

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE

FILOZOFICKÁ FAKULTA

Ústav etnologie

Obecná teorie a dějiny umění a kultury - kulturologie

Markéta Rendlová

KVALITA ŽIVOTA

A MATERIALISTICKÁ HODNOTOVÁ ORIENTACE

QUALITY OF LIFE AND MATERIALISTIC VALUE ORIENTATION

Disertační práce

školitel: Doc. PhDr. Karel Hnilica, CSc.

2014

Poděkování

Ráda bych tímto upřímně poděkovala svému školiteli panu doc. PhDr. Karlu Hnilicovi, CSc., za cenné rady a připomínky, vstřícnost, trpělivost a čas věnovaný mé práci. Především mu pak patří mé díky za pomoc při zpracování statistických dat a nápady, které přispěly ke zlepšení prezentace dat a výsledků analýzy obsažené v empirické části této práci.

Prohlášení:

„Prohlašuji, že jsem disertační práci napsala samostatně s využitím pouze uvedených a řádně citovaných pramenů a literatury a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.“

V Praze 27. června 2014

ABSTRAKT

Výsledky empirických výzkumů shodně ukazují, že důraz na materialistické hodnoty negativně koreluje s kvalitou života jak na úrovni jednotlivců, tak na úrovni společnosti. Cílem této dizertační práce je přispět k hlubšímu porozumění tohoto vztahu. Práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a empirickou. Teoretická část představuje koncepty kvality života a materialismu a současné přístupy k jejich zkoumání a měření. Zvláštní pozornost je věnována konceptu eudaimonického štěstí vztahujícího se k optimálnímu fungování člověka a konceptu postmaterialismu jako hodnotové orientace, která zdůrazňuje sebevyjádření a kvalitu života.

Práce vychází ze dvou tezí týkajících se vztahu mezi kvalitou života a materialistickou hodnotovou orientací. Na jedné straně materialismus facilituje ekonomický rozvoj a tržní ekonomiku dané společnosti. Na určité úrovni ekonomického rozvoje nastává tendence k posunu směrem k hodnotám postmaterialistickým, spojeným s autonomií, seberealizací a osobním růstem. Podle druhé teze tento posun není snadný. Konzumní kultura, jako produkt moderní ekonomiky, materialistické hodnoty podporuje. Tvrdí, že cestou ke štěstí a osobní pohodě je více materiálních statků, sociální úspěšnost a přitažlivý vnější vzhled. V okamžiku, kdy začne konzumní kultura dominovat, materialistické aspirace jsou přijímány a následovány celou společností. Materialismus se tak stává kulturně schvalovanou hodnotou v celém globalizovaném světě.

V empirické části své práce testuji hypotézy, které jsem vyvodila z části teoretické. K ověření hypotéz jsem použila data ze čtvrté vlny Světového výzkumu hodnot. Tohoto výzkumu se zúčastnilo přes 100 000 respondentů ze 70 států pěti kontinentů. Analýza celkově potvrdila mé hypotézy. Ukázala mezi jiným, že (a) bohaté společnosti jsou více postmaterialistické, b) čím více je společnost postmaterialistická, tím více lidí v ní je spokojených se svým životem. V souladu s teorií sebedeterminace a teorie postmaterialismu byla autonomie zjištěna jako nejvýznamnější prediktor spokojenosti se životem.

Klíčová slova: kvalita života, eudaimonické štěstí, hédonické štěstí, autonomie, Světový výzkum hodnot

ABSTRACT

Empirical evidence consistently shows that an emphasis on materialistic values negatively correlates with quality of life, both at an individual and societal level. The purpose of this thesis is to contribute to a better understanding of this interrelationship. The thesis is divided into two parts – theoretical and empirical. The theoretical part presents concepts both of quality of life and materialism as well as contemporary approaches to their research and measurement. Special attention is paid to the concept of eudaimonic well-being as a core concept of optimal human functioning, and to the concept of post-materialism as a value orientation that emphasizes self-expression and quality of life.

The thesis is based on two propositions referring to the relation between quality of life and materialistic value orientation. On the one hand, materialism facilitates an economic development and market economy of a given society. At a certain level of economic development there is a tendency to shift to post-materialistic values associated with autonomy, self-realization and personal growth. This value shift is not effortless, as the other proposition claims. The consumer-driven culture produced by the modern economy promotes material values. It claims that the route to happiness and well-being is through more material goods, popularity and image. As consumer culture has become more dominant, the aspirations of materialism have been adopted and pursued by society at large. Materialism becomes culturally approved value in a globalized world.

In the empirical part of my thesis I tested hypotheses I derived from the theoretical part. To test the hypotheses I used data from the fourth wave of World Values Survey. In this survey took part over 100 000 respondents from 70 states and 5 continents. The analysis was in general in accord with my hypotheses. It showed among others that (a) the rich societies tend to be more post-materialistic, and (b) the more post-materialistic society is, the more people it are satisfied with their lives. In agreement with self-determination theory and theory of post-materialism, autonomy was found as the most significant predictor of satisfaction with life.

Key words: quality of life, eudaimonic well-being, hedonic well-being, autonomy, World Values Survey

Obsah

Úvod	10
1 Z historie zkoumání a konceptualizace kvality života.....	16
1.1 Filozofické pozadí.....	16
1.2 K historii zkoumání kvality života.....	19
1.3 Objektivní a subjektivní kvalita života.....	20
1.4 Ekonomické a sociální indikátory.....	21
2 Hédonické pojetí kvality života.....	23
2.1 Objektivní a subjektivní dimenze kvality života: Integrace přístupů.....	24
2.2 Měření subjektivního pocitu pohody (Subjective Well-Being).....	25
2.2.1 Kognitivní dimenze subjektivního pocitu pohody (spokojenost).....	26
2.2.2 Emocionální dimenze subjektivního pocitu pohody (emocionální stav)	27
3 Eudaimonické pojetí kvality života	28
3.1 Sebevyjádření – Alan S. Waterman	28
3.2 Duševní zdraví – Carol Ryffová	30
3.3 Teorie sebedeterminace – Edward L. Deci a Richard Ryan.....	32
3.3.1 Vnitřní motivace	34
3.3.2 Vnější motivace	36
3.3.3 Internalizace vnějšně motivovaného chování.....	38
3.3.4 Individuální rozdíly v seberegulaci chování.....	40
3.3.5 Základní psychologické potřeby a rozlišení životních cílů	41
4 Materiální blahobyt a kvalita života	43
4.1 Konzumní kultura, konzumní společnost a socializace konzumenta.....	44
4.2 Význam materiálních statků	45
4.3 Koncept materialismu.....	46
4.4 Počátky zkoumání a měření materialismu.....	49
5 Materialismus ve výzkumu spotřebního chování.....	52
5.1 Materialismus jako osobnostní rys: Russel W. Belk.....	52
5.1.1 Škála materialistických rysů	53
5.1.2 Mezikulturní srovnání a rozšíření škály	55
5.2 Materialismus jako konzumní hodnota: Marsha L. Richinsová	56
5.2.1 Škála materialistických hodnot.....	58

5.2.2	Komunikace vlastní hodnoty	61
5.3	Vliv materialismu na spokojenost se životem: M. Joseph Sirgy	65
6	Materialismus jako aspirace: Tim Kasser a Richard M. Ryan.....	67
6.1	Škála aspirací	68
6.2	Rozšíření škály a rozlišení cílů	71
6.3	Struktura hodnot a cílů v 15 různých kulturách.....	73
7	Alternativní vysvětlení negativního účinku materialismu	77
7.1	Odlíšné motivy.....	77
7.2	Nesoulad hodnot	80
8	Vývoj materialistických hodnot	86
8.1	Hédonická adaptace.....	86
8.2	Materialistické hodnoty v systému hodnot.....	88
8.3	Utváření materialistických hodnot v procesu socializace	90
8.3.1	Vliv rodiny na utváření materialistických hodnot	91
8.3.2	Náchylnost k podléhání normativním vlivům	94
8.3.3	Vliv médií na utváření materialistických hodnot.....	96
8.3.4	Vliv reklamy na dětského konzumenta	99
9	Materialisté v interpersonálních vztazích	103
9.1	Manipulace a touha po obdivu	104
9.2	Sebemonitorování a sebe prezentace.....	105
9.3	Vyhýbání se negativním zkušenostem	107
10	Vlivy kultury	109
10.1	Rozdílná zjištění v individualistické a kolektivistické společnosti	109
10.2	Rozdílné cíle ve dvou individualistických společnostech	114
11	Materialismus jako společenská hodnota: Ronald F. Inglehart.....	117
11.1	Koncept materialismu / postmaterialismu.....	117
11.2	Teorie změny hodnot	119
11.2.1	Hypotéza nedostatku	119
11.2.2	Socializační hypotéza.....	120
11.2.3	Střídání generací: změna hodnot ve společnosti.....	120
11.3	Operacionalizace materialismu / postmaterialismu	121
11.3.1	První verze dotazníku (1970).....	121

11.3.2	Druhá verze dotazníku (1973)	122
11.4	Střídání generací a posun v hodnotách	123
11.5	Mezikulturní rozdíly: Polarizace hodnot	126
11.5.1	Dimenze tradičních / sekulárně-racionálních hodnot.....	128
11.5.2	Dimenze hodnot přežití a hodnot sebevyjádření.....	129
11.5.3	Měření hodnot.....	130
11.5.4	Kulturní mapa	130
11.6	Vliv ekonomického růstu na spokojenost a štěstí.....	134
11.6.1	Svobodná volba a kontrola nad životem	136
11.6.2	Demokratizace	137
11.6.3	Sociální tolerance a změna postojů ve společnosti	138
11.7	Vliv náboženství na hodnoty.....	140
11.8	Kritika měření postmaterialismu	141
11.9	Shrnutí.....	143
12	Empirická část	144
12.1	Úvod do empirické části	144
12.2	Hypotézy	145
12.3	Soubor a metoda	148
12.4	Analyzovaná data	150
12.5	Statistická pomoc a statistický software	150
12.6	Jednotlivé soubory	150
13	Výsledky analýz	152
13.1	Spokojenost se životem (SWL).....	152
13.2	Věk, pohlaví, příjmy a HDP/c	154
13.2.1	Regresní analýzy: věk, pohlaví	154
13.2.2	Příjmy a HDP/c	156
13.2.3	Regresní analýzy: příjmy a HDP/c.....	159
13.3	Vzdělání	159
13.3.1	Korelace uvnitř států	160
13.3.2	Korelace na úrovni států.....	161
13.3.3	Regrese na úrovni jedinců a států	161

13.4	Hodnoty.....	162
13.4.1	Korelace uvnitř států	165
13.4.2	Korelace na úrovni států.....	166
13.4.3	Regrese na úrovni jedinců a států	166
13.6	Autonomie.....	170
13.6.1	Korelace uvnitř států	171
13.6.2	Korelace na úrovni států.....	172
13.6.3	Regrese na úrovni jedinců a států	172
13.6.4	Korelace uvnitř států	174
13.6.5	Korelace na úrovni států.....	175
13.6.6	Regrese na úrovni jedinců a států	175
14	Diskuse výsledků analýz.....	177
15	Shrnutí a závěr celé práce	184
	Literatura.....	187
	Seznam tabulek	202
	Seznam obrázků a grafů	203

Úvod

Jaký je náš život? Dobrý nebo špatný? Je smysluplný? Je život těch, kteří investovali do vzdělání, lepší než těch, kteří mají vzdělání nižší? Jsou bohatí lidé šťastní? Latinsky se ono „jaký“ řekne *qualis*. A proto se pro to, jaké tyto životy jsou, pro jejich „jak-ost“, zavedl v odborné literatuře termín kvalita života.

Odborníci, kteří se zabývají kvalitou života, se věnují tedy otázce, *jaké* jsou naše životy. Jejich přístup je empirický a dosud především deskriptivní: měří, měří, měří – a snaží se v získaných datech objevit nějaký řád. Proto zde není nouze ani o množství hypotéz a spekulací. Jen občas – a myslím, že neradi – od svých zjištění dospívají k radám (preskripci), co dělat, aby byly naše životy lepší. (Jejich rady pak občas stojí za zvážení, např. buďte mladí, zdraví a bohatí.)

