pouště, narůstá chemické znečištění půdy, vody, ovzduší, zmarňují se jedinečné zásoby neobnovitelných surovin. ...Ekologická krize...nevznikla sama od sebe; má své jasné příčiny. Na straně jedné je to celková orientace průmyslové civilizace na tzv. rozvoj vyjadřovaný jako ekonomický růst. Z povahy organizace průmyslové ekonomiky vyplývá, že nemůže růst jinak než na úkor přírody. S tím na druhé straně

korespondují dnes převládající nezodpovědné životní způsoby, jejichž charakteristickým rysem je snaha o zvyšování osobního hmotného blahobytu provázená zbytečnou nadspotřebou a otřesným plýtváním“(KOHÁK, 2006, s. 9).

Podle Librové doba, kdy bylo třeba shromažďovat doklady o existenci ekologické krize, jsou pryč. Dnes je třeba hledat řešení, jak zamezit devastaci přírody, pátrat po cestách nápravy. Čím dál větší počet vědců dochází k pokornému závěru, že jednou z možností řešení je změna hodnot a potřeb a radikální změna životního způsobu (LIBROVÁ, 1994).

Mnoho lidí uvažuje o životním prostředí pouze v měřítku lokálním či regionálním. A i navzdory rostoucímu množství důkazů o tom, že se jedná o globální problém, je jen málo lidí ochotno přemýšlet o tom, jak tento problém řešit (GORE, 1994).

Pravdou zůstává, že přírodní zdroje spotřebováváme příliš rychle. Tak rychle, že se nestačí obnovovat. Často jedinou energií, které je k obnově zapotřebí, je energie Slunce. Všechno, co na Zemi přibývá, dorůstá a obnovuje se, potřebuje svůj čas. My však máme vysoké nároky, planetu přetěžujeme, počet lidí na Zemi stále stoupá, takže se zdá, že tento stav je neúnosný (RÁZGOVÁ, 2002).

2.3.2 Vymezení pojmu ekologická stopa

Ekologická stopa je cosi jako „ekologické účetnictví“. Umožňuje porovnat a posoudit rozdílné vlivy na životní prostředí, tzn. co je z dlouhodobého hlediska pro život na Zemi únosné, neboli trvale udržitelné, a co ne (RÁZGOVÁ, 2002).

Ekologická stopa je míra vlivu, kterým člověk nebo kolektiv působí na přírodu. Je to číselný ukazatel – vztahuje konzumaci jedince nebo populace – v dimenzích jídlo, bydlení, doprava, spotřební zboží a služby – k ploše země, která poskytuje přírodní kapitál (LIBROVÁ, 2003).

Princip, že kterého vychází ekologická stopa je jednoduchý. Všechno, co člověk potřebuje k životu, musí čerpat ze zdrojů Země. Ekologická stopa nám říká, jak náročné (z ekologického hlediska), je fungování člověka, města, státu...Ekologická

stopa je plocha země, kterou člověk (město, stát atd.) ročně potřebuje k zajištění všech zdrojů a k likvidaci (pohlčení, zneškodnění) odpadů.

Ekologická stopa nám vlastně dokáže odpovědět na otázku, jestli fungování člověka (města, státu) je dlouhodobě pro planetu „únosné“, neboli trvale udržitelné. Postupem výpočtu ekologické stopy se zde nebudeme zabývat, zajímavá je však informace, že průměrný občan České republiky má ekologickou stopu přibližně dvaapůlkrát větší, než je hranice únosnosti. Přesto si mnozí obyvatelé našeho státu nemyslí, že žijí v kdovíjakém blahobytu a touží po vyšší životní úrovni. Třeba po takové, jakou mají Američané. Ovšem kdyby každý člověk na Zemi žil jako průměrný Američan, potřebovali bychom alespoň čtyři takové planety (RÁZGOVÁ, 2002).

2.3.3 Snížení hmotné spotřeby, dobrovolná skromnost, trvale udržitelný způsob života – účinné řešení ekologické situace

Většina z nás si uvědomuje, že způsob života založený na veliké spotřebě velice zatěžuje životní prostředí, a to čerpáním přírodních surovin a energie, odpady z výroby i spotřeby. Ovšem změny životního způsobu často nejsme ochotni realizovat, často se nám zdají nepohodlné a omezující (LIBROVÁ, 1994). „Každý konkrétní čin ochraňující přírodu dnes váží víc než slova“ (LIBROVÁ, 2003, s. 11).

Právě životní styl, kdy si člověk vytvoří soubor takových hodnot, které nevyžadují nadměrné zatížení Země, vede k trvalé udržitelnosti. Někteří lidé se i v dnešním konzumním světě rozhodli žít jinak než většina společnosti, rozhodli se pro „dobrovolnou skromnost“. Tito lidé regulují svou osobní spotřebu, která je většinou založena na jejich skutečných potřebách, nenechávají se ovlivňovat reklamou ani očekáváním, popř. posměšky a kritikou ostatních lidí. Lze o nich mluvit jako o lidech odpovědných, o lidech, kteří mají úctu k životu, jako o těch, kteří berou ohled na druhé. V očích mnohých se tito jedinci mohou jevit jako „podivíni“, oni mají však jistotu svého přesvědčení, což jim pomáhá překonávat různé překážky, které se mohou vyskytnout.

Pojem trvalé udržitelnosti znamená životní styl, kdy člověk nespotřebovává víc, než je Země schopna obnovit, např. spotřeba papíru v mezích přírůstku dřeva. Je to otázka hodnotové orientace, která nadměrné zatížení nevyžaduje. Hledáním trvale udržitelného způsobu života se potřebujeme zabývat proto, že jsme nesrovnatelně početnější a také náročnější než naši předchůdci (KOHÁK, 2006).

Ekologicky příznivý způsob života připouští řadu přístupů, širokou škálu radikality a důslednosti. Podstatou je malá ekologická stopa domácnosti zboží, nebo zmenšování její velikosti. Dále k ekologicky příznivému způsobu života patří např. ochota spotřebitele třídit domácí odpady, šetření energií, snaha o omezení osobní spotřeby, vysazování stromků atd. Ekologicky příznivě žili a žijí lidé, kteří jsou okolnostmi přinuceni k malé spotřebě. Ti si většinou ani neuvědomují souvislosti s osudy přírody. Snižování osobní spotřeby patří k základním krokům, které může člověk do svého způsobu života zařadit. Jde vlastně o snížení spotřeby hmotných statků, ekologicky škodlivých služeb a volnočasových aktivit (LIBROVÁ, 2003).

„Dobrovolná skromnost“ je pojem zavádějící. Jde spíše o „výběrovou náročnost“. Výběrová náročnost rozhodně není o snobismu, který je založen na představě, že záhodnější a úctyhodnější je to, co je nákladnější a náročnější. Není o hromadění majetku, ale o upřednostňování takového způsobu života, který co nejméně zatěžuje přírodu a lidskou pospolitost. Jde o to, neničit nic zbytečně. Řešením ekologické krize je skromnější lidstvo (KOHÁK, 2006). „Dobrovolná skromnost není o askezi. Je o výběrové náročnosti, o radosti ze života místo radosti z majetku. Je o antisnobismu“ (KOHÁK, 2006, s. 83). „Dobrovolná střídmost, to je především úsilí o čisté svědomí“ (KOHÁK, 2001, s. 79).

Dobrovolnou skromnost nelze zaměňovat se životem v nedostatku, s chudobou. Chudoba je opakem dobrovolné skromnosti, stává se totiž bojem o přežití a lidé si pak neuvědomují hodnoty země. Dobrovolná skromnost není také založena na heslu „Zpět k přírodě“. I lidé žijící ve městě mohou snižovat svou osobní spotřebu, která není založena na choutkách ani na očekávání druhých lidí (SHRADEROVÁ - FRECHETTEOVÁ, 1996).

Snižováním spotřební úrovně můžeme přispět k trvalé udržitelnosti. Mnozí lidé dávají rovnítko mezi spotřební úroveň a životní úroveň. Jenže spotřební úroveň a

životní úroveň nejsou zdaleka totéž. Životní úroveň je otázkou spokojenosti, která většinou se stoupající spotřební úrovni klesá. Život může být dobrý, i když není ekonomicky ani ekologicky náročný (KOHÁK, 2001).

Jak tedy můžeme minimalizovat spotřebu? Jako odpověď použijme slovo sebeomezení, nebo také luxusní sebeomezení. Luxus nám nemusí zajišťovat pouze zdroje, které přicházejí zvenčí. Rezervy si můžeme vytvořit např. tak, že umíme rozumně hospodařit, popř. získáváme-li obživu přímo, bez drahých a ekologicky nepříznivých zprostředkujících článků. Může se jednat o samozásobitelství, vlastní zpracování surovin, svépomoc. Dále pak můžeme omezovat potřeby, tzn. ne-mít, ne-cestovat, ne-kupovat. Pokud člověk věnuje mnoho peněz, energie a času aby nakupoval a přejídal se, zbude mu jich málo (LIBROVÁ, 2003).

2.3.3.1 Důvody snižování osobní spotřeby

Omezení osobní spotřeby je osobní rozhodnutí každého jedince. Je na každém z nás, pro jakou cestu se rozhodne. Nemůžeme se ohlížet na to, jak se chová většina společnosti. Za svůj život neseme odpovědnost jen my sami. Je to naše svědomí. Nenechme se odradit myšlenkou, že my „to nezachráníme“.

Mahátná Gándhí prý řekl: „Chceme-li změnit svět, musíme změnou být my sami.“ Erazim Kohák píše o postoji „V tomhle nejedu! Byť nezměním svět, odmítnu sám se podílet na zlu a přispívat k němu. Nebudu se podílet na špatnosti. Budu usilovat o osobní nevinnost“ (KOHÁK, 2006, s. 51).

Důvody a motivy k přijetí ekologicky šetrných forem života jsou různé, často individuální. Inspirace často pochází ze zážitků z dětství stráveného na venkově (v ohlédnutí za životem dědečků a babiček) a v přírodě. Svůj význam mají pravděpodobně také pobyty v přírodě, které organizují zájmové organizace, skaut, zařízení ekologické výchovy, trampové apod. (LIBROVÁ, 1994).

Dobrovolná střídmost nemá jen pozitivní dopad na životní prostředí a na život ostatních lidí a živočichů, ale může také přispívat k osobnímu rozvoji člověka. Člověk, který není závislý na hmotných věcech, jistě pociťuje daleko větší osobní svobodu, rozvíjí svou sebekázeň, zbývá mu více času na navazování a upevňování vztahů s ostatními lidmi, na službu druhým, na četbu, vzdělávání apod. Mnohdy

důvodem konzumního způsobu života, dychtění po hmotných věcech i po uznání může být duševní prázdnota, nedostatek lásky, porozumění a radosti. Lidé pak kompenzují tyto frustrace nadměrnou spotřebou. Nakupováním ovšem nelze vyřešit to, co nás trápí. Lze spíše říci, že duševní prázdnota se takto stále více prohlubuje. Východisko z této situace je třeba hledat jinde, a to ve změně hodnot.

Důvodem k omezení osobní spotřeby může být také duševní prázdnota, kterou lidé pocítují. Lidé více než materiální statky potřebují vlastní identitu, lásku, radost, uznání, společenství, motivaci... (KOHÁK, 2006).

Pokud začneme praktikovat dobrovolnou střídmost a přestaneme sami sebe a druhé poměřovat množstvím hmotných statků, které jsme schopni vlastnit nebo konzumovat a oprostíme se od tlaku stupňované potřeby, pravděpodobně se zbavíme i nežádoucích vlastností, jako jsou lakota a závist. Začneme také lépe vnímat a rozeznávat potřeby méně šťastných a budeme i častěji a účinněji podporovat lidskou solidaritu (SHADEROVÁ-FRECHETTOVÁ, 1996).

2.4 Etické spotřebitelství

V dnešní době se stále více lidí zajímá o to, jakým způsobem snižovat negativní dopad osobní spotřeby na životní prostředí. Jednou z možností je snižování osobní spotřeby. O tomto kroku je pojednáno v předcházející kapitole. Platí tedy zásada: spotřebovávat co nejméně, ale v co nejvyšší kvalitě. Do kvality se počítá i vliv na životní prostředí. Ovlivňovány jsou také životní podmínky lidí a zvířat, kterých se proces výroby a spotřeby přímo dotýká. Kromě snižování osobní spotřeby je tedy dalším krokem etické spotřebitelství. To spočívá v podpoře těch výrobců, kteří se chovají ohleduplně jak k životnímu prostředí, tak ke zvířatům a lidem.

Stále více lidí si klade otázku, jak nakupovat co nejšetrněji, neboť si uvědomují zodpovědnost za své chování a často také věří, že poptávkou po jiných výrobcích, či výrobcích jinak balených dojde i ke změně chování výrobců. Mnozí z nás také raději kupují výrobky domácí produkce, neboť doprava zboží z druhého konce světa skutečně velmi zatěžuje životní prostředí.

2.4.1 Produkty ekologických farem - biopotraviny

Protože současné intenzivní zemědělství škodí přírodě i našemu zdraví, začíná se čím dál tím více u nás i v zahraničí rozvíjet ekologické zemědělství, které je k přírodě daleko více šetrné. Nepoužívá nebezpečné chemikálie a zajišťuje důstojné podmínky chovu zvířat. Výrobky pocházející z ekologických farem jsou označovány jako biopotraviny. Díky takovéto šetrné produkci biopotraviny obsahují více důležitých živin, neobsahují zbytky pesticidů, průmyslových hnojiv a antibiotik, protože nesmějí být zvířatům přidávána do potravy. Dále je při zpracování bioproduktů zakázáno používat chemická aditiva (sladidla, umělá barviva, konzervační látky nebo syntetická ochucovadla). Je zakázáno používat takové metody, jako je ionizující ozařování nebo genetické inženýrství (ZO ČSOP VERONICA, 2008). Biopotraviny jsou tedy kvalitnější, ekologičtější a etičtější.

Ekologické zemědělství se začalo rozvíjet jako alternativa ke konvenčnímu, intenzivnímu zemědělství v souvislosti s požadavky na trvalou udržitelnost. Moderní zemědělství by tedy nemělo být pouze ekonomické, ale také ekologické. Mezi základní principy ekologického zemědělství patří:

- **Citlivý přístup ke zvířatům.** Zvířata chovaná na farmách se mohou chovat podle své přirozenosti. Mají volný přístup na pastvu, ve stájích mají dostatek prostoru a pohodlně podestláno (většinou slámou). Nejsou dopována stimulanty růstu nebo užitkovosti. Na rozdíl od zvířat chovaných intenzivním, konvenčním způsobem, která mohou být krmena antibiotiky, hormony, léky proti parazitům a jinými léčivými, kdy tyto látky pak přecházejí do jejich masa a mléka, zvířata v ekologickém zemědělství jsou krmena pouze přirozenými krmivými. A pokud onemocní, jsou léčena přirozenými léčivými, jako např. homeopaticky nebo bylinnými přípravky. Pokud je nezbytné použít antibiotika, platí pro zvířata dvojnásobná ochranná lhůta. Krávy v ekologickém zemědělství nejsou omezovány elektrickými imobilizéry (zařízení omezující pohyb zvířat). Každá kráva v ekologickém zemědělství přivádí na svět jedno tele, není zde ovšem povoleno umělé oplodnění. Telata pijí pouze mateřské mléko, nejsou krmena sušeným mlékem jako v konvenčních velkochovech. Prasatům je

zakázáno kupírovat ocásky. Slepice mají větší výběh, který je přesouván tak, aby zůstal stále zelený. Chovají se pomaleji rostoucí plemena kuřat a díky tomu jejich kosti mohou dostatečně zesílit. Při transportu zvířat se omezují negativní dopady. Pro tento přístup v zacházení se zvířaty se používá název „welfare“ – pohoda zvířat.

- **Prevence a biologická ochrana namísto používání chemických látek.** S ohledem na kvalitu potravin a životního prostředí je zakázáno používat chemické látky, jako jsou rozpustná minerální hnojiva nebo syntetické pesticidy. Ty totiž zabíjejí živé organismy. Hnojí se zeleným hnojením a stájovými hnojivy. Místo pesticidů se využívají preventivní metody a biologická ochrana rostlin.
- **Ochrana kvality půd a biodiverzity** (rozmanitosti rostlinných a živočišných druhů). Střídáním plodin a pěstováním starých zapomenutých odrůd, ochranou mezí a remízků napomáhá ekologické zemědělství vrátit do krajiny již téměř vymizelé druhy rostlin a živočichů. Na místech, kde se hospodaří tímto způsobem, se rozšiřuje druhová pestrost ptáků, motýlů a rostlin.
- **Zásadní odmítnutí GMO (geneticky modifikovaných organismů).** Genetické modifikace potravin využívá konvenční zemědělství ke zvýšení produkce. Ekologické zemědělství využívá přírodních postupů a principů, založených na úctě k životu a k živým bytostem. Ekozemědělci se řídí i principem předběžné opatrnosti.
- **Produkce kvalitních potravin a krmiv.** Jedná se o takový způsob hospodaření, který je založen na zkušenostech našich předků a bere v úvahu přirozené koloběhy a závislosti (např. produkce vlastních krmiv na farmě).
- **Bezpečná zemědělská výroba.** V konvenčním zemědělství může docházet k poškození zdraví pracovníků díky, neboť opakovaně přicházejí do styku s toxickými pesticidy. V ekologickém zemědělství toto riziko nevzniká.

- **Nižší závislost na obnovitelných zdrojích.** Jelikož ekologické zemědělství využívá tradiční metody pěstování (mechanická kultivace, zelené hnojení, princip přirozené obnovy půdní úrodnosti) a místní výrobky často přicházejí na místní trh, dochází k minimalizaci používání neobnovitelných zdrojů. Pozitivem je nižší energetická náročnost, neboť výroba pesticidů a hnojiv a jejich přeprava je energeticky náročná.
- **Podpora, tzv. čisté ekonomiky.** U konvenčního zemědělství platíme z daní škody na řekách znečištěných hnojivy, výzkumy a testy na BSE, vyvíjení nových typů pesticidů, likvidaci nebezpečných odpadů, důsledky znečištění životního prostředí. To u ekologického zemědělství odpadá. Biopotraviny tedy ve skutečnosti dražší nejsou.
- **Vysoké standardy.** Ekologičtí farmáři a výrobci biopotravin jsou minimálně jedenkrát ročně důkladně kontrolováni.
- **Ekologické zemědělství pamatuje na budoucí generace.** Ekologické zemědělství naplňuje podstatu trvale udržitelného rozvoje. Takového, který je udržitelný i v dlouhodobém časovém horizontu. Používání biopotravin má velký význam na zdraví našich dětí (TICHÁ, 2008).

Někteří lidé se domnívají, že cena biopotravin je příliš vysoká a nemohou si jejich nakupování dovolit. Pravdou je, že v ekologickém zemědělství se nic neurychluje, rostliny i zvířata rostou déle. Ekologičtí zemědělci mají také nižší výnosy a výrazně větší podíl ruční práce. Také náklady spojené s certifikací bio jsou poměrně vysoké a ekozemědělec si je hradí sám. Cesta od producenta ke spotřebiteli se stále prodlužuje. To vše se samozřejmě odrazí v ceně biopotravin. Biopotraviny nesmí být chemicky konzervovány, mají proto kratší záruční dobu a tudíž vyšší cenu než potraviny s uměle prodlužovanou trvanlivostí (ZO ČSOP VERONICA, 2008).

Spotřebitelé by měli být lépe informováni o skutečné hodnotě biopotravin. Jejich hodnota je totiž spojená s multifunkční úlohou tohoto druhu hospodaření. Konvenční potraviny jsou levnější, neboť do jejich ceny nejsou započítány náklady na odstraňování znečištění, na vyčištění vod apod. Ty spotřebitel platí na jiném místě.

Ekologičtí zemědělci poskytují dodatečné služby jako je péče o krajinu, ekologie, udržení života na venkově. Toto vše se promítá do konečné ceny potravin. Veřejnosti tyto přínosy ekologického zemědělství však nejsou dostatečně známy v důsledku nedostatečné výchovy k takovému životnímu stylu, který uznává potřeby trvale udržitelného života (TICHÁ, 2008).

Je třeba si uvědomit, že naším problémem není nedostatek potravy, ale potrava nevyvážená, nutričně nevhodná a sklony k přejídání. Často jíme mnoho sladkých a tučných potravin. Kdybychom tedy kupovali menší množství jídla a pouze základní potraviny, mohli bychom jíst téměř vše v biokvalitě za stejný obnos peněz, který vydáme v hypermarketech při „výhodných“ nákupech (ZO ČSOP VERONICA, 2008).

2.4.1.1 Sortiment biopotravin a možnosti jejich nákupu

Poptávka po biopotravinách rok od roku roste. Bohužel počet českých ekologických zemědělců je stále nízký a nemohou tudíž tuto poptávku uspokojit. V současné době chybí také zpracovatelé, a proto se k nám mnoho biopotravin dováží. Jedná se především o exotické potraviny, které u nás získat nemůžeme (káva, kakao, čaj, kokos atd.), ale také o obilniny, maso, mléčné výrobky a různé zpracované biopotraviny, jako tuky, oleje, sladidla, cukrovinky, pomazánky, omáčky, džemy, ovocné šťávy a nápoje. Dovoz potravin z velké vzdálenosti je ovšem ekologicky náročnější, proto je dobré u biopotravin zohledňovat i místo původu a podporovat místní a české ekologické zemědělce a výrobce.

Sortiment biopotravin se stále rozšiřuje. V současné době můžeme v biokvalitě koupit téměř cokoli. Tedy nejen potraviny pro vegetariány, jak často bývá značka BIO veřejností vnímána. Kromě obilovin, luštěnin, ovoce, zeleniny, můžeme koupit také máslo, mléko, sýry, maso, ale také pochutiny jako kečup, chipsy, čokoládu atd.

Biopotraviny můžeme nakupovat ve specializovaných prodejnách. Nejedná se jen o prodejny se zdravou výživou, ale v poslední době vznikají také přímo prodejny s názvem Biopotraviny. Počet takovýchto prodejen stále roste, rozhodně ale není dostačující. Biopotraviny se objevují také v supermarketech. Dříve se jednalo převážně o suché biopotraviny, v současné době je sortiment daleko větší. Záleží na

rozhodnutí každého z nás, kde biopotraviny nakoupí. Mnozí lidé volí cestu dobrovolné skromnosti a etického spotřebitelství raději podpoří a upřednostní menší soukromé obchody s potravinami.

Jedním z nejlepších řešení nákupu biopotravin je tzv. přímý či polopřímý prodej biopotravin. Tento způsob nákupu je šetrný jak k životnímu prostředí, tak k naší peněženke. Ovšem ekofarem, kde si můžeme koupit potraviny přímo od výrobce, je u nás ještě velice málo a ne každý je má poblíž svého domova. Možným řešením, jak poznat ekozemědělce zblízka je navštívit nějakou bioakci, jako jsou různé biojarmarky, biodožínky, výstavy a veletrhy. Některé tyto akce mají již několikaletou tradici.

Další z možností, jak nakoupit biopotraviny, je stát se členem tzv. bioklubu. Biokluby mohou být jak formální, tak zcela neformální. V České republice jich funguje již několik. Pokud v místě našeho bydliště žádný nefunguje, není problém založit s přáteli a zájemci nový. Princip fungování je jednoduchý. Zemědělec pravidelně přiváží na smluvené místo své výrobky, popř. výrobky sousedních farmářů. Zájemci si pak ve smluvený čas mohou nakoupit. Často si lidé předem objednávat přesně to, co chtějí v požadovaném množství.

Pro obyvatelé malých obcí, kde nejsou biopotraviny dostupné, je výhodný prodej přes internet. Dnes již existuje několik internetových obchodů specializovaných na biopotraviny (ZO ČSOP VERONICA, 2008).

2.4.2 Fair Trade – spravedlivý obchod

Fair Trade, do češtiny překládaný jako spravedlivý obchod, je způsob obchodování, který podporuje malé výrobce a zaměstnance v chudých zemích světa. Fair Trade je založen na principech, které mají zemědělcům a řemeslníkům z chudých zemí i jejich rodinám zajistit důstojný život. Mezi tyto principy patří zamezení zneužívání dětí při práci, dodržování základních zdravotních a sociálních podmínek, vyloučení zbytečných obchodních prostředníků, kteří si nechávají podstatnou část výtěžku výrobců, dodržování šetrných postupů v zemědělství i ve výrobě a vyloučení geneticky modifikovaných surovin.