Tito odborníci však nikdy naše životy nehodnotí ani nesoudí. Nejsou to „kvalitáři“, kteří by naše životy srovnávali s nějakým standardem. Jinými slovy – jejich přístup není normativní. Krom toho ponechávají poslední slovo vždy na nás: Říkáme-li, že jsme šťastní a spokojeni se svými životy, pak jsou naše životy dobré. Jsme to tedy my – ne oni –, kdo posuzuje naše životy a kdo říká, že jsou dobré nebo špatné, smysluplné anebo zoufale prázdné.

To, jaké naše životy jsou, ovlivňuje řada faktorů. Některé z nich jsou objektivní a týkají se například našeho zdraví, sociálních nebo ekonomických podmínek, ve kterých žijeme. Tyto objektivní podmínky a to, jak je subjektivně vnímáme a hodnotíme vzhledem k našim cílům, očekáváním a zájmům, se promítá do spokojenosti či nespokojenosti s našimi životy.

Pojem kvality života je velmi široký a je obtížné jej jednoznačně vymezit, protože sám lidský život je poměrně složitý a komplexní. V teoretických definicích kvality života se odrážejí jednak zájmy a pohledy různých vědních oblastí a promítají různá hlediska – materiální (tj. ekonomické a materiální podmínky k životu), sociologické (odlišnost kvality života v různých sociálních skupinách, životní styl, atributy sociální úspěšnosti), psychologické (pocit subjektivní pohody, štěstí, životní spokojenost, sebehodnocení jedince), medicínské (např. psychosomatické a fyzické zdraví), ekologické (determinanty ovlivňující zdraví lidí), a v neposlední řadě také kulturně-antropologické (odlišné chápání kvality života v různých kulturních oblastech či různých prostředích) (Heřmanová, 2012). Kulturní podmíněnost kvality života zdůrazňuje definice Světové zdravotnické organizace (*World Health Organization*, WHO), podle níž je kvalita života vyjádřena tím „*jak člověk vnímá své*

postavení v životě v kontextu kultury, ve které žije, a ve vztahu ke svým cílům, očekáváním, životnímu stylu a zájmům“ a je současně definována jako stav fyzické, duševní a sociální pohody (WHOQOL, 1998, s. 1570). Při zkoumání a hodnocení kvality života jedinců je tak třeba brát v úvahu kulturní kontext (kulturní vlivy a hodnoty) a rovněž akceptovat rozmanitost kultur, ve kterých žijí.

Podnětem ke zkoumání subjektivní kvality života byla zejména v 70. letech 20. století zjištění z empirických výzkumů provedených v nejvyspělejších státech západní Evropy a USA, které dosahovaly neobyčejně příznivých hospodářských výsledků od konce 2. světové války, že materiální blahobyt není zárukou vysoké kvality života. Je nastolena otázka, zda ekonomické ukazatele jsou jediným indikátorem, který o kvalitě života vypovídá, a do jaké míry blahobyt s kvalitou života souvisí.

Pozitivní vliv ekonomického růstu a zvyšujícího se blahobytu samozřejmě nelze zpochybnit. Přináší zlepšení objektivních podmínek pro život, ať už jde o kvalitnější lékařskou péči, vyšší vzdělanost, a také společenské a sociální změny. Především je ale spojen s vyšší nabídkou statků a služeb, které si mohou lidé za peníze koupit. Spotřeba ve vyspělých ekonomikách však již neslouží jen k uspokojení potřeb nezbytných k přežití, ale stává se pro mnoho lidí samotným cílem, hodnotou a smyslem života. Společnost založená na spotřebě, na jejímž počátku stály ideje a principy osvícenství – společenský pokrok, rozvoj člověka, zlepšování jeho materiálních podmínek života a především jeho svoboda v rozhodování o tom, jak bude žít, dostává ve 20. století nálepkou „konzumní“.

Jedním z aspektů konzumní kultury je materialismus. Materialismus má své kořeny ve filosofickém pojetí, že neexistuje nic kromě hmoty a jejího pohybu. Dnes je v kontextu každodenního života tento pojem spojován s oddaností materiálním potřebám a touhám. Obecné pojmání materialismu i filosofický materialismu mají nicméně společné, že materiální věci hrají důležitou roli v životě člověka. Vědci v posledních desetiletích shodně zaznamenávají negativní dopady materialismu na kvalitu života jedinců i celých společností.

Předmětem mé dizertační práce, jak již název napovídá, je vztah mezi materialistickou hodnotovou orientací a kvalitou života.

Ve své práci vycházím ze dvou hlavních tezí. Podle první z nich materialismus facilituje rozvoj tržní ekonomiky a ekonomický vývoj společností, od určitého okamžiku ekonomického vývoje má však tendenci ustupovat vyšším hodnotám spojeným se seberealizací a osobním růstem jedince. V podmínkách dlouhodobého hospodářského růstu dochází k postupnému posunu od materialistických hodnot souvisejících především

s potřebou fyzického a ekonomického bezpečí k hodnotám vyšším – tzv. postmaterialistickým, které se vztahují k potřebám sebevyjádření a sounáležitosti. S tím dochází také k širším změnám, které proměňují celou kulturu vyspělých států (Inglehart, 1971, 1977, 1990). Posun v hodnotách vede současně k vyšší kvalitě života jedinců, vyjádřené jejich vyšší mírou autonomie, sebevyjádření a svobodné volby. Podle druhé teze je proměna hodnot, tj. posun od materialistických hodnot k postmaterialistickým, poměrně složitým procesem, protože konzumní společnost, která je produktem moderní blahobytné společnosti, podporuje materialistické hodnoty, tj. přesvědčení, že hmotné statky a peníze jsou cestou ke šťastnému a spokojenému životu a jsou známkou životního úspěchu (Richins a Dawson, 1992, Richins, 1994a, Kasser, 2002). Materialismus se tak stává nejen důležitou individuální, ale také kulturně schvalovanou hodnotou. Hodnotou, která se dostává na vrchol pomyslného hodnotového žebříčku a diktuje „způsob života“. Bohužel však takového, jak se dlouhodobě ukazuje, který nevede ani ke štěstí ani ke spokojenosti.

Práce je rozdělena na dvě části – teoretickou a empirickou. Teoretickou část práce tvoří jedenáct kapitol, které se zabývají čtyřmi stěžejními tématy: kvalitou života, významem autonomie pro dobrý život a pojetím materialismu jako individuální a společenské hodnoty.

Prvním z těchto témat je koncept kvality života, tak jak jsem jej nastínila již výše, a historie jejího zkoumání a měření. Téma kvality nalezneme téměř ve všech filosofických systémech. V současné době se diskuze o podstatě lidského štěstí inspirují především aristotelovským konceptem *eudaimonie* a teoriemi utilitarismu a *hédonismu*. Utilitaristická filosofie klade důraz na jedince. Ústřední hodnotou se stává štěstí, seberealizace a svoboda. Společnost je nahlížena jako prostředek vytváření dobrých podmínek pro život občanů. Důležitým přínosem utilitaristické etiky, původně vycházející z egoistického hlediska, kdy člověk sleduje svůj vlastní prospěch a usiluje o slast, je, že přechází k zdůrazňování blaha pro druhé a tím zdůrazňuje jeho význam pro jednotlivce. Pro současný výzkum kvality života, který vychází z hedonistických aspektů života, jsou ústředními tématy štěstí a životní spokojenost. Eudaimonické pojetí kvality života oproti tomu zdůrazňuje, že lidé by měli rozvíjet to, co je na nich nejlepší a používat tyto dovednosti a talent ve službách vyššího dobra, včetně blaha pro druhé lidi nebo celé lidstvo. Tento přístup se hlásí k Aristotelovu pojetí štěstí - eudaimonii, v němž je pocit štěstí spíše než stavem mysli dispozicí pro takové chování a jednání člověka, aby jeho život byl dobrý. Zastánci eudaimonického přístupu při zkoumání kvality života vycházejí z předpokladu, že dobrý je takový život, kdy má člověk pocit, že je plně sám sebou a že jeho život je smysluplný. Hlavními tématy jsou autentický

život, osobní růst, sebeaktualizace a smysl života. Eudaimonické pojetí kvality života skrývá více přístupů a teorií. Předkládám zde práce Alana S. Watermana a Carol Ryffové, které vycházejí z předpokladu, že skutečné štěstí spočívá v rozvoji vlastního potenciálu, seberealizaci a naplňování obecně lidských potřeb.

Zvláštní pozornost věnuji teorii sebedeterminace Edwarda L. Deciho a Richarda M. Ryana, neboť jde o jeden z nejsystematičtějších pokusů o vysvětlení negativních účinků materialistické orientace (jako zvláštního případu vnější motivace) na kvalitu života. Tato teorie vychází z předpokladu, že lidé jsou aktivní, na růst orientované organismy, které působí na své vnitřní i vnější prostředí, aby bylo efektivní a uspokojovalo celou oblast jejich potřeb (Deci a Ryan, 1985b). Základem pro tyto přirozené tendence je vnitřní motivace. Vnitřně motivované chování je takové chování, při kterém lidé zakoušejí volbu a mají vědomí, že jsou příčinou svého jednání, tedy že jsou ve svém jednání *autonomní*. Události, které autonomii narušují nebo snižují, vedou ke sníženému pocitu psychické pohody jedince. Autonomie je konceptem úzce provázaným s eudaimonií. Deci a Ryan tvrdí, že autonomie je jednou ze tří základních psychologických potřeb, které se staly ústředním tématem sebedeterminace. Naplnění základních potřeb – autonomie, kompetence a potřeby vztahů - je nezbytné pro psychologický růst a integritu člověka. Ústřední myšlenky teorie sebedeterminace jsou velmi úzce propojeny s kapitolami věnovanými materialismu a jeho účinkům na kvalitu života.

Druhou tematickou oblast představují teorie materialismu, v nichž je považován za individuální hodnotu. Zamýšlím se nejprve nad otázkou, zda vytváření objektivních materiálních podmínek vede ke zvyšování kvality života jedinců a celých společností. Pojednávám zde o konzumní kultuře, ve které běžná spotřeba statků a služeb již dávno překročila svoji původní funkci uspokojovat nezbytné základní potřeby lidí, a o vztahu mezi člověkem a materiálními statky. Tím se dostávám k samotnému konceptu materialismu a počátkům jeho zkoumání a měření. Většina teorií materialistické socializace vysvětluje vývoj materialismu jako spotřebitelskou orientaci. Předkládám zde teorie materialismu formulované v oblasti marketingu a výzkumu spotřebního chování autory Russelem W. Belkem a Marshou Richinsovou, a dvojicí psychologů Timem Kasserem a Richardem M. Ryanem, kteří ve svých pracích vycházejí z teorie sebedeterminace. Všichni tito autoři podle mého názoru patří mezi nejvlivnější autory v současném výzkumu účinků materialismu na kvalitu života. Přesto, že zmínění (a samozřejmě i další) autoři přistupují k materialismu odlišně, shodují se v tom, že souvisí negativně s kvalitou života, což potvrzují výsledky jejich zkoumání prezentované v této práci. Pro porozumění tohoto negativního vztahu je také důležité zkoumat, jak se u

jedinců materialistické hodnoty vyvíjejí. Této otázce se proto rovněž věnuji a soustředím se zejména na to, jakým způsobem dochází k utváření materialistické orientace v procesu socializace jedince a jakou roli při tom hrají různí aktéři – konkrétně rodina, vrstevníci a média, kteří různým způsobem ovlivňují jeho hodnoty, normy a vzorce chování. Hodnoty jednotlivce, jímž se v průběhu svého života učí, však ovlivňují také hodnoty, jež převažují v dané kultuře. Konzumní kultura stále dominuje vyspělým západním společnostem, v nichž převládá individualismus. Proto se výzkum materialismu a jeho účinky na kvalitu života jedinců soustředil původně především na západní a ekonomicky vyspělé země. Nicméně, jednak pronikání ekonomiky založené na tržním hospodářství a další globalizační procesy překročily různé politické a geografické hranice. V důsledku toho konzumní kultura a s ní spojené materialistické hodnoty ovlivňují společnosti a kultury na celém světě. Jen málo z nich dnes zůstává zcela nedotčeno. Od počátku 90. let se výzkumníci stále více začali zajímat, zda a do jaké míry se materialistické tendence projevují v jiných kulturách (tj. v jiném než západním kulturním okruhu) a jak souvisejí se spokojeností lidí, kteří v nich žijí. Jak uvádí Hofstede (1984, s. 389), kvalita života je záležitostí hodnot, které závisejí na osobní volbě, ale to, co je posuzováno jako dobré či špatné, je ve značné míře diktováno kulturou a společností. Představa o kvalitním životě se u lidí v různých zemích a kulturách proto může různit. V předposlední kapitole prezentuji zjištění některých z mezikulturních výzkumů se zaměřením na rozdíly v materialismu v zemích individualistických a kolektivistických.

Třetím stěžejním tématem práce je pohled na materialismus jako na společenskou hodnotu, tak jak je pojmán politologem Ronaldem Inglehartem. Pod materialistickými hodnotami Inglehart rozumí především orientaci lidí na ekonomickou prosperitu, hmotné bezpečí, stabilní ekonomický růst a dodržování sociálního pořádku – fyzické bezpečí. Postmaterialistické hodnoty spatřuje v orientaci na svobodnou seberealizaci individua, v důrazu občanů na možnost více se podílet na důležitých vládních rozhodnutích a více ovlivňovat správu věcí veřejných v bezprostředním okolí, participovat na řízení v zaměstnání, ve snaze vytvářet méně impersonální a více humánní společnost, v níž myšlenky budou důležitější než peníze. Jeho počáteční práce z roku 1971 vedla k závěru, že vyspělé evropské státy a USA procházejí tzv. tichou revolucí, kdy materialistické hodnoty jsou nahrazovány hodnotami postmaterialistickými. Inglehart rovněž předpokládá, že s postupným přechodem do postmaterialistického stádia dochází ke kultivaci demokratických hodnot a ke zvyšování kvality života. Na základě rozsáhlých výzkumů dochází k závěru, že rostoucí ekonomické jistoty vedou ve společnosti ke kulturní změně, která ji posunuje po nové trajektorii. Přesto,

že ekonomický rozvoj posunuje sociokulturní změnu předvídatelným směrem, tj. směrem k hodnotám postmaterialistickým, také Inglehart zastává hledisko, že každá společnost zůstává jedinečná a mezikulturní rozdíly odráží historickou zkušenost země, včetně politických, sociálních a dalších faktorů (Inglehart a Baker, 2000). Inglehart se svými spolupracovníky již více jak tři desetiletí zkoumají, zda ekonomické a sociokulturní změny, ke kterým dochází, přispívají ke zvýšení pocitu štěstí a spokojenosti na úrovni společností. Výsledky analýz ohromného množství dat z celého světa ukazují, že míra ekonomického rozvoje má vliv na úroveň štěstí a spokojenosti obyvatel sledovaných společností. Podle Ingleharta však není jediným a určujícím faktorem. Hlavním důvodem změn, ke kterým došlo v posledních letech ve sledovaných zemích, je větší důraz na svobodnou volbu člověka ve všech aspektech jeho života. Možnost svobodně se rozhodovat a možnost kontrolovat svůj život má vliv na štěstí a spokojenost jedince.

V empirické části dizertační práce seznamuji s výsledky analýzy dat shromážděných v rámci světového výzkumu hodnot (včetně České republiky) v letech 1999 až 2004, jehož se zúčastnilo více jak 100 000 respondentů ze 70 států pěti kontinentů. Zkoumám, jaký mají materialistické a postmaterialistické hodnoty a autonomie vliv na spokojenost se životem na úrovni jedinců i na úrovni celé společnosti. Při formulaci hypotéz o tomto vztahu vycházím především z teorie sebedeterminace a Inglehartova konceptu materialismu /postmaterialismu. V analýzách pracuji také s údaji o věku, pohlaví, příjmu, hrubém domácím produktu a vzdělání.

1 Z historie zkoumání a konceptualizace kvality života

1.1 Filozofické pozadí

Když se jakýsi bohatý mladý muž zeptal Ježíše, co dobrého má dělat, aby byl (jeho) život věčný, odpověděl mu Ježíš, že takového života dosáhne, pokud bude dodržovat přikázání. Mladík na to řekl, že všechna přikázání dodržoval a co mu tedy ještě schází? Na to se mu dostalo poučení, že ještě jednu věc musí vykonat: „Chceš-li být dokonalý, jdi, prodej, co ti patří, rozdej chudým, a budeš mít poklad v nebi“ (Lk 18:22, Mt 19:21), neboť „snáze projde velbloud uchem jehly než bohatý do Božího království“ (Lk 18:25, Mt 19:24). Tato odpověď předurčila na dlouhá staletí, jaký život bude v euroamerické kultuře pokládán za dobrý: život mravný, život řídicí se – byť za cenu obrovského sebezapření, útrap a úsilí – zákony, v jejichž pozadí stála boží autorita.

K velkému obratu dochází až v novověku. V osvícenském myšlení přestává být hlavním smyslem života služba Bohu nebo králi, jako jeho světskému zástupci. V sekularizované společnosti se vynořuje nový zásadní úkol, nalezení nového smyslu života.

Nepropracovanější odpověď na takto znovu nastolenou otázku, předložili tzv. **utilitářští filosofové** (Bentham, 1776, 1830, 1834, 1907; Mill, 1864, 1865, 1891; Spencer, 1851, 1901; viz rovněž Burns, 2005, Rosen, 1998). Stručně řečeno: Smyslem života je hledání, dosahování a podpora individuálního štěstí. Hlavním principem je princip maximalizace štěstí.

Ve filosofické psychologii těchto autorů je štěstí absolutním cílem v životě jednotlivců, klíčovým motivem jejich chování. Je však rovněž spojeno s morálním chováním a etikou. Každé jednání má být posuzováno na základě jeho důsledků, které jsou posuzovány z hlediska užitku, jež přináší. Užitek je v této filosofii synonymem štěstí. Utilitářská etika považuje za etické to chování, které přináší největší užitek (štěstí). Již ve svém prvním díle Jeremy Bentham (1748 – 1832) tvrdil, že všechny zákony by měly být posuzovány podle etického principu užitku. Užitekem (utilitou) je zde míněno štěstí, které je důsledkem určitého jednání. Bentham však neměl na mysli pouze štěstí jednotlivce, ale štěstí a zájem společnosti, „sumu zájmů členů, ze kterých se skládá“ (Bentham, 1907, str. 3). Nejmorálnější je takové jednání, při kterém je dosaženo největší štěstí všech, o jejichž zájem se jedná. Tento princip nazývá Bentham také *principem největšího štěstí*. Jeho podstata spočívá v úsilí dosáhnout maximálního množství štěstí pro maximální množství lidí. Ve své práci *A Fragment on Government* z roku 1776 uvádí „Je to největší štěstí co největšího počtu, co je mírou

správného a špatného“ (Bentham, 1776, vi)¹⁾. A jak uvádí později v úvodu práce *Constitutional Code* “Cílem tohoto zákona je *největší štěstí největšího počtu*, konkrétně jednotlivců, ze kterých se stát nebo společnost skládá. Základním principem je proto „princip největšího štěstí“ („*The Greatest Happiness Principle*“) a vše řídícím pravidlem je „*maximalizace štěstí*“ (Bentham, 1830, str. 11-12). *Požadavek maximalizace štěstí se tak stává nejen základem morálky, ale také zákonodárství*. Právo je dobré nebo špatné podle toho, zda vede k násobení štěstí lidí (Bentham, 1776). Zákonodárci by proto měli na základě určitého kritéria určovat užitek (utilitu) právních norem, tedy to, zda nová legislativní norma povede k jednání, které přinese ze všech možných variant co největšímu počtu lidí co největší sumu štěstí. Proto je však třeba míru štěstí měřit. K tomuto účelu Bentham navrhl a rozpracoval tzv. *hédonický kalkul* (někdy také nazývaný *kalkul tvorby štěstí, felicific calculus*; z latinského *felix* a *facere*) určený k měření užitečnosti jednání (Bentham, 1907). Přestože myšlenka hédonického kalkulu byla již v té době terčem řady kritik, znamenala důležitý krok ve vývoji racionálního rozhodování a teorií užitku.

Toto pojetí zákonnosti předpokládá, že lidem jde v životě o dosahování štěstí. Utilitaristická etika pak dochází překvapivě k závěru, že tomu nejen tak je, ale že je to tak i správné – sledování vlastního štěstí je novým morálním imperativem. Je nejen v souladu se zákony, ale je i aktem jejich legitimizace. Kdyby v životě přestalo jít o štěstí, přestaly by být tyto zákony legitimní.

John Stuart Mill (1806-1873), Benthamův následovník a žák, nabízí mnohem komplexnější koncepci štěstí (*happiness*). Hovoří přitom o slasti (*pleasure*) a zavádí rozlišení na „vyšší“ a „nižší“ slasti. Svoji koncepci vyšších slastí spojuje s rozvojem těch lidských schopností, které nazývá *vyšší schopnosti (higher faculties)*. Vyšší slasti vycházejí z procvičování vyšších schopností, zejména schopností duševních a mravních. Kultivace těchto specificky lidských schopností patří mezi nejcennější a nejpřínosnější aktivity. Vede ke zdokonalování vyšších schopností a k vyšším formám štěstí. Jejich postupné zdokonalování označuje jako *růst*. Růst, který ústí ve vyšší formy štěstí, by však současně měl být i cílem našich tužeb. Kromě toho je důvodem pro preferenci vyšších slastí i to, že více prospívají druhým lidem. Člověk ušlechtilého charakteru bude mít potěšení z jednání, které přináší dobro druhým. Rozvoj lidských schopností a kultivace a rozvíjení charakteru

¹⁾ Asociace fráze o “největším štěstí největšího počtu“ s Benthamem je dnes zcela běžná, ale sám autor po dlouhou dobu od roku 1776 tuto formulaci v publikovaných pracích nepoužíval. Například v *An Introduction to the Principle of Morals and Legislation* používá alternativně termíny „užitek“ a „princip užitku“ (Burns, 2005).

přispívají ke šťastnému životu a jsou proto žádoucí. Jednotlivec se však může řádně rozvíjet jen tehdy, má-li možnost svobodné volby (Mill, 1891).

Herbert Spencer (1820-1903) v linii utilitaristického myšlení rovněž souhlasí, že konečným cílem v životě je největší slast pro všechny, že štěstí je cílem lidských bytostí. Podobně jako Mill byl zastáncem myšlenky prvořadě důležitosti individuální svobody, vývoje schopností a růstu. Věřil, že pokud jsou lidé svobodní, je důsledkem společenský pokrok a vyšší míra štěstí ve společnosti. Spencerova etika vychází pak z myšlenky, že jednání může být označováno za dobré nebo špatné podle toho, je-li dobře nebo špatně přizpůsobeno životním cílům. Za dobré jednání považuje Spencer takové jednání, které podporuje sebezachování, za špatné jednání, které vede k sebezničení (Spencer, 1901). Spencer ví, že se koncepce štěstí liší v různých časech, mezi různými národy a rasami, dokonce i v rámci jedné komunity. Domnívá se však, že v různých koncepcích existuje něco společného: shoda spočívá v tom, že štěstí znamená jisté smyslové *uspokojení* a především *naplnění vyšších lidských schopností (faculties)*. Tyto schopnosti musí člověk procvičovat – kultivovat. Spencer ze vztahu štěstí a schopností vyvozuje morální konsekvenci: *Je povinností každého jedince rozvíjet své schopnosti*. Plnění této povinnosti přitom předpokládá svobodu (ibid, s. 77) a spravedlnost, které jsou rovnocenné. Pro Spencera je svoboda podmínkou individuálního rozvoje a štěstí.

Utilitaristická filosofie klade důraz na jedince. Ústředními hodnotami se stávají štěstí, seberealizace, svoboda. Společnost je nahlížena jako prostředek k vytváření dobrých podmínek pro život občanů. Důležitým přínosem utilitaristické etiky, původně vycházející z egoistického hlediska, kdy člověk sleduje svůj vlastní prospěch a usiluje o slast, je, že přechází k zdůrazňování blaha pro druhé a tím zdůrazňuje jeho význam pro jednotlivce.

Principy a hodnoty osvícenství - racionalismus, vzdělanost, rovnost a přirozená práva a svobody, humanismus - měly nesmírný vliv na utváření společnosti po další století. Proces sekularizace vedl k důrazu na kulturu, společenský pokrok, rozvoj člověka a zlepšování materiálních podmínek jeho života. Do centra pozornosti se dostal člověk, který se emancipuje od autorit náboženských a církevních a stává se individuálním jedincem, který se svobodně rozhoduje, jak bude žít.