Cena, která se výrobcům za výrobky platí, je stanovena smluvně a pokrývá náklady na výrobu a živobytí a také umožňuje další investice do zkvalitňování výroby, zpracovatelských zařízení, zvyšování odborných kapacit atd. Je stanovena minimální výkupní cena, ke které se ještě připočítává příplatek – tzv. sociální prémie. Ta se nevyplácí jednotlivým pěstitelům, ale putuje do společného fondu firmy nebo družstva. Z této částky se pak, na základě rozhodnutí členů družstva, financují různé sociálně a environmentálně orientované projekty v místě.

Česká republika patří mezi čtvrtinu nejbohatších států světa! Mnozí z nás si ani nedovedou představit životní podmínky lidí v zemích, které jsou na konci tohoto pomyslného žebříčku. Chybí přístup k zdravotně nezávadné vodě, k odborné lékařské péči, ke vzdělání. Možnost získání pracovní příležitosti je minimální a ty, které se nabízejí, jsou velice špatně placené. Na péči o ochranu životního prostředí již nezůstávají prostředky. Mnohdy jedinou prioritou lidí je zajistit holé přežití. V řadě těchto zemí vznikají produkty, bez nichž se už snad ani neumíme obejít, jako např. káva, kakao, čaj, banány, rýže, koření, bavlna atd. Například produkce banánů je známá nebezpečnými pracovními podmínkami, nadměrným užíváním pesticidů, které vážně ohrožuje zdraví pěstitelů i přírodní zdroje. Pěstování konvenčního kakaa je spojeno s využíváním dětské a nucené práce, neboť pěstitelé za něj dostávají velice nízkou cenu. Tak bychom mohli pokračovat dále.

Mnozí lidé v naší republice nejsou ochotni zaplatit za výrobky z Fair Trade vyšší cenu. Je ale třeba přemýšlet o ceně výrobků. Není možné si přece myslet, že mohu výrobky z rozvojových zemí nakoupit za tak nízkou cenu, jakou nám v obchodech nabízejí, aniž by nešly ohledy na životní prostředí a podmínky pro dělníky a dělnice stranou. Pokud chceme mít jistotu, že se na výrobě výrobku, který kupujeme, nepodílely děti a že pracovníci za svou práci dostali řádně zapláceno, kupujeme výrobky s logem FAIRTRADE. Méně někdy znamená více (ZO ČSOP VERONICA, 2008).

Fair Trade výrobky lze koupit ve specializovaných Fair Trade obchůdcích, v prodejnách biopotravin, zdravých výživách, ale i v některých konvenčních obchodech a řetězcích. Záleží pak na každém z nás, kterého prodejce chceme svým nákupem podpořit.

2.4.3 Alternativa k běžnému způsobu stravování - vegetariánství

Stravovací návyky vegetariánů jsou různé. Vegetariáni jsou lidé, kteří nejedí maso (včetně ryb a drůbeže). Laktoovovegetariáni z živočišných produktů jedí vejce a mléčné výrobky, laktovegetariáni pak jen mléčné výrobky. Vegani, neboli striktní vegetariáni, nejedí žádné živočišné produkty včetně mléka a vajec, neboť i produkce těchto potravin bývá spojena s utrpením zvířat. Například produkce vajec v konvenčním zemědělství přináší mnoho utrpení. Nejsou uspokojeny základní etologické potřeby ptáků. Málokdo si také uvědomuje, že aby kráva dávala mléko, musí být nejprve uměle oplodněna a mládě je jí brzy po porodu odebráno.

Mnoho lidí se stává vegetariány z důvodů zdravotních, kdy motivem jsou získané informace o škodlivosti tuků a živočišných potravin a celková prospěšnost omezení spotřeby potravy. Méně častá pak bývá motivace ekologická, kdy celková spotřeba jídla neklade nároky na intenzivní zemědělské hospodaření v krajině. Produkce krmiv pro jatečný dobytek totiž představuje ekologicky nepříznivou zátěž pro zemědělskou krajinu. Díky dobrému přístupu k informacím se stále častěji setkáváme s motivací etickou (LIBROVÁ, 1994).

Vegetariánství není jen problém praktický, ale také problém filosofický. Mnoho filosofů, básníků, mystiků v dějinách lidstva se odmítali podílet na zlu, proto odcházeli do poustev a klášterů, neboť chtěli žít s čistým svědomím. Vedla je k tomu touha po nevinosti, nemuset zabíjet ani pro potravu. Tato touha je stará jako lidstvo. Staří Řekové si představovali zlatý věk jako vegetariánský. Také biblická představa ráje je vegetariánská. Adam a Eva se v ráji živili pouze ovocem.

Zatímco v Indii je přibližně osmdesát procent vegetariánů, v Evropě vegetariánství dodnes nepředstavuje příliš rozšířené hnutí. Přesto má svůj význam, neboť zachovává v našem povědomí lidskou touhu nepodílet se na zlu, nenechá nás zabíjet s čistým svědomím. Pravděpodobně právě proto mnoho lidí reaguje na vegetariány podrážděně. Proč ostatním lidem vadí jejich odlišnost? Možná pochybují o svém způsobu stravování, nejsou si jisti sami sebou. „Čím méně si je člověk jistý sám sebou, tím obtížněji snáší odlišnost.“ Nejběžnější argumentem proti vegetariánství bývá námitka, že já sám nic nezměním, když většina jde proti. „Jenže oni všichni sestává ze samých já sám“. Pokud se nepřipojíme k většině, přispíváme

ke změně postoje. Zpochybňujeme tak samozřejmost masité stravy. Lidé se třeba alespoň zamyslí. Máme svobodu volby. Svou stravu můžeme volit s ohledem na druhé. Nemusíme způsobovat bolest a utrpení. To není málo. „Nikdo nedělá větší chybu než ten, kdo nedělá nic jen proto, že může udělat jen málo“ (KOHÁK, 2006).

Lidé se často považují za „vyšší“ bytosti. Jenže to nás neopravňuje k tomu, abychom se ke zvířatům chovali krutě. Máme jiné potřeby než zvířata. Žádný z rozdílů mezi člověkem a jeho mimolidskými bližními však neospravedlňuje nadřazenost a diskriminaci. Máme sice různé potřeby, avšak stejné právo na jejich naplnění. Kohák píše, že podle Singera schopnost trpět, cítit bolest, ztrátu je dostatečným důvodem pro ohleduplnost. Každá živá bytost se snaží vyhnout záhubě a utrpení. Měli bychom být vychováváni k soucitu a k přemýšlení, neboť mnoho zbytečné, nesmyslné krutosti pramení ze sobectví (KOHÁK, 2006).

V poslední době jsou zemědělci pod stále větším ekonomickým tlakem, aby produkovali stále levnější potraviny. To se pak negativně odráží na kvalitě potravin a zhoršují se i životní podmínky hospodářských zvířat. Spotřebitelé většinou vyhledávají nejlevnější výrobky bez ohledu na to, jakým způsobem byly vyprodukovány. Nízké ceny jsou pak vykoupeny utrpením zvířat, která jsou krmena nekvalitními krmivy a chována v nevyhovujících podmínkách. Zvířata, jejichž maso či vejce bývají v obchodech nejlevnější, často trpí nejvíce. Jsou to zejména brojleři, nosnice a prasata (ŠARAPATKA, URBAN A KOL., 2005).

Také přeprava, často na velké vzdálenosti, způsobuje zvířatům nesmírné utrpení. „Už v roce 1993 Evropská komise uznala vážnost situace. V závěru její zprávy je uvedeno: *Transport na dlouhé vzdálenosti v přeplněných nákladních autech, zároveň s dehydratací a hladověním, vede k velmi špatnému welfare a často k vysoké mortalitě.* Od té doby se však bohužel nic nezměnilo“ (ZO ČSOP SPOLEČNOST PRO ZVÍŘATA, 2002).

Kladné vlivy vegetariánství podle České společnosti pro výživu a vegetariánství:

- Vegetariánství přispívá ke snížení agresivity u jednotlivců i celé společnosti, především svojí filosofií nenásilí a neublížování a tím, že z humánní výživy vylučuje maso, jehož opatřování a konzumace k agresivitě přispívá.
- Vegetariánství jako způsob výživy přispívá k zdravotní prevenci neinfekčních chorob hromadného výskytu (např. rakovina, srdečně cévní choroby, obezita, cukrovka)
- Vegetariánství přispívá k ochraně životního prostředí, především povrchových a podzemních vod, které jsou znečišťovány zředěnými exkrementy z velkochovu zvířat všech druhů.
- Vegetariánství přispívá k ochraně půdy a potravinového řetězce tím, že nejsou znečišťovány chemickými hnojivami a biocidními látkami, užívanými pro dosažení rostlinné nadprodukce, která je potřebná k zajištění krmiv pro jatečná zvířata.
- Vegetariánství přispívá ke snížení spotřeby elektrické energie, která je spotřebovávána při výrobě produktů živočišného původu.
- Vegetariánství přispívá ke snížení utrpení zvířat způsobeného nepřirozeností jejich chovu a velkozabíjení, které násobí a prodlužuje zážitek strachu ze smrti.
- Vegetariánství přispívá k rozvíjení mravních hodnot, především úcty k životu a neublížování bezbranným (ČESKÁ SPOLEČNOST PRO VÝŽIVU A VEGETARIÁNSTVÍ, 2004).

Je třeba si uvědomit, že i zvířata cítí strach a bolest, že výroba masa přináší násilí, na kterém se jeho spotřebou nemusíme podílet. Kdykoli tedy zasedáme k jídlu, máme možnost volby.

2.4.4 Péče o tělo – kosmetika

Velká většina kosmetiky nebo i jednotlivé chemické látky v ní obsažené, jsou výrobci či specializovanými společnostmi testovány na zvířatech. Ta v laboratořích prožijí krátký život plný bolesti a utrpení. Z etologického hlediska nebývají zajištěny jejich základní potřeby.

V současné době mohou výrobci vybírat z velkého množství alternativ k testům na zvířatech, neboť nutnost testovat finální výrobek je uložena pouze v některých státech. Pokud jsou jednotlivé ingredience chemického původu, podle legislativy většiny států musí testováním projít téměř vždy. V pokusech bývá ověřována toxicita výrobků, dlouhodobé působení, snášenlivost pro kůži a sliznici. Tisíce zvířat jsou tak vystaveni dlouhodobé intenzivní bolesti. Po tomto utrpení následuje smrt. Výrobky, kterými si denně zpříjemňujeme život, jako jsou mýdla, šampony, krémy, rtěnky, řasenky, oční stíny, spreje a další, tak způsobují zvířatům nesmírné utrpení. Doporučujeme proto užívání přírodní kosmetiky, která obsahuje jen minimální množství chemických ingrediencí a nemusí se ze zákona testovat (Z LETÁKU SVOBODA ZVÍŘAT).

Při testování toxicity zvířata trpí jen proto, aby výrobce mohl zvýšit zisk o pár haléřů, tedy ne pro ono otřepané „dobro lidstva“. U testování toxicity je snad nejnámější příklad kapání šamponu do očí spoutaných králíků, abychom zjistili, zda daný výrobek nebude štípat do očí. Tato aplikace se opakuje, dokud králik neoslepne. Tento přístup je naprosto nesmyslný, neboť často jde o testování výrobků již testovaných, např. dovážených z Německa, kde jsou normy ještě tvrdší než u nás (KOHÁK, 2006).

Kohák píše, že k oprávněnosti provádění pokusů na zvířatech Singer navrhuje test. Je třeba si položit několik otázek. Je pokus tak důležitý, že bychom ho byli ochotni provést na lidech? Byli bychom tento pokus ochotni provádět na dítěti? Pokud ne, nemáme jej právo provádět ani na zvířeti. A pokud ano, člověk může dát informovaný souhlas, kdežto zvíře je vždy obětí. Ale i kdyby dal člověk svůj souhlas, zač by stál život vykoupený za tak strašlivou cenu? Chtěli bychom pak vůbec ještě žít? Mohli bychom žít sami se sebou a se svým svědomím? Odpověď zní NE.