1.2 K historii zkoumání kvality života

Ve 20. století inspirovaly myšlenky utilitaristických filosofů pokusy o vymýcení sociálních neduhů a vedly ke vzniku tzv. sociálních států (*Welfare States*). Boj s negramotností, nemocemi a chudobou se prosadil v řadě sociálních reforem. Jejich úspěšnost byla sledována a nashromážděné údaje daly vzniknout tzv. *sociálním statistikám* – údajům o gramotnosti, epidemických nemocech, eliminaci hladu. Vznik nových sociálních států byl veden snahou zajistit každému především dobrý materiální standard života. Zde byly výsledky rovněž měřeny – například průměrnými příjmy a mírou rovnosti příjmů. Z těchto počátků vyrostla tradice *sociálních výzkumů*, orientovaných na chudobu a sociální nerovnosti, která je dosud velmi silná.

V dalších desetiletích bylo v řadě zemí institucionalizováno periodické zkoumání různých ukazatelů kvality života. V USA se objevují standardizované položky měření životní spokojenosti v pravidelném Gallupově průzkumu od roku 1948. Položky týkající se spokojenosti jsou zahrnuty v dotazníku *General-Social-Surveys* od roku 1972. V Japonsku otázky na životní spokojenost figurují v ročních výzkumech Stavů země od roku 1958. Od 70. let řada západoevropských zemí periodicky zkoumá kvalitu života. Evropská unie započala s výzkumem „Eurobarometer“ v roce 1973. Od 80. let pak je zkoumána spokojenost se životem v Řecku, Španělsku a Portugalsku a postupně v dalších evropských zemích.

Samotný koncept kvality života (*Quality of life, QOL*) se dostal do popředí zájmu v 60. a 70. letech 20. století v USA a v Evropě. Nicméně tento koncept byl zmiňován již v období mezi dvěma světovými válkami a týkal se ekonomického blahobytu. Často je v souvislosti s původem termínu kvality života zmiňován anglický ekonom Artur C. Pigou, který ve své práci *Economics of Welfare (Ekonomie blahobytu, 1920)* předpokládal, že přerozdělení bohatství od bohatých k chudým by vedlo ke zvýšení celkového blahobytu, tedy ke zvýšení kvality života. Oživení zájmu o koncept kvality života v USA a v Evropě pak vyvolala v druhé polovině 20. století řada zjištění, ukazujících, že materiální blahobyt negarantuje vysokou kvalitu života. V 60. letech 20. století se začíná zdůrazňovat nemateriální dimenze kvality života. V Evropě tento pojem uvedl zejména v souvislosti se zhoršujícím se životním prostředím do svého programu Římský klub, založený v roce 1968 jako nevládní organizace kritizující negativní tendence kapitalistické společnosti. Jednou z hlavních aktivit této organizace bylo programové zvyšování úrovně lidí a kvality jejich života. Podle Světové zdravotnické organizace (*World Health Organization, WHO*) je kvalita života vyjádřena tím

„jak člověk vnímá své postavení v životě v kontextu kultury, ve které žije, a ve vztahu ke svým cílům, očekáváním, životnímu stylu a zájmům“ (WHOQOL, 1998, s. 1570).

Snahy o formulaci obecné definice kvality života probíhají řadu let, přesto dosud nedošlo ke shodě. Tato nejednotnost v definování kvality života je dána komplexností a dynamickým charakterem tohoto jevu, a také skutečností, že často odráží různé zájmy a pohledy výzkumníků z různých vědních oblastí. Přesto, že při vymezení pojmu kvality života panuje mezi jednotlivými autory nejednotnost, má většina definic společné, že zdůrazňuje subjektivní hodnocení životní spokojenosti a pocit štěstí jednotlivce.

Současný výzkum kvality života vychází ze dvou hlavních perspektiv. Prvním z nich je hédonismus, který navazuje na utilitaristické myšlení. Podle tohoto přístupu běží lidem v životě především o dosahování příjemných stavů a o vyhýbání se stavům nepříjemným – tedy o štěstí (Kahneman, Diener a Schwartz, 1999). Podle druhého, tzv. eudaimonického přístupu, jde lidem především o to být plně sebou samými (Waterman, 1993).

Rozdíl mezi hédonismem a eudaimonií, dvěma koncepty štěstí, vzešel ze dvou filosofických pohledů na podstatu „dobrého života“ nebo dobře žitého života. V pojetí hédonického štěstí je cílem prožitek, potěšení, slast. Naopak v klasickém pojetí eudaimonie podle Aristotela je cílem dobrého života snaha o naplnění lidského potenciálu a toho, o co stojí v životě usilovat. Eudaimonické štěstí je pozitivní subjektivní stav, jehož produktem (nebo vedlejším produktem) je snaha o seberealizaci. Eudaimonie je výrazně spjata s aktivitami, které s sebou nesou příležitost k rozvoji potenciálu.

1.3 Objektivní a subjektivní kvalita života

U kvality života se rozlišují dvě základní dimenze – objektivní a subjektivní. Objektivní dimenzí kvality života lze označit souhrn materiálních, sociálních, zdravotních a environmentálních podmínek, které mají vliv na život člověka. Subjektivní kvalita života je dána především subjektivní reflexí těchto objektivních podmínek (jejich percepcí, hodnocením a následnou spokojeností či nespokojeností s nimi). Je tedy podmíněna individuální spokojeností s různými oblastmi života.

Pro označení subjektivní stránky kvality života se v odborné literatuře používá pojem „*well-being*“ (Campbell, Converse a Rodgers, 1976), případně jsou používány různé související termíny, jako např. „*happiness*“ (štěstí) (Veenhoven, 1995; Kahneman, Diener a Schwartz, 1999), „*satisfaction*“ (spokojenost) nebo „*subjective well-being*“ (subjektivní

pohoda) (Veenhoven, 1995, Diener, 1984). V české terminologii se nejčastěji jako ekvivalent pojmu *well-being* používá „osobní pohoda“ (Blatný et al., 2005).

1.4 Ekonomické a sociální indikátory

V USA se již od roku 1946 užívá systém *ekonomických indikátorů*, které umožňují hodnotit výkonnost ekonomiky a napomáhají při jejím řízení. Nejznámějším z nich je tzv. hrubý domácí produkt na osobu (HDP *per capita*) a spotřební koš.

Stále silněji se však ozývaly hlasy upozorňující na to, že ekonomické indikátory nestačí, a že je třeba sledovat rozsáhlejší a rozmanitější série údajů. To vedlo ke vzniku sledování tzv. *sociálních indikátorů*. Jako sociální indikátory byly označeny nejrozmanitější jevy neekonomické povahy, například vzdělanost, politické svobody, nezaměstnanost a kriminalita. Dlouhodobé sledování údajů o těchto jevech („indikátorů“) je využíváno k vyhodnocení stavu společnosti z dlouhodobého hlediska. V analogii s užíváním ekonomických indikátorů k ovlivňování ekonomické politiky byly od počátků sociální indikátory spojeny s očekáváním, že jich bude využíváno k ovlivňování sociální politiky.

Ve výzkumu sociálních indikátorů došlo ke konceptuálnímu rozlišení mezi tzv. objektivními a subjektivními indikátory. Tyto výzkumy jsou od samého počátku založeny na představě, že zlepšování objektivních podmínek, zejména materiálních podmínek života společnosti, vývoj techniky, nárůst hrubého domácího produktu a vytváření ústav, v nichž budou maximalizovány potence pro svobodu a spravedlnost, bude mít za následek zvyšování celkového štěstí ve společnosti. Pro nashromážděné údaje o objektivních podmínkách se zažil termín „objektivní sociální indikátory“, pro údaje o míře štěstí ve společnosti termín „subjektivní sociální indikátory“.

Objektivní sociální indikátory odrážejí objektivní okolnosti, ve kterých lidé v dané kulturní a geografické jednotce žijí. Reprezentují různé oblasti života, jimiž jsou například výše příjmů (HDP měřený celkem na danou zemi, HDP na obyvatele), bydlení, zdravotní stav, úroveň zdravotní péče, nezaměstnanost, úroveň vzdělání, dětská úmrtnost, střední délka života, míra kriminality, politické svobody, rovnoměrnost rozdělování příjmů ve společnosti, stav životního prostředí apod. Tyto ukazatele mohou být relativně snadno identifikovány a kvantifikovány. Díky tomu, že měří jevy napříč různými životními oblastmi, jsou schopny zachytit důležité aspekty společnosti, které ekonomická měřítka postihnout nemohou. Tyto

indikátory se snaží podat pokud možno co nejúplnější informaci o objektivní kvalitě života – tedy o objektivních podmínkách života – v dlouhodobé perspektivě.

Měření kvality života pomocí objektivních ukazatelů má samozřejmě také své slabé stránky, kterými může být nepřesnost statistik a subjektivní rozhodování o výběru a měření proměnných (Diener a Suh, 1997). Ale jejich pravděpodobně největším nedostatkem je, že neodrážejí zkušenosti jednotlivců (Campbell, Converse a Rodgers, 1976). Lidé mohou být poměrně šťastní i ve značně nepříznivých ekonomických a jiných podmínkách – a naopak ne příliš šťastní i v podmínkách poměrně příznivých. Pro to, abychom porozuměli tomu, jak lidé vnímají a pociťují ze svého hlediska kvalitu svého života, je důležité zaměřit se na jejich kognitivní a afektivní reakce jak na jednotlivé oblasti jejich života, tak na život jako celek (Diener, 1984; Myers a Diener, 1995).

Subjektivní sociální indikátory. Od 70. let 20. století byla publikována řada studií věnovaná snaze o vytvoření indikátorů, které by mohly plnit tuto funkci. Subjektivní sociální ukazatele vycházejí především z výpovědí respondentů a z jejich reflexe zkoumaného problému. Zpravidla jde o dotazníkové položky, zjišťující míru štěstí a spokojenosti se životem. Štěstí bývá v těchto výzkumech operacionalizováno nejčastěji otázkou: „Když zvážíte všechna pro a proti, řekl/a byste, že jste: velmi šťastný/á – poměrně šťastný/á – ne moc šťastný/á?“ Spokojenost se životem je zjišťována položkou: „Když zvážíte všechna pro a proti, jak jste celkově spokojen/a se svým současným životem?“ (1 = nespokojen/a, ..., 10 = spokojen/a). Tyto dva konstrukty jsou velmi často chápány jako synonyma. Rovněž tyto indikátory jsou sledovány po desetiletí a umožňují vytváření časových řad a porovnávání jednak uvnitř států z hlediska historického (změnu v průměrné míře štěstí ve společnosti), jednak mezi státy.

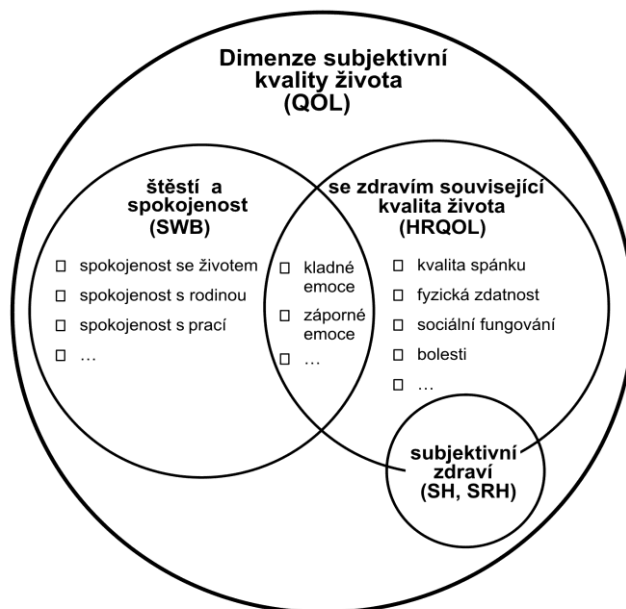
2 Hédonické pojetí kvality života

Jak jsem již zmínila, v současnosti se rozlišují ve společenských vědách dvě koncepce kvality života. Tato kapitola je věnována první z nich, označované jako hédonické pojetí kvality života. Hlavními tématy jsou zde pocity štěstí a životní spokojenost. Při výzkumu takto pojaté kvality života spojili své síly sociologové (Campbell, Converse a Rodgers, 1976; Bradburn, 1969), psychologové (Diener, 1984; Kahneman, Diener a Schwarz, 1999), ekonomové (Lyard, 2005) a politologové (Inglehart, 1971). Často používají – jako synonyma – termíny kvalita života, SWB (Subjective Well-Being; často překládáno jako *subjektivní pohoda* a štěstí). Tito autoři se dotazují respondentů na to, jak jsou šťastni a spokojeni se svými životy, případně na to, jak často prožívali během několika posledních týdnů pocity radosti, štěstí atp. Výzkumy mají zpravidla ráz národně reprezentativních šetření, která jsou v některých státech (např. v USA) realizována opakovaně již po několik desetiletí. Výsledky pak lze použít pro sledování časových řad a pro mezinárodní srovnávání.