Nemůžeme se stát součástí tohoto hrůzného mechanismu, který hledá zisk za cenu krutosti (KOHÁK, 2006).

„Odmítejte kupovat kosmetiku zkoušenou na zvířatech, domáhejme se jiných pokusných postupů, protestujme, prostě zaujíme abolicionistický postoj: V tom nejedu!“ (KOHÁK, 2006, s. 49).

Kdo se nechce podílet na utrpení zvířat využívaných v testování kosmetiky, má možnost kupovat biokosmetiku kontrolovaného ekologického zemědělství (v případě potřeby i dekorační kosmetiku), kde ani finální výrobek ani jeho jednotlivé části nejsou testovány na zvířatech a kde jsou využívány alternativní metody testování. Výroba této kosmetiky je šetrná i k životnímu prostředí, neboť je vyrobena pouze z přírodních složek, neobsahuje ropné produkty, barviva, konzervační látky, syntetické parfémy.

3 PRAKTICKÁ ČÁST

3.1 Cíl práce

Cílem mé bakalářské práce je vytvoření přehledu certifikátů, kterými je zboží označeno, a který spotřebiteli umožní lepší orientaci v široké nabídce výrobků a potravin. Tento přehled by měl pomoci lidem vybírat a podporovat ty výrobce a obchodníky, kteří se chovají ohleduplně jak k životnímu prostředí, tak ke zvířatům i lidem. Měl by jim také pomoci vybírat výrobky a potraviny s ohledem na jejich zdraví.

Dále bych chtěla provést orientační průzkum v místě svého bydliště a zjistit, zda v Praze fungují ekologická centra, popřípadě informační střediska, ve kterých mohou zájemci o danou problematiku získat podrobnější informace, popř. odpovědi na své další otázky; kde mohou získat informace o různých akcích, besedách, přednáškách, ekologických výukových programech apod.

3.2 Úkoly práce

Z uvedených cílů práce vyplývají následující úkoly:

- Shromáždění a třídění informací sloužících jako podklad pro vypracování seznamu certifikátů, kterými bývá zboží označeno.
- Sebrané certifikáty rozdělit do skupin pro lepší orientaci spotřebitelů.
- Zahájení orientačního průzkumu v místě svého bydliště.
- Komparace nabízených služeb ekocenter a informačních středisek.
- Vytvoření didaktického materiálu pro studenty výchovy ke zdraví a ostatní zájemce o danou problematiku.
- Vyhodnocení a stanovení závěrů.

3.3 Odborné otázky

Na základě vymezení cíle své bakalářské práce jsem si stanovila pro svou práci následující odborné otázky:

1. Jsou v Praze v provozu informační střediska, kde lidé mohou získat více informací? Je kvalita, rozsah a dostupnost poskytovaných služeb na dobré úrovni?
2. Je značení výrobků a potravin přehledné a srozumitelné? Je třeba spotřebitelům zprostředkovat podrobnější informace, aby se lépe orientovali v široké nabídce výrobků a potravin?

4 METODOLOGIE

4.1 Metody práce

Při sestavování bakalářské práce byly použity tyto metody:

- obsahová analýza a syntéza textů
- metoda komparativní (srovnávací)
- kvalitativní rozhovor (řízený rozhovor, polostrukturovaný)

V teoretické části jsem pro systematické třídění nashromážděných údajů použila metodu analýzy a syntézy. Tuto metodu jsem použila také v praktické části při shromažďování a třídění certifikátů.

V praktické části jsem při kontaktu s pracovníky ekocenter využila metodu kvalitativního rozhovoru. Šlo o řízený rozhovor, polostrukturovaný, kdy záměr a cíl rozhovoru je pevně stanoven, interviewující má předem připravený seznam otázek, neboť je nezbytné se dotknout všech předem stanovených oblastí. Způsob a forma odpovědí na tyto otázky zůstává víceméně volná. Tento způsob rozhovoru zohledňuje jednotlivé rozdíly a změny situace.

4.2 Organizace praktického šetření

Pro srovnání nabízených služeb informačních středisek bylo nutné tato střediska osobně navštívit. Vybírala jsem pouze taková informační centra, která mohou klienti navštívit osobně a která poskytují informace nebo i další služby (např. akce pro veřejnost, organizace exkurzí, vzdělávání pedagogů, výukové programy pro školy, publikační činnost atd.) týkající se etického spotřebitelství. Předem jsem si připravila několik otázek pro kompetentní pracovníky těchto center. Pořadí otázek jsem pak volila podle situace. Na začátku dotazování jsem si zajistila souhlas se záznamem. Odpovědi jsem zaznamenávala písemně.

Aby mohl být vypracován seznam certifikátů, kterými bývají různé druhy zboží označeny, bylo nutno zjistit, které z nich výrobci, distributoři a prodejci na svých výrobcích nejvíce používají. Zjišťovala jsem také, zda-li značení výrobků je

dostatečné a přehledné. Vzhledem k tomu, že se o tuto problematiku zajímám již delší dobu, přehled o nejčastěji používaných certifikátech jsem již měla. Tento seznam bylo však nutné ještě doplnit. Navštívila jsem informační centrum PRO-BIO LIGY, kde jsem obdržela letáky týkající se této problematiky a získala užitečné odkazy na webové stránky, kde jsem našla další informace. Pro přehlednost jsem pak vybrané certifikáty roztřídila do pěti skupin. To podle mého názoru napomůže spotřebiteli k ještě lepší a rychlejší orientaci. Do přehledu jsem zařadila pouze certifikáty, kterými jsou označeny potraviny, biopotraviny, výrobky „Spravedlivého obchodu“ a kosmetické výrobky a se kterými se spotřebitel může setkat v České republice, případně v sousedních zemích (např. Německu, Rakousku). Nejedná se pouze o výrobky, které byly vyrobeny v České republice, ale také o výrobky dovážené ze zahraničí. Ve většině členských zemí Evropské unie existuje pro biopotraviny specifické značení. V seznamu jsem tedy uvedla i výrobky označené certifikáty ze zemí Evropské unie, se kterými se můžeme v našich obchodech nejčastěji setkat.

5 VÝSLEDKY A DISKUZE

Cílem mé bakalářské práce bylo zhodnotit kvalitu, rozsah a dostupnost služeb poskytovaných informačními centry. Dále pak zjistit, která loga distributoři, výrobci a prodejci nejčastěji používají a zda-li je značení výrobků viditelné a přehledné. Na základě získaných informací pak vytvořit přehled certifikátů, kterými je zboží označeno a který spotřebiteli umožní lepší orientaci v široké nabídce výrobků a potravin.

Vyslovila jsem dvě výzkumné otázky:

1. Jsou v Praze v provozu informační střediska, kde lidé mohou získat více informací? Je kvalita, rozsah a dostupnost poskytovaných služeb na dobré úrovni?
2. Je značení výrobků a potravin přehledné a srozumitelné? Je třeba spotřebitelům zprostředkovat podrobnější informace, aby se lépe orientovali v široké nabídce výrobků a potravin?

5.1 Vyhodnocení služeb informačních středisek

První otázka praktické části se týkala informačních středisek v Praze. Zaměřila jsem se na střediska, kam může spotřebitel dojít osobně a která se zabývají výše uvedenou problematikou. V Praze zájemci o problematiku etického spotřebitelství mohou navštívit dvě ekoporadny – PRO-BIO LIGU ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství a Ekoporadnu Toulcův dvůr.

Při návštěvě těchto dvou center jsem použila metodu řízeného rozhovoru, polostrukturovaného, kdy jsem si připravila několik základních otázek, jejich pořadí jsem pak volila podle situace, další otázky pak vyplynuly v průběhu rozhovoru.

Otázka č. 1: Jaká je otvírací doba ekoporadny (informačního centra).

Otázka č. 2: Jaká je cílová skupina, na kterou je činnost ekoporadny (informačního centra) zaměřena.

Otázka č. 3: Jaká je možnost kontaktu mezi pracovníky ekoporadny (informačního centra) a občany.

Otázka č. 4: Jaká jsou oblasti, kterými se ekoporadna (informační centrum) zabývá.

Infocentrum PRO-BIO LIGY ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství

Pracovník podávající informace: Valoška Jan

Otvírací doba: Po – Pá 9.00 – 16. 00

Cílová skupina: široká veřejnost

Možnost kontaktu:

- telefonicky (272 660 501)
- písemné dotazy (info@biospotrebitel.cz)
- osobně (Toulcův dvůr, Kubatova 1/32, 102 00 Praha 10 – Hostivař)

Oblasti, kterými se infocentrum PRO-BIO LIGY zabývá: biopotraviny, ekologické zemědělství, ekologicky šetrná domácnost

Ostatní získané informace: PRO-BIO LIGA je nezávislé občanské sdružení. Od roku 2002 je posláním tohoto sdružení informovat a chránit spotřebitele potravin, přispívat k celoživotnímu vzdělávání a zvyšovat všeobecné povědomí o ekologickém zemědělství, biopotravínách, ekologicky šetrném chování a udržitelném rozvoji. PRO-BIO LIGA se zaměřuje na poskytování objektivních, podložených a přesných informací o ekologickém zemědělství, biopotravínách a environmentálně šetrném chování. Osvětová činnost organizace je založena především na zvyšování znalostí a vědomostí občanů o širokých důsledcích vlastního spotřebitelského chování na životní prostředí a o způsobech minimalizace negativních dopadů tohoto chování.

Hlavní aktivity organizace:

- Informačně poradenské centrum o biopotravinách, ekologickém zemědělství a ekologicky šetrném životním stylu, včetně knihovny s 1000 knižních titulů.
- www.biospotřebitel.cz o dění v biosvětě, s virtuální ekoporadnou a infolinkou.
- Publikační činnost – vydávání publikací, letáků, bulletinu a informačních materiálů o biopotravinách a ekologickém zemědělství pro širokou spotřebitelskou veřejnost včetně dětí a spolupráce s médii.
- Organizace exkurzí, brigád a pracovních - poznávacích výletů na ekofarmy.
- Osvětově-vzdělávací projekt pro mateřské a základní školy, včetně zavádění biopotravin do školního stravování (www.biopotravinydoskol.cz)
- „Odběrové místo spotřebitelského klubu“, tzv. prodloužená ruka ekofarem ve městě – způsob přímého prodeje a zprostředkování kontaktu mezi producenty a spotřebiteli.
- Pravidelný srovnávací test cen biopotravin a konvenčních potravin monitoring nabídky.
- Spotřebitelská soutěž o nejoblíbenější českou biopotravinu roku www.ceskebio.cz.

Ekoporadna Toulcův dvůr

Pracovník podávající informace: Jitka Rajdlová

Otevírací doba: Út – Čt 14.00 – 17.00

Cílová skupina: široká veřejnost

Možnost kontaktu:

- telefonicky (271 750 548)
- písemné dotazy (ekoporadna@toulcuvdvur.cz)
- osobně (Toulcův dvůr, budova Zámeček, Kubatova 1/32, 102 00 Praha 10 – Hostivař)

Zaměření ekoporadny: na domácí ekologii, zdravý životní styl (např. zdravá výživa, třídění odpadu, kompostování). Pokud zájemci potřebují radu z jiné oblasti, pracovníci ekoporadny jsou schopni poradit kontakt na odborníky.

Další nabízené služby: poskytování informačních letáků, tvorba ekologických programů pro školy, programy pro vzdělávání pedagogů – semináře. Na <http://www.toulcuvdvur.cz/knihovna.asp> je kompletní seznam publikací, které je možné zapůjčit si v knihovně ekoporadny.

Ostatní získané informace: Tato ekoporadna je součástí Střediska ekologické výchovy hlavního města Prahy a nachází se v Praze – Hostivaři. Toto středisko bylo budováno od roku 1994. Za jeho správu a rozvoj zodpovídá Zájmové sdružení Toulcův dvůr. Členy tohoto zájmového sdružení jsou Základní člunek Hnutí Brontosaurus Botič, Sdružení SRAZ – svazu ochránců přírody, Mateřská škola Semínko o. p. s. a 4. základní organizace Českého svazu ochránců přírody. Díky těmto organizacím byl v Toulcově dvoře vybudován ekologicko výchovný areál, který slouží pro praktickou aplikaci ekologické výchovy a zvyšování ekologické informovanosti. Na osmi hektarech plochy se nachází komplex památkově chráněných budov (gotický špýchar, barokní stáje), přírodně zajímavá společenstva (mokřad, lužní les, skalní výchoz, javorový les, květnatá louka) a zelené plochy obhospodařované člověkem (sad, pole, ekozahrada, školka lesních dřevin). Součástí

areálu je hospodářský dvůr s huculskými koňmi, ovce, kozami a dalšími domácími zvířaty. Areál je přístupný veřejnosti každý den od 8.00 do 18.00.

Základní článek Hnutí Brontosaurus Botič připravuje mnoho akcí pro volný čas dětí a rodin. Účastníci těchto akcí se tak mohou pobavit, poučit, odpočinout či inspirovat.

5.1.1 Srovnání kvality a rozsahu poskytovaných služeb

Celkový dojem z návštěvy Informačního centra PRO-BIO LIGY je velice kladný. Pan Valoška i jeho kolegyně byli velice ochotní zodpovědět moje otázky. V knihovně poradny mi pak pomohli zorientovat se a vybrat publikace, které se týkaly etického spotřebitelství, ekologického zemědělství a férového obchodu. Tyto publikace jsem si mohla zapůjčit. Výpůjční doba je jeden měsíc. Zájemci zaplatí zálohu (tu stanoví pracovník informačního centra na základě hodnoty vypůjčených publikací), kterou po vrácení knih dostanou zpět. Zdarma jsem obdržela i několik informačních letáků. Při loučení mi pak ještě nabídli v případě potřeby možnost dodatečného kontaktu. Bylo znát, že oba pracovníci tohoto informačního centra mají dostatek odborných znalostí a jsou schopni případnému zájemci poradit, popř. ho odkázat na příslušné internetové zdroje.

Z návštěvy Ekoporadny Toulcův dvůr mám také velice kladný dojem. Přesto, že jsem přišla mimo provozní dobu, odpovědná pracovnice - slečna Rajdlová - mi velice ochotně zodpověděla všechny mé dotazy a nabídla mi, že v případě potřeby se na ní mohu kdykoli obrátit. Také v tomto případě jsem na základě této osobní zkušenosti přesvědčená, že pracovnice ekoporadny má dostatek odborných znalostí a případnému zájemci je schopna poradit, popř. poskytnout kontakt na odborníky.

Srovnávání nabízených služeb obou středisek není z hlediska objektivitě možné, neboť každé z nich se zaměřuje na jinou oblast etického spotřebitelství. Zatímco Informační středisko PRO-BIO LIGY se orientuje především na ekologické zemědělství, biopotraviny a ekologicky šetrnou domácnost, Ekoporadna Toulcův dvůr se zaměřuje v první řadě na domácí ekologii, třídění odpadů, kompostování a především na tvorbu ekologických programů a vzdělávání pedagogů v této oblasti. Obě centra se tak v nabídce svých služeb doplňují. Tato různorodost je jistě ku prospěchu všech zájemců o rozšiřování stávajících a získávání nových informací.

5.2 Vyhodnocení značení výrobků a potravin

Na základě provedeného průzkumu musím konstatovat, že na trhu dnes existuje celá řada certifikátů, umožňujících spotřebitelům lepší orientaci v široké nabídce výrobků a potravin. Značení výrobků je přehledné, loga na výrobcích jsou umístěna na viditelných místech, často barevná, dobře čitelná. Je nutno ovšem podotknout, že toto tvrzení se týká pouze spotřebitelů, kteří se o danou problematiku dlouhodoběji zajímají. Pro začínající zájemce by mohla být orientace v dané problematice problémem, zvláště v případě, kdy obdrží nedostatečné či zkreslující informace.

V dnešní době se právě prodej biopotravin stává mnohdy velkým byznysem. Pro tyto potraviny dnes už nemusíme chodit pouze do specializovaných prodejen se zdravou výživou a biopotravinami. Mnozí obchodníci zařadili do svého sortimentu biopotraviny jen proto, že bio je dnes „v módě“ a jedná se o žádané zboží. Jejich cílem není podporovat etický způsob spotřeby a zdravý způsob stravování, ale utržit co nejvíce. Tito prodejci však většinou nejsou schopni poskytnout spotřebitelům potřebné informace. Oddělení biopotravin najdeme dnes také v mnoha supermarketech, kde nám zaměstnanci pravděpodobně také neposkytnou o původu biopotravin bližší informace.

Při etickém nákupu bychom kromě dopadu výroby, distribuce a prodeje na životní prostředí a život zvířat měli zohledňovat také dopad na lidské zdraví. To nám ovšem pouze přehled používaných certifikátů neumožní. Proto je nutná osvěta a lepší informovanost spotřebitelů.

Pro studenty Výchovy ke zdraví a pro spotřebitele, kteří se o problematiku etického spotřebitelství teprve začínají zajímat a kterým se tedy situace může zdát být nepřehlednou, jsem vytvořila informační materiál, ve kterém jsem zpracovala a utřídila získané informace.

5.2.1 Přehled certifikátů - didaktický materiál pro studenty Výchovy ke zdraví

Etické spotřebitelství – přehled certifikátů

Milí studenti!

Vítám vás na těchto stránkách. Chtěla bych vám předložit přehled certifikátů, kterými bývá zboží označeno. Dovolte mi, abych vás seznámila s obsahem.

1. Úvod
2. Biopotraviny
3. Potraviny
4. Spravedlivý obchod – Fair Trade
5. Ekologicky šetrné výrobky
6. Kosmetika

1. Úvod

V dnešní době stále přibývá spotřebitelů, kteří se zajímají o původ nakoupených výrobků a potravin. Tito spotřebitelé se snaží podporovat ty výrobce, distributory a prodejce, kteří se chovají ohleduplně k životnímu prostředí, ke zvířatům i k ostatním lidem. Z pohledu studentů výchovy ke zdraví by se však spotřebitelství nemělo týkat jen vztahu k životnímu prostředí, v němž žijeme. Měli bychom se také zajímat o vztah k sobě samým, k našemu „vnitřnímu prostředí“, k našemu tělu. Právě vztah k vlastnímu tělu není vždy ideální. Zapomněli jsme na stravu, která je pro naše tělo přirozená. Často jíme mnoho, máme sklony k přejídání, naše strava je nutričně nevhodná. Pokud se tedy chceme stát „etickými spotřebiteli“, je třeba brát v úvahu nejen dopady naší spotřeby na životní prostředí, na ostatní lidi, na zvířata, ale také etický vztah k sobě samému. Vždyť vztah k sobě samému se pak odráží ve vztahu k ostatním lidem.

V následujících kapitolách vám předložím seznam nejčastěji používaných certifikátů na výrobcích. Výrobky jsou rozděleny do pěti skupin. U každého loga

z každé skupiny je vysvětlení, co dané značení znamená. Pod každou skupinou jsou pak informace, které čtenářům pomohou lépe se zorientovat v dané problematice.

2. Biopotraviny



Česká národní značka pro biopotraviny. Značení biopotravin v České republice podléhá evropské legislativě a zákonu 242/2000 Sb. o ekologickém zemědělství. Všechny potraviny v České republice, na kterých najdete slovo BIO či produkt ekologického zemědělství musejí být označeny logem „biozebra“ a kódem kontrolní organizace. Toto označení potvrzuje původ výrobku v ekologickém zemědělství. Tuto značku mohou používat pouze ti výrobci, jejichž výrobek:

- splnil všechny legislativně stanovené podmínky pro ekologické zemědělství,
- prošel přísnou kontrolou jedné z kontrolních organizací, podléhající Ministerstvu zemědělství,
- obdržel „certifikát o původu biopotraviny“.

K udílení této značky jsou Ministerstvem zemědělství pověřeny tři kontrolní organizace ABCERT AG, Biokont CZ, s.r.o. a KEZ, o.p.s. Kontrolní organizace pravidelnými kontrolami dohlížejí na dodržování zákonných povinností a správné používání značky, která je vlastnictvím Ministerstva zemědělství. Kódy kontrolních organizací:

- **ABCERT AG** – CZ-ABCERT-02
- **Biokont CZ** – CZ-BIOKONT-03
- **KEZ, o.p.s.** – CZ-KEZ-01

Všechny výrobky opatřené „biozebrou“ nemusely být vyrobeny v České republice.

Biozebra a kód se mohou objevit i na výrobcích dovážených ze zahraničí.



Touto značkou jsou označovány biopotraviny vyrobené na území států Evropské unie. Podle evropského Nařízení Rady (EHS) 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů musejí být biopotraviny povinně označeny kódem kontrolní organizace členského státu (v České republice „Biozebra“) a nepovinně také evropským logem pro biopotraviny s nápisem „ekologické zemědělství“ v jazyce dané členské země. Používání evropského loga nebrání používání národních či soukromých značek. Výrobky mohou nést buď tuto evropskou značku, národní značkou členského států Evropské unie, nebo značky obě.



Německá národní značka pro biopotraviny, která vznikla v roce 2001. Výrobky označené touto německou národní značkou pro biopotraviny musejí splňovat požadavky evropského Nařízení o ekologickém zemědělství. Tímto šestihranem jsou tedy označovány pouze výrobky ekologických zemědělců a producentů, kteří splňují tyto podmínky. Logo musí být doplněno názvem a kódem kontrolní organizace.



Bioland byl založen roku 1971 skupinou farmářů, kteří své zemědělské postupy zakládali na principech Dr. Müllera a Dr. Rusche. Výzkumy těchto dvou vědců z třicátých let minulého století jsou základem metody ekologického zemědělství zvané „ekologicko-biologické zemědělství“. Bioland je největším svazem ekologického zemědělství v Německu.



Svaz ekologického zemědělství Naturland byl založen roku 1982 a je jedním z největších svazů ekologického zemědělství v Německu. V současné době sdružuje více než 1 700 farmářů v Německu a téměř 45 000 farmářů v 185 družstvech Naturland po celém světě.



Rakouská národní značka pro biopotraviny, které mohou získat výrobky splňující požadavky rakouské národní legislativy a evropského Nařízení o ekologickém zemědělství, jež jsou vyrobeny v Rakousku. Tuto značku uděluje společnost s ručením omezeným AMA, která je k tomu pověřena státem. Touto známkou mohou být označovány pouze certifikované biopotraviny podle platné legislativy.



Značka výrobků rakouské síťové organizace ekologických zemědělců Bio Austria, která sdružuje na 14 000 rakouských ekologických zemědělců. Výrobky označené touto značkou splňují podmínky stanovené evropským Nařízením Rady EHS 2092/91 o ekologickém zemědělství i přísnější standardy jednotlivých členských svazů.



Logo kontrolní organizace SKAL, která certifikuje produkty ekologického zemědělství v Nizozemsku. Nizozemská kontrolní organizace ekologického zemědělství SKAL je neziskovou organizací, která byla založena v roce 1992. Potravin y označené touto značkou musejí splňovat požadavky evropského Nařízení o ekologickém zemědělství.



Organizace Austria Bio Garantie byla založena v roce 1993 a dnes je hlavní rakouskou kontrolní organizací. Zabývá se kontrolou a certifikací celého produkčního řetězce od ekozemělců až po výrobce biopotravin. Austria Bio Garantie provádí kontrolu jak v Rakousku, tak v zahraničí. Společnost Austria Bio Garantie je členem organizace IFOAM. Produkty certifikované Austria Bio Garantie nesou kromě značky ABG také kód kontrolní organizace AT-N-01-BIO.



Certifikát udělovaný výrobkům a potravinám, které splňují přísnější standardy, než jak je požadováno pro certifikát Evropské unie. Tuto značku uděluje organizace BCS Öko-Garantie těm produktům ekologického zemědělství, které splňují požadavky překračující normy stanovené v evropském Nařízení Rady (EHS) 2092/91. Organizace BCS Öko-Garantie je soukromou kontrolní organizací, která již od roku 1992 provádí kontrolu dodržování zásad ekologického zemědělství podle evropského Nařízení Rady 2092/91 a řady dalších standardů, a to po celém světě.



Touto známkou jsou označovány belgické produkty splňující podmínky původu v ekologickém zemědělství. Blik je součástí belgické kontrolní a certifikační zemědělsko-potravinářské organizace Integra. Blik je pověřen belgickým Ministerstvem zemědělství ke kontrole a certifikaci produktů ekologického zemědělství.