Pro vymezení hédonicky pojaté kvality života měly zásadní význam tři práce. V první z nich dospěl Norman Bradburn (1969) k závěru, že kladné a záporné emoce nejsou dvěma póly téže dimenze, ale že jde o dvě nezávislé dimenze, které jsou ovlivňovány odlišnými proměnnými. To jej vedlo k definici kvalitního života jako života, v němž převažují kladné emoce nad emocemi zápornými. O několik let později zavedli Frank M. Andrews a Stephen Bassett Whitey (1976) škálu určenou k měření celkové spokojenosti se životem. Ve stejném roce vydali Angus Campbell, Philip E. Converse a Willard L. Rodgers (1976) práci věnovanou zkoumání souvislostí mezi celkovou spokojeností se životem a spokojeností s jednotlivými oblastmi, jimiž jsou například rodina, práce, zdraví, dosažená úroveň vzdělání atd.

Subjektivní kvalita života (SWB) je v návaznosti na tyto práce v psychologii dnes často pojímána jako konstrukt, který je definován čtyřmi spolu souvisejícími, avšak nepřekrývajícími se komponentami: kladnými emocemi, zápornými emocemi, spokojeností s jednotlivými oblastmi života a spokojeností se životem jako celkem. Kladné a záporné emoce představují afektivní komponentu kvality života, spokojenost s jednotlivými oblastmi a spokojenost se životem vcelku její komponentu kognitivní (Diener, 1984; Diener et al., 1999). Emocionální složka je hédonickým hodnocením řízeným emocemi a pocity, zatímco kognitivní složka je založena na hodnocení vlastního života, tedy například na posouzení míry, do jaké život odpovídá očekáváním a přibližuje se „ideálu“ (Diener, 1994, s. 106).

Kromě štěstí a spokojenosti je – především v medicínských vědách – zahrnováno mezi dimenze subjektivní kvality života také *subjektivní zdraví* (Subjective Health, SH), případně dimenze zahrnuté pod společný konstrukt *se zdravím související kvalita života* (Health-Related Quality Of Life, HRQOL) (Hnilica, 2005). Souvislosti mezi dimenzemi vyjadřuje následující obrázek (obr. 1).



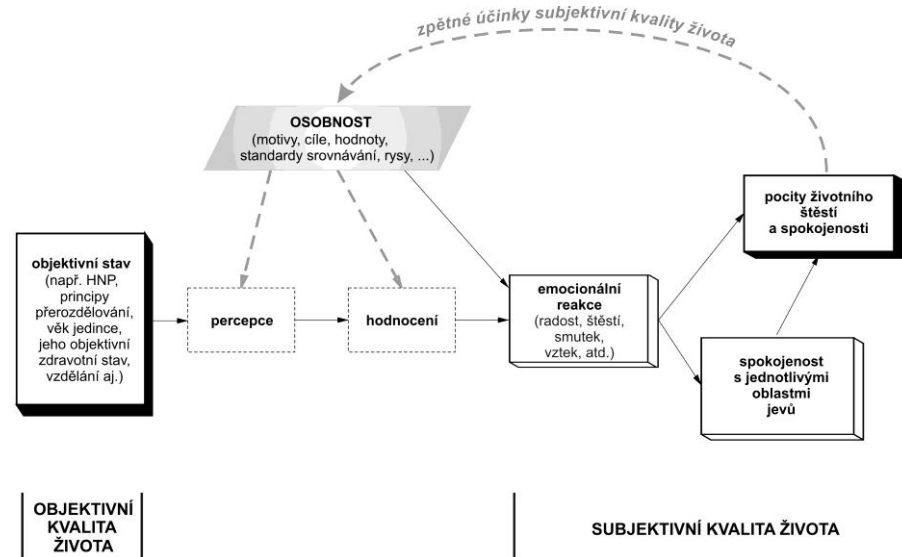
Obrázek 1: Dimenze kvality života
(Zdroj: Hnilica, 2005, s. 417. Přejato se svolením autora.)

2.1 Objektivní a subjektivní dimenze kvality života: Integrace přístupů

Integrace obou dimenzí kvality života – objektivní a subjektivní – je předmětem odborných diskusí. Jeden z možných modelů teoretických vztahů mezi objektivními podmínkami a subjektivní kvalitou života předložili ve své práci například Hnilica, Rendlová, Bariekzahyová a Hnilica (2006). Tento procesuální model je znázorněn na obr. 2.

Ekonomické, politické, sociální a jiné objektivní podmínky (životní standard, objektivní kvalita života) vedou v tomto modelu k emocionálním reakcím. Emocionální reakce – například zkušenosti v určité oblasti – jsou časem integrovány do kognitivní sumarizace, která má podobu spokojenosti s danou oblastí. Emocionální reakce kromě toho mohou ovlivnit zdravotní stav jedince. Percepce a hodnocení navíc ovlivňují osobnostní proměnné. Výsledky výzkumů například ukazují, že se silně materialističtí jedinci liší v řadě ohledů od méně

materialistických jedinců: mají odlišné hodnoty, osobnostní rysy, používají jiné standardy srovnávání atd. (např. Richins, 1987, 1991; Belk, 1984, 1985; Kasser, 2002, 2008; Sirgy, 1998). Jejich emocionální reakce a celková kvalita života jsou v důsledku toho jiné než emocionální reakce a kvalita života lidí méně materialistických.



Obrázek 2: Procesuální model kvality života
(Hnilica, Rendlová, Bariekzahyová, Hnilica, 2006, s. 202)

2.2 Měření subjektivního pocitu pohody (Subjective Well-Being)

V 19. století probíhaly diskuse o tom, zda může být štěstí měřeno. Tyto diskuse byly součástí diskuse o utilitaristické morální filosofii, která vyžadovala určitý typ hédonického účetnictví k posouzení alternativních směrů k dosažení štěstí. S rozvojem výzkumu štěstí v posledních desetiletích 20. století se také soustředila diskuse na to, zda měření subjektivního hodnocení života může být validní.

První důležitá studie kvality života byla provedena v roce 1957 (Gurin, Veroff a Feld, 1960). Studie byla orientována na oblast duševního zdraví a hodnotila psychické zdraví respondentů. Tato studie byla následována řadou obdobných výzkumů. V roce 1961 Norman Bradburn z *National Opinion Research Center* inicioval program výzkumu, který měl za cíl ustanovit linie a národní normy pro chování spojené s duševním zdravím prostřednictvím periodických národních výzkumů. V další rozsáhlé studii Hadley Cantril (Cantril, 1965)

porovnával data shromážděná v třinácti různých zemích (včetně USA). Použil 11-bodovou stupnici, na níž respondenti uváděli, jak jsou v dané době spokojeni se svými životy.

V současnosti se k měření výše uvedených dimenzí subjektivní kvality života (Hnilica et al., 2006) používá řada různých škál. Uvedu pouze některé častěji používané.

2.2.1 Kognitivní dimenze subjektivního pocitu pohody (spokojenost)

K měření **spokojenosti se životem** se používají buď jednopoložkové, nebo vícepoložkové škály. V mezinárodních srovnávacích výzkumech je často používána tato jednopoložková škála: „*Jak jste celkově spokojený/á se svým životem?*“ Odpovědi je možné odstupňovat například od 0 do 10, kde 0 = zcela nespokojený/á, ..., 10 = naprosto spokojený/á.

Příkladem vícepoložkové škály je škála SWLS (Satisfaction with Life Scale; Diener et al., 1985), která pomocí pěti tvrzení měří, jak spokojený je člověk se svým životem. Respondent vyjadřuje souhlas nebo nesouhlas s každým tvrzením na sedmibodové stupnici od 1 (rozhodně nesouhlasím) po 7 (rozhodně souhlasím).

Téměř vždy se můj způsob života shoduje s mým ideálem.	1	2	3	4	5	6	7
Podmínky mého života jsou vynikající.	1	2	3	4	5	6	7
Jsem se svým životem spokojený/á.	1	2	3	4	5	6	7
Dostal/a jsem od života téměř vše, co jsem chtěl/a.	1	2	3	4	5	6	7
Kdybych mohl/a žít svůj život znovu, téměř nic bych neměnil/a.	1	2	3	4	5	6	7

Podobné stupnice se používají k měření **spokojenosti v nejrozmanitějších oblastech života** (rodina, práce, přátelé, příjmy, vzdělání apod.).

Specifické místo v měření spokojenosti s různými oblastmi života zaujímají škály určené k měření **spokojenosti se zdravím**. Nejčastěji se používá tato jednopoložková škála měřící tzv. subjektivní zdraví.

Řekl/a byste, že je Vaše zdraví celkově

výborné	velmi dobré	dobré	docela dobré	špatné
1	2	3	4	5

Někdy se rovněž zjišťuje (především u nemocných a starých lidí) spokojenost s různými oblastmi týkajícími se zdraví (např. kvality spánku, bolestí apod.).

2.2.2 Emocionální dimenze subjektivního pocitu pohody (emocionální stav)

K měření emocionálních stavů se používají dvě základní techniky. První z nich bývá označována jako **retrospektivní měření**. Například jedna z nejznámějších škál označovaná jako PANAS (Positive and Negative Affect Scale) se ptá na to, jak často se u nás vyskytovalo v období posledních 4 týdnů 20 různých emocí. K odpovědi používá respondent stupnici od 1 (stále) po 7 (vůbec nikdy). Mezi uvedené emocionální stavy patří např. tyto:

Cítil/a jsem se plný/á elánu	1	2	3	4	5	6	7
Byl/a jsem šťasten/šťastná	1	2	3	4	5	6	7
Byl/a jsem vyčerpaný/á	1	2	3	4	5	6	7
Byl/a jsem podrážděný/á	1	2	3	4	5	6	7
Cítil/a jsem se svěží	1	2	3	4	5	6	7
Cítil/a jsem smutek	1	2	3	4	5	6	7

Nevýhodou této techniky je, že paměťová rekonstrukce emocionálních prožitků nemusí být nejvěrnější. Proto se rozpracovávají techniky tzv. **měření emocí „on-line“**, například ESM (Experience Sampling Method). Při použití této techniky jsou pořizovány reprezentativní vzorky prožívaných emocí v průběhu určitého období, například týdne. Respondent obdrží pager, který je v nepravidelných intervalech během dne aktivován vysílačkou. Běžnou praxí je, že pager pípne během dne v nepravidelných dvouhodinových intervalech. Toto zařízení u sebe respondent nosí týden nebo i déle. Pokud možno co nejdříve po zaznění signálu má respondent udat pomocí škály, jak se cítí šťastný, svěží, smutný atd.

3 Eudaimonické pojetí kvality života

Druhé pojetí subjektivní kvality života bývá označováno jako eudaimonické. Tímto názvem se hlásí k Aristotelovu pojetí dobrého života (Aristoteles, 1996). Samotný Aristotelův termín eudaimonia je obtížné přeložit. Proto ho autoři zpravidla ponechávají v jeho řecké podobě. Jeho přibližným překladem do češtiny je *blaženost* nebo *štěstí*. Aristoteles pokládal eudaimonii za nejvyšší dobro a cíl veškerého snažení člověka. Štěstí či blaženost je však v tomto pojetí spíše než stavem mysli („pocitem štěstí“) dispozicí k tomu, jak se má člověk chovat a jednat, aby byl jeho život dobrý, hodnotný.

Autoři inspirovaní touto koncepcí vycházejí kromě Aristotela především z prací soudobých humanisticky a existenciálně orientovaných psychologů (Rogers, 1963; Maslow, 1954; Frankl, 1994). Hlavními tématy jsou autentický život, osobní růst, sebeaktualizace, smysl života. Tito autoři – jde vesměs o psychology – vycházejí z předpokladu, že dobrý je takový život, kdy má jedinec pocit, že je plně sám sebou a že jeho život má smysl. Je-li současně šťastný, tím lépe; samotné štěstí však jeho život dobrým neučiní.