Francouzská národní známka pro biopotraviny. Tuto známku uděluje výrobkům splňujícím legislativní podmínky pro biopotraviny francouzské ministerstvo zemědělství.



Francouzská organizace Eco-cert je kontrolním a certifikačním orgánem pro ekologické zemědělství. V současné době poskytuje Eco-cert certifikační a kontrolní služby v 80 zemích celého světa.



Slovenská národní značka bioproduktů, kterou jsou certifikovány produkty ekologického zemědělství v souladu se zákonem 421/2004 Z. z. o ekologickom poľnohospodárstve.



Označení bioproduktů vyrobených v souladu se směrnicemi britské organizace Soil Association. Soil Association je hlavní organizací, která ve Velké Británii propaguje a certifikuje biopotraviny a ekologické zemědělství. Organizace byla založena v roce 1946 skupinou zemědělců, vědců a odborníků na výživu, kteří vysledovali přímý vztah mezi zemědělskými postupy a zdravím rostlin, zvířat, lidí i životního prostředí. Soil Association je dnes hlavní evropskou organizací v oblasti ekologického zemědělství se 180 zaměstnanci a řadou regionálních center. Výrobky označené touto organizací splňují požadavky národní britské legislativy, ale i požadavky Nařízení o ekologickém zemědělství, které navíc v mnoha ohledech zpřísňují.

(1)(5)(6)(14)

Jak můžeme vidět, ve většině členských zemí Evropské unie existuje pro biopotraviny specifické značení. Takové množství certifikátů může zhoršit orientaci spotřebitele. Na druhou stranu většina výrobků na našem trhu je kromě národní značky své země většinou označena i „biozobrou“, tedy českou značkou, se kterou se pravděpodobně většina spotřebitelů již setkala a zná ji. Od 1. července 2010 bude pro označení biopotravin používáno evropské BIO logo (logo s motivem listu z evropských hvězd na zeleném pozadí), které bude povinně označovat všechny biopotraviny vyrobené a balené v Evropské unii. Tím se zjednoduší orientace spotřebitelů.

Na rozdíl od konvenčních potravin biopotraviny neobsahují zbytky pesticidů, průmyslových hnojiv, antibiotik (neboť tyto věci nesmějí být zvířatům přidávány do stravy). Dalším kladem je to, že při zpracování bioproduktů je zakázáno používat chemická aditiva (sladidla, umělá barviva, syntetická ochucovadla, konzervační látky). Je zakázáno používat genetické inženýrství a ionizující záření. Biopotraviny nesmí být chemicky konzervované. To všechno jsou klady biopotravin.

Dříve byly biopotraviny vnímány jen jako výrobky pro vegetariány. V dnešní době se však sortiment biopotravin stále rozšiřuje. V biokvalitě můžeme koupit kromě základních potravin (jako obilovin, luštěnin, ovoce, zeleniny), také maso, mléko, sýry, ale také pochutiny, jako například chipsy nebo čokoládu. Někteří lidé se

pak domnívají, že pokud si tyto potraviny koupí v biokvalitě, mohou je požívat v neomezeném množství. Je třeba si uvědomit, že všechny živočišné produkty (třebaže jsou v biokvalitě) obsahují velké množství cholesterolu, který zapříčiňuje vznik srdečně cévních onemocnění, vysokého krevního tlaku, způsobuje vznik cévních sraženin, infarkt. Je třeba snížit spotřebu živočišných potravin. Byla by asi iluze se domnívat, že je možné, aby se všichni lidé stali vegetariány. Bylo by ale alespoň dobré omezit spotřebu živočišných potravin na minimální míru. Snížilo by se tak riziko vzniku srdečně-cévních onemocnění, některých druhů rakovin (např. tlustého střeva a konečníku), lidé by byli štíhlejší (obezita se také stává celosvětovým problémem) a zdravější (v tomto případě samozřejmě záleží na individuálních stravovacích návycích).

Z hlediska etického spotřebitelství se nejohleduplněji k životnímu prostředí, ke zvířatům i k sobě samým stravují vegetariáni, popř. vegani. U mnoha lidí i v dnešní době převládá názor, že vegetariánství není zdravé. Mnoho lidí však již udělalo tu zkušenost, že vegetariánská strava není nijak škodlivá, ba právě naopak. Škodlivé může být pouze její individuální provedení. Je samozřejmé, že vegetarián musí dbát na vyváženost a pestrost své stravy (kromě jiného také z toho důvodu, že jeho případná nemoc slouží kritikům bezmasého stravování jako argument proti vegetariánství). Je třeba jíst dostatek ovoce, zeleniny, široké spektrum obilovin a luštěnin (pokud si je nepěstujeme sami, nebo nemáme spolehlivého dodavatele, je dobré je kupovat v biokvalitě).

Dalším hlediskem při rozhodování, zda-li si koupím výrobek v biokvalitě, či výrobek konvenční, by měla být země původu. Logo biopotravin by mělo zohledňovat i dopad na životní prostředí. Pokud si tedy můžeme vybrat mezi výrobkem z Číny v kvalitě BIO a konvenčním výrobkem vyprodukovaným v místě bydliště, není lepší dát přednost tomu českému? Doprava (většinou letecká) na tak obrovské vzdálenosti má také negativní dopad na naše životní prostředí. Vždyť mnoho dovážených biopotravin lze vyrobit i u nás. I nad tímto hlediskem by se měli obchodníci a spotřebitelé zamýšlet!

3. Potraviný



Značka **Czech Made**, kterou uděluje Sdružení pro cenu České republiky za jakost. Takto označený výrobek je každé dva roky testován, jedná se tedy především o značku kvality. Společným cílem všech členů Sdružení pro cenu České republiky za jakost je podpora podnikání, rozvoj řemesel, obchodu a služeb a ochrana spotřebitele. Týká se všech kategorií výrobků a podmínkou pro její udělení (kromě kvalitativních kritérií) je, že výrobce musí být registrován v České republice. Tato značka však nevypovídá nic o původu použitých surovin (připomeňme, že za výrobu se považuje i balení).



Tuto značku uděluje soukromá společnost Český výrobek, s.r.o a žadatelé o udělení této značky musí splňovat následující podmínky:

- Výrobce zaměstnává české zaměstnance, kteří se na výrobě výrobků podílí.
- Výrobek je vyroben v České republice.
- Výrobce ručí za jakost, bezpečnost a nezávadnost výrobků.
- Výrobce dodržuje zákonné normy, platí daně a odvody na sociální a zdravotní pojištění na území ČR.
- Výrobce dodržuje reklamační řád. Výrobce plní ekologické normy.
- Výrobce získal licenci na užívání ochranné známky Český výrobek pro konkrétní výrobky.



Poměrně známou značkou je Česká kvalita. Jejím cílem je zviditelnit kvalitní výrobky a služby na českém trhu – tuzemský původ výrobku či provozovatel služby není podmínkou. Nemá tedy nic společného se zemí původu výrobku. Jedinou podmínkou je, že značka je součástí Národní politiky podpory jakosti a spravuje ji vládní Rada České republiky pro jakost. Základním principem Programu Česká

kvalita je skutečnost, že neexistuje jediná podporovaná značka kvality, ale že je vytvořen program, který umožňuje, aby se na trhu objevilo libovolné množství značek kvality různých cechů, společenstev, sdružení apod. Tyto značky by měly splňovat, kromě jiného, jednu zásadní podmínku – že základní kvalitativní ukazatele ověřuje třetí, nezávislá strana.

Tato značka se neuděluje samostatně, ale zastřešuje některé dílčí značky kvality (např. značku Czech made, Ekologicky šetrný výrobek nebo značku TESCO). Ve všech případech se může jednat jak o domácí, tak importované výrobky nejrůznějších kategorií.



Tuto značku uděluje Nadační fond Český výrobek těm produktům, které splňují jedinou podmínku. Společnost, která produkt vyrobila, je stoprocentně česká, výhradně s českým kapitálem. Příspěvek za užívání loga je dobrovolný.



Systém regionálních značek „Domácí výrobky“ je projektem, jehož cílem je zviditelnit regiony se zachovalou přírodou. Tento projekt je realizován od roku 2004 Regionálním environmentálním centrem České republiky. Původně bylo značení zavedeno pro pět oblastí (Krkonoše, Šumava, Beskydy, Moravský kras a Orlické hory), které jsou součástí evropské soustavy chráněných území Natura 2000. Značky garantují vazbu na konkrétní region a místní původ surovin, ale také určité kvalitativní charakteristiky a šetrnost k životnímu prostředí. Výrobky nesou značky „**KRKONOŠE – originální produkt**“, „**ŠUMAVA – originální produkt**“, „**Vyrobeno v BESKYDECH**“, „**MORAVSKÝ KRAS regionální produkt**“, nebo „**ORLICKÉ HORY – originální produkt**“.



„**MORAVSKÝ KRAS – regionální produkt**“. Logo tvoří voda, resp. Její malá část – kapka. Voda je pomocník nejen výrobců při výrobě produktů. Ve velké míře se voda – kapka – podílí na charakteristickém rázu krajiny Moravského krasu s krápníkovými jeskyněmi. Nepravidelná kontura ornamentu odkazuje na ruční práci a jistou historickou patinu, která je známkou dlouhodobého používání a kvality.



„**Vyrobeno v BESKYDECH**“. Logo vychází z motivů tradiční lidové tvorby, která je svázána s dlouholetou tradicí, lidskou zručností a osobním přístupem při výrobě. Nepravidelná kontura ornamentu odkazuje na ruční práci a jistou historickou patinu, která je známkou dlouhodobého používání a kvality.



„**ŠUMAVA – originální produkt**“. Stylizované „S“ v logu symbolizuje vodní víry horských řek a plavebních kanálů, které byly odedávna významným pomocníkem při lidské práci. Nepravidelná kontura symbolu odkazuje na ruční práci a jistou historickou patinu, která je známkou dlouhodobého používání a kvality.



„**KRKONOŠE – originální produkt**“. Stylizovaný otisk prstu v logu vyjadřuje osobní přístup člověka – tvůrce, zanechání jeho řemeslných otisků na každém jednotlivém výrobku. Nepravidelná kontura otisku odkazuje na ruční práci a dlouholetou tradici a zesvětlené obloučky v horní části otisku Vám připomenou zamlžené barvy krkonošských vrcholků na obzoru.



„**ORLICKÉ HORY – originální produkt**“. Symbol znázorňuje orlici, která odkazuje na název hor i na přírodní bohatství regionu. Nepravidelná kontura pak symbolizuje ruční práci a historickou patinu, která je známkou dlouhodobého používání a kvality.



„VYSOČINA – regionální produkt“. Stylizované „V“ v logu značky představuje typickou kopcovitou krajinu Vysočiny se zbrázděnými bramborovými poli. Nepravidelná kontura symbolu symbolizuje ruční práci, osobní přístup a historickou patinu – známku dlouhodobého používání a kvality.



Potravinářské a zemědělské výrobky se mohou ucházet také o značku kvality KLASA. Tuto značku od r. 2003 uděluje ministr zemědělství. Do konce dubna 2007 tuto značku mohly získat pouze potraviny, které byly vyrobeny v České republice, obsahovaly stanovený podíl domácích surovin (v závislosti na druhu obvykle minimálně 60-70%) a které kromě toho vykazovaly nadstandardní kvalitativní charakteristiky, neboť tato značka kvality byla vázána na související národní program, podporující kvalitní domácí potraviny. Po vstupu do Evropského společenství se značka KLASA musela otevřít i výrobcům z ostatních evropských zemí a známý slogan „to nejlepší z naší země“ vystřídala věta „to nejlepší pro naše nejbližší“.



Značka, kterou bývají označovány potraviny bez obsahu lepku. Použití této značky však není nijak legislativně ošetřeno. Pro spotřebitele je proto bezpečnější vybírat výrobky označené slovy „bez lepku“, „bezlepkové“ či „přirozeně bezlepkové“, jejichž použití upravuje vyhláška 54/2004 Sb. o potravinách určených pro zvláštní výživu a o způsobu jejich použití, která stanoví limity lepku v takto označených potravinách.



Značení produktů Vegetarian Society vzniklo v roce 1969. Toto logo zaručuje, že potravinu nebo výrobek neobsahuje živočišnou složku z mrtvého zvířete, může ale obsahovat mléko, vejce nebo med. Konkrétně výrobky označené tímto logem:

- neobsahují maso, zbytky kostí, živočišných tuků, želatiny, rosolu či dalších produktů spojených se zabíjením zvířat,
- nebyly testovány na zvířatech (ani jejich ingredience),
- obsahují vejce od slepic z výběhových chovů,
- neobsahují GMO,
- neobsahují kontaminaci nevegetariánskými výrobky či ingrediencemi během výrobního procesu



Ochranná známka Vegan udělovaná britskou neziskovou organizací Vegan Society. Logo se zelenou slunečnicí označuje výrobky zcela bez živočišných produktů. Tento certifikát spotřebitelům zaručuje, že pro získání potravin (či ingredience použité v dalším výrobku, např. v kosmetice, oděvu atd.) nebylo usmrceno zvíře, a ani nemuselo jinak během svého života trpět. Potravina tedy neobsahuje žádný živočišný produkt.

(1)(7)(8)(9)(10)(11)(12)(13)(20)(22)(23)(24)(25)

Pokud si pozorně přečteme komentáře k těmto certifikátům, zjistíme, že některé z nich mohou být pro spotřebitele zavádějící informací. Pokud tedy chceme podporovat české výrobce, zaměříme se na značku Český výrobek, Klasa, nebo Originální výrobky z českých regionů.

Mnozí spotřebitelé při nákupu výrobků a potravin zohledňují především místo výroby. Dávají přednost místním výrobkům, neboť svým nákupem chtějí podpořit české výrobce. Toto je jistě dobrá myšlenka. I v tomto případě by se však spotřebitel měl uvědomit, že tyto výrobky nemusí být vyprodukovány etickým způsobem. V dnešní době mnohým výrobcům jde o to, aby produkovali co nejlevnější potraviny, a to i na úkor životních podmínek zvířat či bez ohledu na životní prostředí. Stejně jako u biopotravin je dobré si vybírat výrobky s ohledem na naše zdraví.

Do této skupiny jsou zařazeny i výrobky označené logem „Vegetarián“ a „Vegan“. Jak bylo již napsáno v předcházející kapitole, z etického hlediska se jedná o dva nejhleduplnější způsoby stravování.

4. Spravedlivý obchod – Fair Trade



Spravedlivý obchod - Fair Trade je obchodní partnerství, jehož cílem je přímá a účinná podpora znevýhodněných výrobců z rozvojových zemí. Toho se snaží docílit především poskytováním "férových" obchodních podmínek pro zapojené výrobce. Důraz je kladen na dodržování základních norem pracovního práva a ochrany životního prostředí a zvyšování informovanosti spotřebitelů o situaci malých zemědělců a řemeslníků v rozvojových zemích. Spravedlivý obchod je způsob obchodu s drobnými pěstiteli z rozvojových zemí, podporuje férovější přístup k mezinárodnímu obchodu a klade důraz na jeho sociální a ekologické rozměry. Cílem Spravedlivého obchodu je dát šanci lidem z rozvojových zemí vymanit se vlastními silami z chudoby a žít důstojný život. Logo „Spravedlivého obchodu“ je udělováno mezinárodní organizací Fairtrade Labelling Organizations International.



Logo největšího evropského dovozce Fair Trade výrobků. Značka soukromé společnosti Gepa GmbH, která se na trhu sociálně spravedlivých výrobků pohybuje již od roku 1975 a v současnosti spolupracuje s více než 170 družstvy a marketingovými firmami v Africe, Jižní Americe a Asii.



Logo německé společnosti Rapunzel, která vyrábí a obchoduje s biopotravinami. Projekt této společnosti spojuje jak pravidla ekologického zemědělství, tak zásady spravedlivého obchodu Fair Trade. Firma se zasazuje o vznik projektů ekologického hospodaření na farmách (především třetího světa) nikoliv prostřednictvím darů či charity, ale snahou o stimulaci obnovy tradičního hospodaření a dlouhodobého obchodování mezi farmářem a zpracovatelem. V rámci těchto projektů vzniká mezi farmáři a výrobními družstvy třetího světa a firmou Rapunzel dlouhodobé partnerství zahrnující odkup za spravedlivé ceny (systém minimálních výkupních cen), poradenství a podporu zlepšení sociálního postavení partnerů. Je také zaručeno dodržování dobrých pracovních podmínek a lidských

práv. Kritéria tohoto "eko-obchodování" společnosti Rapunzel jsou založena na směrnících pro sociální spravedlnost a Fair Trade vytvořených organizací IFOAM.



Značka soukromé německé společnosti El Puente, která dováží výrobky za férové ceny od řady producentů z Asie, Afriky a zejména Latinské Ameriky. Tato společnost na trhu s férovými výrobky funguje již od roku 1972.

(1)(15)(18)(19)(21)

V naší společnosti jsme si zvykli nakupovat i tzv. „exotické“ potraviny, jako jsou čokoláda, káva, kakao, čaj atd. Pokud nám jde o to, aby byl brán ohled na životní prostředí, aby se na sklizni a výrobě nepodílely děti a pracovníci za svou práci dostávali řádně zapláceno, je dobré kupovat Fair Trade výrobky. Produkty jako jsou káva, kakao, čaj, čokoláda, kokos atd. většinou k životu nutně nepotřebujeme, nemusíme je tedy kupovat ve velkém. Pokud je ale kupujeme, nakupujme „férově“.

5. Ekologicky šetrné výrobky

Ekoznačka „Ekologicky šetrný výrobek“ přináší spotřebiteli:



- věrohodnou a srozumitelnou informaci o provedeném ekologickém hodnocení výrobku a o jeho vlastnostech,
- snadnější orientaci v široké škále téměř rovnocenných výrobků
- státní garanci toho, že u označeného výrobku jsou minimalizovány nepříznivé vlivy na životní prostředí,
- doklad, že u označeného výrobku byly minimalizovány negativní vlivy na zdraví spotřebitele (např. riziko vzniku alergické reakce apod.).

Ekoznačka „Ekologicky šetrný výrobek“ je členskou značkou sdružení Global Ecolabelling Network.



Tato ekoznačka Evropské unie usnadní spotřebitelům rozeznat "zelenější", k životnímu prostředí šetrnější výrobky a služby (s výjimkou potravin a léků). Vznikla v roce 1992. Všechny výrobky s tímto logem jsou kontrolovány nezávislými orgány, zda odpovídají přísným ekologickým a výkonnostním kritériím. Ekoznačka Evropské unie je stejně jako např. český Ekologicky šetrný výrobek členskou značkou sdružení Global Ecolabelling Network.



Systém označování výrobků značkou Environmental Label byl v Chorvatsku zaveden v roce 1993. Systém environmentálního značení je spravován chorvatským Ministerstvem ochrany životního prostředí a územního plánování a je založen na zákonu o ochraně životního prostředí (zákon č. 82/94, 128/99) a směrnici o ekoznačce (č. 64/96). Značka Environmental label je členskou značkou sdružení Global Ecolabelling Network.



Značka "Environmentálne vhodný výrobok" je slovenská národná ekoznačka. Je vlastníctvom Ministerstva životného prostredia Slovenskej republiky a má verejnoprávnú povahu. Táto značka sa udeluje výrobkom, ktoré spĺňajú požiadavky podľa výnosu Ministerstva životného prostredia Slovenskej republiky (Smernice NPEHOV) pre príslušnú skupinu výrobkov.

(1)

Používanie ekologicky šetrných výrobkov je jistě dobrou alternativou k výrobkům ostatním, neboť jejich používání snižuje negativní dopad jak na životní prostředí, tak za zdraví člověka.

6. Kosmetika



Toto logo BDIH Svazu německých průmyslových a obchodních podniků (Bundesverband deutscher Industrie- und Handelsunternehmen) zabývajících se výrobou a prodejem léčiv, potravinových doplňků a přípravků péče o tělo, který sdružuje na 400 výrobců těchto produktů, zaručuje přírodní původ určité části složek daného kosmetického výrobku. Nezohledňuje však, zda složky pochází z ekologického zemědělství. V roce 1996 vyvinul BDIH spolu s výrobcí přírodní kosmetiky jednotná pravidla pro certifikaci přírodní kosmetiky. Na základě těchto pravidel nezávislá organizace již otestovala stovky produktů z hlediska jejich složení a způsobů výroby. Jak je již výše uvedeno, podmínkou certifikace není skutečnost, že kosmetika je z biosurovin. Spotřebitel při koupi BDIH certifikovaného výrobku, na rozdíl od jiných typů certifikátů, není o podílu biosurovin ve výrobku informován.



Česká značka Certifikovaná Přírodní Kosmetika (CPK), kterou uděluje kontrolní organizace Kontrolované ekologické zemědělství, o.p.s., jasně definuje suroviny, které certifikované výrobky smějí obsahovat, a vymezuje je pouze na přírodní a z přírody pocházející zdroje. Definuje naopak i suroviny, které jsou zakázány. CPK vymezuje minimální množství složek přírodního původu v kosmetickém výrobku.



Značka Certifikovaná Přírodní Kosmetika bio (CPK bio), kterou uděluje kontrolní organizace Kontrolované ekologické zemědělství, o.p.s., jasně definuje suroviny, které certifikované výrobky smějí obsahovat a vymezuje je pouze na přírodní a z přírody pocházející zdroje. Oproti certifikaci Certifikovaná Přírodní Kosmetika se jedná se o vyšší stupeň certifikace, který označuje výrobky s obsahem surovin pocházejících z kontrolovaného ekologického zemědělství v minimálním množství 10 %. Standardy také definují suroviny, které jsou v takto označené kosmetice zakázány.



Původně pouze certifikační a kontrolní orgán pro ekologické zemědělství EcoCert patří dnes mezi největší certifikační společnost pro organické kosmetické výrobky. Od roku 2002 nabízí dva certifikáty - „Ecocert ECO“ pro produkty, jejichž obsah je z 95% přírodního původu, 5% všech a 50% rostlinných složek ekologického původu. Přísnější „EcoCert BIO“ označuje výrobky, které pochází z 95% z přírodních surovin a 10% všech a 95% rostlinných složek ve výrobku je bio původu. Procentuální podíl složek z ekologického zemědělství je uváděn na obalu.



Ochranná známka Vegan, udělovaná britskou neziskovou organizací Vegan Society. Logo se zelenou slunečnicí označuje výrobky zcela bez živočišných produktů. Tento certifikát zaručuje, že pro získání ingrediencí použitých ve výrobku nebylo usmrceno zvíře, a ani nemuselo jinak během svého života trpět. Výrobek tedy neobsahuje žádný živočišný produkt.



CS (Humane Cosmetics Standard), který vznikl v roce 1998 díky koalici organizací na ochranu zvířat z Evropy a Severní Ameriky je jednotným mezinárodním kritériem zohledňujícím (ne)testování na zvířatech. Kromě zkratky HCS jsou výrobky označeny logem králíčka (pozor, podobných obrázků lze vidět více, ale pravý „HCS králíček“ je jenom jeden). Certifikát udělují jednotlivé organizace sdružené v Evropě pod hlavičkou Evropské koalice za ukončení pokusů na zvířatech. Českou republiku zde nově zastupuje nevládní organizace Svoboda zvířat. Tato organizace poskytuje informace k tématu a udělení certifikátu může zprostředkovat.



Tento certifikát udílí britská Soil Association Certification Limited. Je největší certifikační organizací ve Velké Británii, stoprocentně vlastněná organizací Soil Association. Vedle řady

dalších standardů zaměřených na ekologické zemědělství a jeho produkty certifikuje od roku 2002 také kosmetické výrobky. Standardy rozlišují dvě úrovně kvality. V případě přírodní kosmetiky musí výrobek obsahovat minimálně 70% podíl organických složek ekologického původu (konkrétní procento je na každém výrobku ještě zvlášť uvedeno). Výrobky označené slovem „organic“ musí obsahovat minimálně 95% složek ekologického původu. Standardy definují seznam zakázaných látek, které při výrobě nesmí být použity.