Pod společným názvem eudaimonické pojetí kvality života se skrývá více zčásti odlišných přístupů a teorií. V této části zmíním především přístupy Alana S. Watermana, Carol Ryffové, a přístup psychologů „rochesterské školy“ - Edwarda Deciho a Richarda Ryana.

3.1 Sebevyjádření – Alan S. Waterman

Alan S. Waterman (1990, 1993) zdůraznil rozlišení mezi hédonickým potěšením (hedonic enjoyment) a sebevyjádřením (personal expressiveness). Waterman (1993) uvádí, že zatímco štěstí je pojímáno hédonicky, tedy jeho základní charakteristikou je převaha pozitivních emocí, eudaimonická koncepce osobní pohody (well-being) vyzývá, aby lidé žili v souladu se svým daimónem, nebo „opravdovým já“. Tvrdí, že eudaimonia může být chápána jako „pocit doprovázející chování, které směřuje a je konzistentní s vlastním opravdovým potenciálem“ (Waterman, 1984, s. 16). Eudaimonia podle Watermana nastává tehdy, když jsou životní aktivity nejvíce kongruentní nebo uvedeny do souladu se zastávanými hodnotami a lidé jsou v nich holisticky či plně angažováni. Za těchto okolností se mohou jedinci cítit autenticky a být, kým skutečně jsou. Tento stav, který je charakterizován 1) neobvykle intenzivním zapojením do činnosti, 2) pocitem, že činnost je ve shodě s vlastními hodnotami, 3) pocitem

zvýšené aktivity a 4) pocitem naplnění, seberealizace a smyslu života, Waterman nazývá **sebevyjádřením** (personal expressiveness).

Přestože pocit sebevyjádření a hédonické potěšení jsou oba pozitivními kognitivně-emocionálními stavy, existuje mezi nimi kvalitativní rozdíl. Liší se v míře, do jaké činnosti, ve kterých se jedinec angažuje, podporují uskutečnění jeho nejlepšího potenciálu. Zatímco hédonické potěšení s sebou přináší pocit uvolnění, pocit sebevyjádření vede k rozvoji vlastního potenciálu a je spojen s intenzivním a silným pocitem, že člověk dělá to, co má smysl a co dělat chce, a že je při tom sám sebou (Waterman, 1990, 1993). V této souvislosti Waterman spojuje stav sebevyjádření se stavem, který Mihaly Csikszentmihalyi (1975, 1990) popisuje jako *flow* (plynutí, stav optimálního prožitku). Pocit „plynutí“ je prožitkem radosti, tvořivosti, soustředění, kontroly a naprostého zaujetí určitou činností: hodnotou se stává prožitek sám. Člověk jedná v souladu se svým záměrem a schopnostmi, což přispívá k pocitu osobního růstu a vnitřního uspokojení.

Podle Watermana a jeho spolupracovníků (Waterman et al., 2010) zahrnuje eudaimonický pocit pohody (Eudaimonic Well-Being, EWB) tyto aspekty:

- 1) **Sebepoznání** (self-discovery). Eudaimonismus jako teorie vyzývá, aby člověk žil v souladu se svým daimonem, tj. aby usiloval o seberealizaci. Před tím je však třeba poznat, kým člověk už je. To je proces sebepoznání.
- 2) **Rozvoj svého nejlepšího potenciálu** (percieved development of one's best potentials). Z eudaimonické perspektivy je důležité poznat sám sebe, poznat své potenciality, které reprezentují nejlépe, kým je člověk schopen se stát. Je však nejen třeba rozpoznat tyto potenciality, ale člověk musí také aktivně usilovat o jejich rozvoj.
- 3) **Pocit smysluplnosti a významu života** (a sense of purpose and meaning in life). Poté, co člověk pozná své vlohy a dovednosti, je třeba se rozhodnout, jaké hodnoty tyto vlohy a dovednosti mají řídit. K prožití eudaimonického pocitu pohody musí člověk nalézt způsob, jak své dovednosti a vlohy použít při svém usilování o smysluplné cíle v životě.
- 4) **Investice do úsilí** (investment of significant effort in pursuit of excellence). Protože je prožívání eudaimonického pocitu pohody přisuzováno seberealizaci, tj. využití svých dovedností a vloh ve smysluplných aktivitách, pak úsilí, které je investováno do

takových aktivit, bude značně větší než do jiných aktivit, ve kterých se jedinec angažuje.

- 5) **Intenzivní angažovanost** (intense involvement in activities). Angažují-li se lidé v osobně smysluplných aktivitách, při kterých zcela využívají svých dovedností a vloh, měla by být intenzita zapojení do těchto aktivit značně vyšší než do jiných aktivit. Csikszentmihalyi (1990) pojmenoval tento prožitek intenzivního zapojení „flow“.
- 6) **Potěšení jako sebevyjádření** (enjoyment of activities as personally expressive). Jedním z nejdůležitějších aspektů eudaimonické pohody je prožitek štěstí ve formě eudaimonie. Člověk, který dosáhl vysoké úrovně sebevyjádření, cítí, že to, co ve svém životě dělá, je vyjádřením toho, kdo je.

Vývoj jedince je úspěšný tehdy, když je schopen identifikovat svůj nejlepší potenciál a angažovat se v aktivitách, ve kterých tento svůj potenciál uplatní (Waterman, 1993, 2004; Waterman et al., 2010). Tyto eudaimonické aktivity vedou k pocitu *sebevyjádření* (eudaimonie), který posiluje motivaci k další účasti na podobných aktivitách.

3.2 Duševní zdraví – Carol Ryffová

Carol Ryffová (1989) podobně jako Waterman při formulaci své eudaimonicky pojaté osobní pohody vychází z aristotelovského konceptu eudaimonie ve smyslu rozvoje vlastního potenciálu, pocitu seberealizace a autonomie. Postrádá však v předchozích koncepcích důležité psychologické aspekty pozitivního fungování. Navíc podle autorky chybí teoretický základ, který umožňuje pocit pohody definovat.

Ryffová své pojetí psychologické osobní pohody zakládá na teoriích a myšlenkách psychologů, kteří se zabývali lidským růstem a rozvojem (Erikson, 1959), smyslem a účelem života (Maslow, 1968; Rogers, 1962; Allport, 1961), a také v neposlední řadě těch utilitářských filosofů (např. Mill, 1864, 1865), kteří nepovažovali subjektivní pocity štěstí za konečný životní cíl. Na základě těchto teoretických zdrojů definuje a operacionalizuje svůj koncept **psychologické osobní pohody** (PWB; Psychological Well-Being) jako to, co podporuje a současně indikuje naše emocionální a fyzické zdraví (Ryff a Singer, 1998). Psychologická osobní pohoda je tak podle Ryffové „usilováním o dokonalost, která představuje realizaci skutečného potenciálu jedince“ (Ryff, 1995, s. 100). Autorka ve svém

přístupu zohledňuje optimální fungování jedince v různých oblastech jeho života. Cílem života není dosažení osobního pocitu štěstí, ale nalezení sebeuplatnění a smyslu života (Ryff, 1989).

Ryffová a Coreys L. M. Keyes (1995) prezentovali multidimenzionální přístup k měření psychické osobní pohody, který se dotýká šesti různých aspektů lidské aktualizace: *autonomie, osobního růstu, sebpřijetí, smyslu života, zvládnání životního prostředí a pozitivních vztahů s druhými*. Těchto šest konstruktů definuje psychologický pocit pohody jak teoreticky tak operacionálně a specifikuje, co napomáhá psychickému a fyzickému zdraví (Ryff a Singer, 1998).

Ryffová (1989; Ryff a Keyes, 1995; Ryff a Singer, 1998) uvádí charakteristiky jedinců, kteří mají nadprůměrné a podprůměrné hodnoty v jednotlivých dimenzích:

- **Sebpřijetí (Self-acceptance)**. Jedinec má k sobě kladný postoj; uznává a přijímá různé stránky sebe samého, včetně svých dobrých i špatných vlastností; má dobrý pocit ze své minulosti.
- **Autonomie (Autonomy)**. Jedinec je rozhodný a nezávislý, schopný odolávat sociálním tlakům působícím na jeho myšlení, cítění a jednání; řídí své chování zevnitř; hodnotí se na základě osobních standardů.
- **Osobní růst (Personal growth)**. Jedinec má pocit neustálého vývoje; nahlíží na sebe jako na člověka, který roste a neustále rozšiřuje své Já; je otevřený novým zkušenostem; má pocit, že realizuje své vlastní potenciality.
- **Životní poslání/cíle/smysl (Purpose in life)**. Jedinec má v životě úkoly a cíle a pocit směřování; cítí, že přítomnost má význam (smysl); je stoupcem názorů, které dávají životu smysl.
- **Kladné vztahy s druhými (Positive relations with others)**. Jedinec má s druhými lidmi vřelé vztahy založené na důvěře; je s těmito vztahy spokojený; záleží mu na blahu druhých; je schopen silné empatie, citů a intimity.
- **Zvládnání vnějších podmínek / životního prostředí (Environmental mastery)**. Jedinec má pocit kompetence a zdatnosti při zvládnání nároků prostředí; využívá efektivně příležitosti, které se naskytanou; je schopen nalézat a vytvářet vnější podmínky, které jsou v souladu s jeho osobními potřebami a hodnotami.

Dimenze osobní pohody považuje Ryffová za klíčové aspekty pozitivního psychologického fungování – tj. duševního i fyzického zdraví. Psychologická osobní pohoda není přímo spojena se „štěstím“, ale je vedlejším produktem „dobrého života“ (Ryff a Singer, 1998).

3.3 Teorie sebedeterminace – Edward L. Deci a Richard Ryan

Dnes nejpropracovanější teorií eudaimonického štěstí představuje teorie sebedeterminace. Jde současně o teorii, která je podpořena největším množstvím experimentálních dat. Jí věnuji zbývající část této kapitoly. Tato část je nejrozsáhlejší, protože je teoreticky nejtěsněji propojena s následující částí práce, která se zabývá materialismem.

Edward L. Deci a Richard M. Ryan (Deci a Ryan, 1985a; Ryan a Deci, 2001), podobně jako Waterman a Ryffová se svými spolupracovníky zdůrazňují, že eudaimonie je tím, jak člověk žije svůj život, nikoliv cílovým stavem. Eudaimonické pojetí kvality života vyzdvihuje osobní růst člověka a jeho seberealizaci. Konceptem, který je úzce spjat s eudaimonií, je *autonomie*. Autonomie se týká vůle, zakoušení volby, ztotožnění s vlastním chováním a jednáním. Ryan a Deci tvrdí, že autonomie je jednou ze tří základních a univerzálních potřeb, které jsou ústředním tématem **teorie sebedeterminace** (SDT; *Self-determination Theory*, Deci a Ryan, 1985a; Ryan a Deci, 2000).

Teorie sebedeterminace je přístupem k lidské motivaci a osobnosti. Používá empirické metody a organismické teorie zdůrazňující důležitost vnitřních zdrojů pro rozvoj osobnosti člověka a jeho behaviorální seberegulaci (Ryan, Kuhl a Deci, 1997); předpokládá a zkoumá inherentní tendence k růstu a vrozené psychologické potřeby, které jsou základem motivace a integrace osobnosti. Současná podoba této teorie vznikala v podobě několika dílčích, tzv. malých teorií, které se soustředí na různé faktory ovlivňující lidskou motivaci a optimální fungování jedince.

Teorie vychází z předpokladu, že lidé jsou aktivní, na růst orientované organismy, které působí na vnitřní i vnější prostředí, aby bylo efektivní a aby uspokojovalo celou oblast jejich potřeb (Deci a Ryan, 1985b). Podle této teorie je základní energizující bází pro přirozenou aktivitu organismu **vnitřní motivace**. Vnitřně motivované chování je sebedeterminováno. Sebedeterminace znamená, že lidé zakoušejí volbu a mají vědomí, že jsou sami příčinou svého jednání.