(1)(2)(3)(4)(16)(17)

Velká většina kosmetiky je testována na zvířatech, obsahuje syntetické konzervační látky, syntetická barviva, parfemace a látky na bázi minerálních olejů vyráběných z ropy. Pokud se tedy nechceme podílet na utrpení zvířat využívaných v testování kosmetiky, máme možnost kupovat biokosmetiku kontrolovaného ekologického zemědělství (v případě potřeby i dekorační kosmetiku), kde ani finální výrobek ani jeho jednotlivé části nejsou testovány na zvířatech a kde jsou využívány alternativní metody testování. Výroba této kosmetiky je šetrná i k životnímu prostředí a našemu zdraví, neboť je vyrobena pouze z přírodních složek, neobsahuje ropné produkty, barviva, konzervační látky, ani syntetické parfémy.

Děkuji za pozornost. Přeji vám mnoho radosti při studiu.

Lenka Budíčková

6 ZÁVĚR

Na základě vlastní zkušenosti mohu říci, že výrobci v dnešní době srozumitelně a přehledně označují své výrobky. Pokud má tedy spotřebitel alespoň základní přehled o certifikátech, kterými je zboží označeno, pomůže mu tato znalost lépe se orientovat na trhu v široké nabídce výrobků a potravin. Je ovšem pravděpodobné, že tento přehled mají pouze lidé, kteří se o problematiku již delší dobu zajímají. Jako důležité proto vidím větší osvětu a informovanost veřejnosti. K tomu by mohly přispět různé vzdělávací pořady v médiích. Dalším možným řešením je vzdělávání pedagogických pracovníků, kteří pak mohou etickou a ekologickou výchovu (do nichž patří i informace o biopotravínách, domácí ekologii, postoji výrobců k otázkám životního prostředí, ekologickém zemědělství atd.) zařadit do svých výukových programů.

Novým poznatkem z oblasti značení biopotravin je pro mne to, že v únoru 2010 zveřejnila evropská komise vítězný návrh evropského BIO loga. Tímto logem se budou od 1. července 2010 povinně označovat všechny biopotraviny vyrobené a balené v Evropské unii. Logo budou moci také používat dovozci biopotravin do Evropské unie. Vedle tohoto evropského BIO loga bude možno dále používat také národní či soukromá loga. Toto nové logo s motivem listu z evropských hvězd na zeleném pozadí spojuje dva jasné prvky, jimiž jsou příroda a Evropa.

Mohlo by se zdát, že informačních středisek a ekocenter zaměřujících se na problematiku etického spotřebitelství (a která lze navštívit osobně) není v Praze mnoho. Zde ovšem záleží na úhlu pohledu. Zřízení a provoz takového centra jistě stojí nemalé finanční prostředky, a pokud rozsah, kvalita a dostupnost nabízených služeb jsou dostatečné, pro informovanost veřejnosti je tento počet dostačující.

Pozitivním zjištěním je, že posláním ekocenter, která jsem navštívila, je mimo jiné také zvyšovat povědomí o ekologicky šetrném chování a udržitelném rozvoji, pořádání různých akcí pro veřejnost, ekovýchova (programy pro školy, vzdělávání pedagogů atd.). Jejich osvětová činnost je založena především na zvyšování znalostí a vědomostí občanů o širokých důsledcích vlastního spotřebitelského chování na životní prostředí a o způsobech minimalizace negativních dopadů tohoto chování. Pokud tedy lidé mají zájem dozvědět se více, možností je mnoho.

Při návštěvách menších obchodů s biopotravinami, popř. s přírodní kosmetikou je možné vyzorovat, že v současné době se stále více lidí zajímá o možnosti, jakým způsobem snižovat negativní dopad výroby, distribuce a prodeje různých druhů zboží na životní prostředí. Tito lidé chtějí podporovat právě ty výrobce, distributory a prodejce, kteří se chovají ohleduplně k životnímu prostředí, zvířatům i lidem. Kterým nejde pouze o to, utržit co nejvíce. Tato skutečnost je pro mě také pozitivním zjištěním.

Jsem si ale také vědoma toho, že lidí, kterým je původ výrobků a potravin lhostejný a kteří se chovají konzumně je stále mnoho. Je třeba působit na veřejnost tak, aby si uvědomila negativní dopad svého spotřebního způsobu života na životní prostředí, životní podmínky lidí a zvířat. Jak už jsem uvedla výše, jedním z úkolů pedagogických pracovníků je vést děti k zodpovědnosti za své chování. Není to úkol jednoduchý, zvláště v dnešní době konzumu a nadspotřeby. Pedagogičtí pracovníci, ale i rodiče by dětem měli být schopni nabídnout jiné, trvalejší hodnoty. S touto změnou musí začít každý sám u sebe. Byla bych ráda, kdyby tato moje práce byla inspirací pro všechny, kteří se pro tuto změnu rozhodli.

7 POUŽITÁ LITERATURA

AMERICKÁ DIETETICKÁ ASOCIACE, *Stanovisko americké dietetické asociace a kanadských dietologů 2003, Vegetariánská strava*. Brno: Česká společnost pro výživu a vegetariánství, o. s., 2004. 61 s.

ANZENBACHER, A., *Úvod do etiky*. Praha: Zvon, 1994. 292 s. ISBN 80-7113-3

GORE, A., *Země na misce vah*. Praha: Argo, 1994. 372 s. ISBN 80-85794-21-7

KOHÁK, E., *Zelená svatozář*. Praha: Slon, 2006. 204 s. ISBN 80-85850-86-9

KOHÁK, E., *Orbis Bene Vivendi*. Praha: Junák – svaz skautů a skautek ČR, 2001. 137 s. ISBN 80-86109-64-X

KELLER, J., *Až na dno blahobytu*. Brno: Hnutí DUHA, 1995. 137 s. ISBN 80-902056-0-7

LIBROVÁ, H., *Pestrí a zelení*. Brno: VERONICA, Hnutí DUHA, 1994. 215 s. ISBN 80-85368-18-8

LIBROVÁ, H., *Vlažní a váhaví*. Brno: Doplněk, 2003. 313 s. ISBN 80-7239-149-6

LORENZ, K., *Odumírání lidskosti*. Praha: Mladá fronta, 1997. 195 s. ISBN 80-204-0645-X

LORENZ, K., *Osm smrtelných hříchů*. Praha: Academia, 2000. 94 s. ISBN 80-200-0842-X

RÁZGOVÁ, E., *Ekologická stopa*. Praha: Iris, o.p.s. – obecně prospěšná společnost pro osvětu a vzdělávání, 2002. 20 s.

SESSIONS, G., *Hlubinná ekologie, Závod s časem – texty z morální ekologie*. Praha: Torst, 1996. 97-106 s. ISBN 80-85639-70-X

SHADEROVÁ-FRECHETTOVÁ, K., *Dobrovolná střídmost a povinnost omezovat spotřebu, Závod s časem – texty z morální ekologie*. Praha: Torst, 1996. 107-113 s. ISBN 80-85639-70-X

SCHWEITZER, A., *Etika úcty k životu, Závod s časem – texty z morální ekologie*. Praha: Torst, 1996. 21-34 s. ISBN 80-85639-70-X

- SKOLIMOWSKI, H., Ekologická etika a posvátnost života, *Závod s časem – texty z morální ekologie*. Praha: Torst, 1996. 135-152 s. ISBN 80-85639-70-X
- SNYDER, G. S., Znovuosídlování, *Závod s časem – texty z morální ekologie*. Praha: Torst, 1996. 115-119 s. ISBN 80-85639-70-X
- SOKOL, J., PINC, Z., *Antropologie a etika*. Praha: Triton, 2003. 167 s. ISBN 80-7254-372-5
- SPAEMANN, R., *Základní mravní pojmy a postoje*. Praha: Svoboda, 1995. 92 s. ISBN 80-205-0484-2
- SPOLEČNOST PRO ZVÍŘATA, *Vývoz živých zvířat*. Praha: ZO ČSOP Společnost pro zvířata, 2002. 10 s.
- ŠARAPATKA, B., URBAN, J. A KOL., *Ekologické zemědělství*. Šumperk: PRO-BIO Svaz ekologických zemědělců, 2005. 332 s. ISBN 80-903583-0-6
- TICHÁ, K., *Ekologické zemědělství v kostce*. Praha: Ministerstvo zemědělství, 2008. 27 s. ISBN 978-80-7084-716-9
- VERONICA, *Nekup to! O environmentálně šetrném nakupování*. Brno: ZO ČSOP Veronica, 2008. 71 s. ISBN 978-80-904109-4-7

ELEKTRONICKÉ ZDROJE:

1. *Biospotřebitel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Ekoznačky. Dostupné z WWW: <<http://www.biospotrebitel.cz/page.php?selected=1272&type=0>>.
2. *Biospotřebitel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Ekoznačky. Dostupné z WWW: <http://www.biospotrebitel.cz/page.php?selected=1272&pismo=&slovník_oid=200>.
3. *Biospotřebitel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Ekoznačky. Dostupné z WWW: <<http://www.biospotrebitel.cz/page.php?kategorie=&from=&clanek=233>>.

4. *Biospotřebitel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Ekoznačky. Dostupné z WWW: http://www.biospotrebitel.cz/page.php?&reference_name=press.detail&kategorie=&from=224&clanek=330>.
5. *Biospotřebitel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Ekoznačky. Dostupné z WWW: http://www.biospotrebitel.cz/page.php?&reference_name=press.detail&kategorie=&from=224&clanek=322>.
6. *Biospotřebitel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Ekoznačky. Dostupné z WWW: <http://www.biospotrebitel.cz/index.php?pageByReferenceName=obio>>.
7. *Biospotřebitel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Ekoznačky. Dostupné z WWW: <http://www.domaci-vyrobky.cz/>>.
8. *Domácí výrobky* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Regionální značky výrobků. Dostupné z WWW: <http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/krkonose/informace.xml/regiony>>.
9. *Domácí výrobky* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Regionální značky výrobků. Dostupné z WWW: <http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/sumava/informace.xml/regiony>>.
10. *Domácí výrobky* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Regionální značky výrobků. Dostupné z WWW: <http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/beskydy/informace.xml/regiony>>.
11. *Domácí výrobky* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Regionální značky výrobků. Dostupné z WWW: http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/moravsky_kras/informace.xml/regiony>.

12. *Domáci výrobky* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Regionální značky výrobků. Dostupné z WWW: <http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/vysocina/informace.xml/regiony>.
13. *Domáci výrobky* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Regionální značky výrobků. Dostupné z WWW: http://domaci-vyrobky.cz/dokumenty/orlicke_hory/informace.xml/regiony.
14. *Etické spotřebitelství* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Bio. Dostupné z WWW: <http://www.etickyspotrebitel.cz/cs/bio>.
15. *Etické spotřebitelství* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. Fair - Trade. Dostupné z WWW: <http://www.etickyspotrebitel.cz/cs/fair-trade>.
16. *Etické spotřebitelství* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. 100% Animal Free. Dostupné z WWW: <http://www.etickyspotrebitel.cz/cs/100-animal-free>.
17. *Etické spotřebitelství* [online]. 2005 [cit. 2010-03-05]. 100% Kosmetika. Dostupné z WWW: <http://www.etickyspotrebitel.cz/cs/kosmetika>.
18. *FairTrade* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Vítejte na FairTrade. Dostupné z WWW: <http://www.fairtrade.cz/>.
19. *FairTrade* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. FairTrade. Dostupné z WWW: <http://www.fairtrade.cz/index.php?clanek=10>.
20. *Národní politika kvality* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. O programu. Dostupné z WWW: <http://www.npj.cz/program-ceska-kvalita/o-programu/>.
21. *Rapunzel* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Rapunzel. Dostupné z WWW: <http://www.rapunzel.com/>.

22. *Regionální značky* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Regionální značení služeb. Dostupné z WWW: <<http://www.regionalni-znacky.cz/>>.
23. *Sdružení obrany spotřebitelů* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Databáze spotřebitelských značek. Dostupné z WWW: <<http://www.spotrebitele.info/znacky/Klasa.html>>.
24. *Vegan* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Trademark search. Dostupné z WWW: <<http://www.vegansociety.com/trademarksearch.aspx>>.
25. *Vegetarian* [online]. 2005 [cit. 2010-03-03]. Vegetarian Society. Dostupné z WWW: <<http://www.vegsoc.org/index.html>>.