Ústředním tématem teorie sebedeterminace se stal koncept základních psychologických potřeb. Ryan a Deci (2000) zdůrazňují, že sebedeterminované chování vychází ze tří hlavních **psychologických potřeb**, které jsou univerzální a vyskytují se během vývoje jedince:

- **Potřeba *autonomie*** (autonomy) zahrnuje potřebu cítit, že jsme nezávislí na vnějších tlacích a že jsme spíše „původci“ než „pěšáky“ (DeCharms, 1968). Opakem autonomie je heteronomie (závislost, podřízenost) nebo excesivní vnější kontrola (řízení, ovládání). V rámci sebedeterminační teorie je autonomie odlišována od nezávislosti (independence) nebo individualismu; autonomie je považována za univerzální potřebu, zatímco individualismus a nezávislost za kulturně specifické hodnoty. Autonomie nutně nevyžaduje jednat bez jakýchkoliv omezení nebo požadavků, nevyžaduje ani jednat v protikladu k omezením nebo požadavkům. Klíčovou otázkou je, zda je takové chování v souladu s opravdovým „já“ jedince. Chování se liší tím, do jaké míry je autonomní, tj. založené na vůli aktéra. Leží na motivačním kontinuu, na jehož jednom konci je autonomní motivace a na druhém pólu je kontrolovaná motivace.
- **Potřeba *kompetence*** (competence) zahrnuje usilování o kontrolu výsledků událostí, do kterých se osobnost dostává, a získávání pocitu zvládnání a pocitu efektivnosti v interakci s prostředím.
- **Potřeba *vztahů*** (relatedness) zahrnuje snahu jednotlivce pečovat o druhé i snahu o dosažení pocitu, že druzí oplácejí tyto vztahy autentickým způsobem a že vztahy jsou vzájemně podporující a uspokojující.

Tyto tři lidské potřeby jsou nezbytné pro neustálý psychologický růst a integritu. Jejich uspokojení je spojeno s nejvíce efektivním fungováním. Každá z potřeb hraje nezbytnou roli v optimálním vývoji – žádná z nich nemůže být mařena nebo zanedbána bez toho, aby nezanechala negativní důsledky. Podle Deciho a Ryana (2000) neexistuje případ optimálního a zdravého vývoje, ve kterém by mohla být potřeba autonomie, vztahů nebo kompetence opomíjena, a to bez ohledu na to, zda je pro jednotlivce tato potřeba důležitá či ne. Psychologické zdraví vyžaduje uspokojení všech tří potřeb; uspokojení jedné nebo dvou z nich není dostačující. Aby člověk dosáhl psychické pohody, musí mít pocit, že je kompetentní, tedy že něco umí a zvládá, že je sám sebou a své chování může svobodě určovat, a musí být zapojen do sociálních vztahů. Protože jsou tyto potřeby vrozené, lidé o uspokojování těchto potřeb vědomě či nevědomě usilují. Uspokojení základních potřeb tedy představuje nezbytnou podmínku k osobnímu růstu a dosažení eudaimonického štěstí.

Určení základních psychologických potřeb, spojených s vnitřně motivovanými procesy, navíc umožnilo predikovat podmínky v kontextu prostředí, které buď podporují, nebo maří tyto procesy. Prostředí, které přispívá a umožňuje uspokojení základních psychologických potřeb, podporuje vnitřní motivaci, zatímco prostředí, které brání uspokojování jedné nebo více základních potřeb, vnitřní motivaci snižuje (Deci a Ryan, 2000).

3.3.1 Vnitřní motivace

Chování je ovlivňováno vnitřními strukturami, které jsou neustále propracovávány a zdokonalovány, aby odrážely stávající zkušenosti. Životní síly nebo energie pro tyto aktivity a pro vývoj vnitřních struktur jsou tím, co Deci a Ryan (1985a) nazývají **vnitřní motivací** (intrinsic motivation). Vnitřní motivace vychází z uspokojení, které sama aktivita přináší. Oproti tomu **vnější motivace** se týká chování, kdy aktivita je jen prostředkem k dosažení cíle a nikoliv cílem sama o sobě.

Do roku 1971 byla řada studií zabývajících se motivací ovlivněna teorií operantního podmiňování (Skinner, 1953) založené na přesvědčení, že vnější odměny mohou kontrolovat chování člověka a tedy že poskytnutí odměny je vždy motivační. Deci (1971) však dospěl k přesvědčení, že některé aktivity samy o sobě přináší vnitřní uspokojení, takže motivace k těmto aktivitám není na vnější odměně závislá. Takové činnosti Deci označil jako vnitřně motivované. Zabýval se současně otázkou, jaký vliv mohou mít na motivaci vedoucí k těmto aktivitám vnější odměny, a zjistil, že za určitých podmínek vedou vnější odměny dokonce k poklesu motivace k výkonu (Deci, 1971, 1972a, 1972b).

V počátcích výzkumu a měření vnitřní motivace stál experimentální výzkum, který zjišťoval vnitřní motivaci měřením „svobodné volby“ (Deci, 1971).

Experimentální studie

V původní studii Deci (1971) předložil vysokoškolským studentům k řešení mechanické hlavolamy. V experimentální skupině studentům řekl, že dostanou za každý řešený hlavolam jeden dolar. V kontrolní skupině studenti žádnou informaci o finanční odměně nedostali. Poté, co uplynul čas k řešení, měli studenti možnost pokračovat i nadále v řešení hlavolamů ve svém volném čase. V místnosti byli ponecháni sami a současně jejich chování po tu dobu bylo pozorováno přes jednocestné zrcadlo. Deci zjistil, že studenti, kterým byla slíbena finanční odměna, strávili během této doby mnohem méně času hrou s dalšími hlavolamy než studenti,

kterým žádná odměna přislíbena nebyla. Navíc studenty, kteří dostali za provedení úkolu odměnu, bavila hra s hlavolamy méně než studenty, kteří zapláceno nedostali. Chování, původně vnitřně motivované, začalo být kontrolováno vnější odměnou a tím byl narušen pocit autonomie.

Jak tato původní studie, tak i práce dalších autorů (Deci, 1972a, 1972b; Kruglanski, Friedman a Zeevi, 1971; Lepper, Greene a Nisbett, 1973) přinesly stejná zjištění. Zatímco Deci nabídl vysokoškolským studentům finanční odměnu za vyřešení hlavolamu, Kruglanski se svými spolupracovníky (1971) přislíbili středoškolským studentům symbolickou odměnu - návštěvu psychologické laboratoře na oplátku za to, že jim vyplní dotazník a budou ochotni se účastnit dalších studií. Podobně Lepper a jeho spolupracovníci (Lepper et al., 1973) přislíbili dětem předškolního věku, že za nakreslení obrázku mohou získat diplom opatřený zlatou pečeti a stužkou se jménem dítěte. V každém z těchto pokusů byl u experimentální skupiny zaznamenán pokles zájmu o samotnou aktivitu poté, když jim byla přislíbena odměna. Na motivaci k chování kontrolní skupiny, které žádná odměna přislíbena nebyla, neměl příslib odměny žádný vliv.

Deciho studie však rovněž ukázala, že ne každý typ vnější odměny má na vnitřní motivaci nepříznivý účinek. Deci (1971) předpokládal, že pokud má vnější odměna formu sociálního uznání nebo verbálního posílení (nikoliv finanční podobu), pak naopak vnitřní motivaci posiluje. V další části studie proto byla experimentální skupina studentů za řešení úkolu odměňována verbálně. Po ukončení každé části experimentu bylo členům skupiny sděleno, že si vedli velmi dobře a každý účastník skupiny obdržel pochvalu (např. „To je velice dobré.“) a pozitivní zpětnou vazbu (obvykle nepravdivou), např. „To je mnohem lepší uspořádání než v průměru bývá.“ Jestliže subjekt hlavolam nevyřešil, bylo mu řečeno, že šlo o jeden z nejobtížnějších úkolů, který většina lidí není schopna vyřešit, a že i přesto si nevedl špatně. Kontrolní skupina neobdržela žádnou zpětnou vazbu ani pochvalu. Motivace byla měřena, stejně jako v předchozí studii, časem stráveným dobrovolnou hrou s hlavolamy mimo zadaný čas k plnění úkolu. Výsledky tohoto experimentu podpořily hypotézu o příznivém vlivu pozitivní verbální odměny na vnitřní motivaci účastníků. Zatímco u kontrolní skupiny došlo během sledované doby k významnému poklesu motivace, experimentální skupina byla po celou dobu motivována ke hře v podstatě se stejnou intenzitou, navíc její členové považovali hru za mnohem zajímavější a zábavnější, než členové kontrolní skupiny.

3.3.2 Vnější motivace

Zjištění, která přinesly studie z počátku 70. let, byla replikována a rozšířena v řadě dalších experimentů. Na základě výsledků z těchto výzkumů Deci a Ryan (1980) formulovali **teorii kognitivního hodnocení** (*Cognitive Evaluation Theory*, Deci a Ryan, 1985a). Tato první z tzv. „malých“ teorií sebedeterminační teorie se soustředí na podmínky, které snižují nebo zvyšují vnitřní motivaci.

K tomu, aby byla vnitřní motivace udržena nebo zvyšována, musí lidé pociťovat nejen to, že jsou kompetentní, ale také, že jsou ve svém jednání a chování autonomní a autentičtí. Události, které mají negativní vliv na prožívání autonomie nebo kompetence, snižují vnitřní motivaci. Události, které přispívají k naplnění základních potřeb vnitřní motivaci, zvyšují. Deci s Ryanem definují vnitřně motivované chování jako takové, „*při kterém není přítomna jakákoliv podmíněnost*“ (Deci a Ryan, 1980, s. 42). Vnější motivace proto může mařit vnitřní hodnotu určitého chování a redukovat tak subjektivně pociťovanou svobodnou volbu dotyčného, co a jak chce dělat.

Odměny mohou mít podle teorie kognitivního hodnocení pro jedince dva zcela odlišné významy a jejich účinek na vnitřní motivaci bude záviset na tom, který jejich aspekt je pro jedince důležitější. Odměny mohou být interpretovány jako kontrolující jeho chování nebo naopak jako indikátor jeho kompetence (Deci, 1971). Odměny jsou na jedné straně nástrojem, který kontroluje chování a maří tak uspokojení potřeby autonomie. Pokud je pro jedince tento *kontrolující aspekt* důležitý, pak budou odměny podryvat vnitřní motivaci. Kontrolující aspekt odměny vede k vnímání vnějšího ohniska příčiny (*locus of control*) (Rotter, 1966), tedy k vědomí, že jednání jedince je kontrolováno zvnějšku. Na druhou stranu mohou odměny představovat informace nebo zpětnou vazbu, potvrzující nebo přímo podporující kompetence jedince. Pokud je důležitý tento *informační aspekt*, pak odměna bude udržovat nebo dokonce zvyšovat jeho vnitřní motivaci. Podle Deciho a Ryana (1985a) používají někteří lidé události jako zdroje informací pro spuštění nebo regulování svého chování a k udržení vysoké úrovně sebedeterminace a vnitřní motivace, bez ohledu na to, za jakých okolností k události došlo. Jiní lidé do velké míry vnímají, či dokonce vyhledávají kontrolu v okolí, podle které by mohli organizovat své chování. I když mohou dosáhnout poměrně vysoké kompetence, naučí se zvládat určité činnosti nebo pravidla, ale vykazují jen nízkou úroveň sebedeterminace.

Teorie kognitivního hodnocení bere také v úvahu, zda je odměna verbální nebo hmotná: verbální odměna (zpětná vazba) má spíše informační a hmotná odměna spíše kontrolující aspekt. Odlišuje také mezi tím, zda jsou či nejsou hmotné odměny očekávány v době, kdy se

lidé angažují v nějaké aktivitě. Předpokládá, že očekávaná odměna bude spíše snižovat vnitřní motivaci, zatímco neočekávaná odměna nebude mít na změnu vnitřní motivace vliv. Za třetí rozlišuje mezi různými typy chování, které je podmíněno očekávanou odměnou.

U odměn, které jsou za provedení úkolu očekávány, zavedli Ryan a jeho spolupracovníci (Ryan, Mims a Koestner, 1983) tuto typologii:

- *Odměny, které nejsou podmíněny úkolem* - jsou poskytnuty za něco jiného než angažování se v cílové aktivitě (například účast na studii). Tyto odměny nevyžadují splnění úkolu ani dobrý výkon. Není zde tedy žádný důvod očekávat, že budou tyto odměny s ohledem na úkol vnímány jako informační nebo kontrolující. Vnitřní motivace tak tímto druhem odměn nebude ovlivněna.
- *Odměny podmíněné úkolem* - jsou poskytnuty za splnění cílové aktivity. Lidé musí na úkolu pracovat, aby dostali odměnu. Odměna tak bude pravděpodobně vnímána jako kontrolující chování spojené s plněním úkolu. Protože tento typ odměny s sebou nese jen malé, případně žádné potvrzení kompetence, je nepravděpodobné, že pozvedne vnímanou kompetenci. Tento typ odměny tak podryvá vnitřní motivaci.
- *Odměny podmíněné výkonem* - jsou konkrétně poskytnuty za dobrý výkon při určité aktivitě (přesažení určitého kritéria, excelentního výkonu apod. – např. účastník si vede lépe než 80 % z celkového počtu účastníků). Tyto odměny jsou spojeny s výkonem. Existuje zde ještě silnější kontrola než v předchozím případě – lidé musí dosáhnout určitého standardu, aby odměnu maximalizovali. Tento typ odměny ještě více podryvá vnitřní motivaci. Nicméně může také poskytovat pozitivní informaci pro pocit kompetence v případě, kdy si člověk vede natolik dobře, že dosáhne odměny, která naznačuje excelentní výkon. V těchto případech může tento typ odměny potvrzovat pocit kompetence a tím vyrovnávat určitý negativní vliv kontroly chování.

Hmotné nebo finanční odměny jsou často používány k tomu, aby kontrolovaly chování jedince. Vzhledem k tomuto výraznému kontrolujícímu aspektu a s ním spojenému vnímání vnější příčinnosti chování snižují vnitřní motivaci. Naopak, jak jsem se již zmínila, verbální odměna obecně působí pozitivně na vnitřní motivaci (Deci, 1971). Částečně proto, že je obvykle neočekávaná, ale především proto, že verbální odměna (pozitivní zpětná vazba) zvyšuje pocit kompetence i autonomie.

Verbální odměny nicméně mohou mít rovněž významný kontrolující prvek. Dvě experimentální studie ověřovaly předpoklad, že kontrolující verbální zpětná vazba vede

k nižší vnitřní motivaci než informační verbální zpětná vazba a obě hypotézu podpořily. V jedné ze studií (Pittman et al., 1980) administrátor jedné skupině účastníků sdělil po dokončení úkolu: „Nejsem schopen použít většinu údajů, které jsem dosud obdržel, ale vedli jste si dobře a jestliže tak budete pokračovat, budu moci využít vaše údaje“ (kontrolující zpětná vazba), zatímco účastníkům druhé skupiny bylo sděleno: „Ve srovnání s většinou subjektů si vedete opravdu velmi dobře“ (příklad informační zpětné vazby). Ryan (1982) podobně v další studii jedné skupině účastníků sdělil: „Výborně, měl/a byste tak dobře pokračovat i nadále“ (kontrolující zpětná vazba). Předpokládal, že v důsledku kontrolující zpětné vazby budou účastníci pociťovat potřebu vést si dobře jako nucenou. Účastníci druhé skupiny byli jednoduše informováni, že jejich výsledek je nadprůměrný (informační zpětná vazba). Výsledky obou experimentů ukázaly, že kontrolující verbální zpětná vazba vedla k nižší vnitřní motivaci. Judith Harackiewiczová se svými spolupracovníky (Harackiewicz, Manderlink a Sansone, 1984) navíc zdůrazňují, že *očekávaná zpětná vazba*, i když ve svém výsledku pozitivní, rovněž podryvá vnitřní motivaci. Výzkumníci na počátku experimentu informovali některé z účastníků, že jim bude na konci sděleno, jak si vedli při vypracování úkolu. Všem účastníkům pak na závěr bylo řečeno, že si vedli dobře. U kontrolní skupiny, která nebyla dopředu informována o výsledném zhodnocení, se v průběhu experimentu zvýšila vnitřní motivace. Oproti tomu u experimentální skupiny, která očekávala zpětnou vazbu, se motivace snížila. Když lidé vědí, že jsou během svého výkonu hodnoceni, má to vliv na jejich vnitřní motivaci.

3.3.3 Internalizace vnějšně motivovaného chování

Vnitřně motivované chování vychází z potřeby cítit se kompetentní a autonomní – sebedeterminovaný (Deci, 1975). Chování, které není sebedeterminované, může být vnímáno jeho aktérem jako *kontrolované*. K takovému chování dochází například ve snaze vyhovět požadavkům určitých vnitřních nebo vnějších sil. Může být tedy dokonce i chtěné, protože se jedinec snaží vyhovět určitému vnitřnímu standardu, ale tento není plně přijat. Tak člověk dělá něco, co vlastně nechce. Přestože většina raných studií založených na teorii sebedeterminace byla zaměřena na pozitivní účinky vnitřní motivace, ne každé žádoucí chování je vnitřně motivováno. Vnitřní motivace je důležitým zdrojem pro učení a růst, ale neméně důležitým je proces, kterým člověk asimiluje a integruje důležité hodnoty, pravidla chování a kulturní normy, jež nejsou vnitřně motivovány. Vnějšně motivované chování není

samo o sobě zajímavé a musí být pobízeno vnějšími podněty. Důvodem, proč jsou lidé ochotni se takto chovat je rovněž to, že jsou hodnoceni pro ně významnými druhými lidmi, se kterými se cítí (nebo by se rádi cítili) ve spojení.

To vedlo k otázce, zda mohou být lidé pozitivně motivováni, i když vykonávají činnost, která je nebaví a nepřináší sama o sobě potěšení. Jinými slovy, existují nějaké „dobré“ formy vnější motivace? Touto otázkou se zabývá další z malých teorií nazvaná **teorie organismické integrace** (*Organismic Integration Theory*, Deci a Ryan, 1985a).

Deci a Ryan (1985a, 1987, 1991; Ryan a Deci, 2000) předpokládají, že během času může dojít k **internalizaci** (tj. k zvnitřnění) původně vnějšně motivovaného chování. Navíc v souladu s organismickými tendencemi k autonomii a seberegulaci mají lidé tendenci integrace vrozenou. Úroveň, do které je požadované chování internalizováno a integrováno, se pohybuje na kontinuu od vnější po integrovanou regulaci chování.

Typ vnější regulace chování určuje, do jaké míry je činnost vnímána jako sebedeterminovaná či kontrolovaná. Deci a Ryan (1991, 2000) rozlišují čtyři typy vnější motivace. 1) **Vnější regulace** (external regulation) je nejméně autonomním chováním, které uspokojuje vnější požadavek nebo je podmíněno vnější odměnou. Vnějšně regulované chování je vnímáno jako kontrolující a je spojováno s vnějším ohniskem příčiny (deCharms, 1968). 2) **Introjektovaná regulace** (introjected regulation) je chováním, které má stále ještě kontrolující aspekt, protože lidé jednají pod určitým tlakem, například aby se vyhnuli pocitu viny nebo úzkosti. 3) **Identifikovaná regulace** (identified regulation) představuje chování, které je vnímáno jako převážně autonomní, člověk má za to, že je jeho původcem a připisuje mu důležitost; identifikuje se s hodnotou aktivity. 4) **Integrovaná regulace** (integrated regulation) je nejvíce autonomní formou chování, daná aktivita je zvnitřněna a asimilována do vlastního já (*self*). Integrovaná regulace se v mnohém shoduje s vnitřní motivací. Tento typ regulace již vede k plné sebedeterminaci a vnitřní motivaci, spojeným s uspokojením a potěšením ze samotné aktivity.

Na počátku kontinua (obr. 3) stojí *amotivace*, tedy stav, kdy člověk postrádá jakýkoli úmysl jednat. Většinou je tento stav způsoben pocitem, že aktivita není sama o sobě nijak hodnotná (Ryan, 1995), člověk se pro ni necítí kompetentní (Deci, 1975) nebo nevěří, že přinese žádoucí výsledky (Seligman, 1975). Na konci kontinua se nachází *vnitřní motivace*.

Koncept internalizace Deci a Ryan považují za základní aspekt psychologické integrity a sociální soudržnosti (Ryan, Connel a Deci, 1985). Člověk internalizuje a integruje hodnoty, normy či pravidla, pokud zakouší volbu, vlastní účinnost (autonomii ve svém chování a

jednání), a také pokud je ve spojení s druhými lidmi, kteří je zprostředkovávají. Z hlediska vývoje je proces internalizace velice důležitý, protože hodnoty a normy jsou zvnitřňovány po celý život. Člověk však nemusí procházet každým stádiem internalizace. Vždy záleží na předchozí zkušenosti a situačních faktorech, kterou úroveň regulace chování přijme. Více autonomní internalizace je spojena s větší odolností, stabilitou, vitalitou, kulturní způsobilostí a pozitivní zkušeností (Ryan, Kuhl a Deci, 1997; Deci a Ryan, 2000).

V sociálním prostředí, které podporuje autonomii jedince, je vysoce pravděpodobné, že dojde k zvnitřnění vnější regulace (Grolnick a Ryan, 1989).

<i>amotivace</i>	<i>vnější motivace</i>				<i>vnitřní motivace</i>
	vnější regulace	introjektovaná regulace	identifikovaná regulace	integrovaná regulace	

Obrázek 3: Kontinuum sebedeterminace s typy motivace a druhy regulace
(Podle Deci a Ryan, 2000, s. 237)

3.3.4 Individuální rozdíly v seberegulaci chování

Deci a Ryan (1985b) dále předpokládají, že na proces internalizace mají vliv také individuální rozdíly v seberegulaci chování. Podle **teorie kauzální orientace** (*Causality Orientations Theory*) mají lidé tendenci připisovat příčinu svého chování vnitřním faktorům, vnějším faktorům, nebo ani jednomu z nich (Deci a Ryan, 1985b). Teorie specifikuje tři orientace, které se liší v míře sebedeterminace.

Autonomní orientace (autonomy orientation) je spojena s orientací jedince na to, co ho zajímá a ve shodě s tím jedná. **Příčinu svého chování vidí sám v sobě, vyhledává situace, ve kterých si může svobodě vybrat**, co bude dělat a rozhoduje se na základě vnitřních potřeb a v souladu s jím zastávanými hodnotami. Tato orientace ukazuje na vnitřní motivaci nebo na integrovanou a identifikovanou vnější motivaci. Je spojena se sebeaktualizací, sebeúctou a sebeocenením, vývojem ega (Deci a Ryan, 1985b) a dalšími indikátory subjektivní pohody jako je empatie a vitalita (Sheldon a Kasser, 1995). Vysoká úroveň této orientace povede k sebedeterminovanému jednání.

Kontrolovaná orientace (control orientation) je spojena s tendencí hledat příčinu chování vně sebe sama a vyhledávat spíše situace, které určují jedinci co dělat a jak se chovat.

Označuje tedy orientaci na kontrolu a odměnu a vztahuje se k vnější a introjektované regulaci chování. Tento typ orientace nepodporuje sebedeterminaci, protože chování jedince je iniciováno a regulováno směrem k jeho výsledku. Nicméně vysoká úroveň kontrolované orientace povede k chování, které je méně, ale přesto do určité míry sebedeterminované.

Neosobní orientace (impersonal orientations) se vztahuje k amotivaci, tedy k nedostatku nebo absenci úmyslu jednat. Jedinec není schopen regulovat své chování způsobem, který povede k žádoucím výsledkům nebo cílům. Považuje se za nekompetentního a neschopného zvládat situace. Chování je v tomto případě iniciováno a regulováno vnějšími silami (neosobními) a může být spojeno s depresivními pocity, úzkostí a obavou vstupovat do nových situací (Deci a Ryan, 1985b). Vysoká úroveň této orientace povede k nejméně sebedeterminovanému chování.

3.3.5 Základní psychologické potřeby a rozlišení životních cílů

Teorie kognitivního hodnocení a teorie organismické integrace vedly k předpokladu o třech základních psychologických potřebách (Ryan, 1995; Deci a Ryan, 2000). Podle **teorie základních psychologických potřeb** (Basic Psychological Needs Theory) existují tři základní, univerzální psychologické potřeby: potřeba kompetence, autonomie a potřeba vztahů, o kterých jsem se zmínila již v úvodu kapitoly věnované teorii sebedeterminace. Podle teorie kognitivního hodnocení jsou autonomie a kompetence nezbytnými podmínkami pro vnitřní motivaci; všechny tři potřeby rovněž hrají důležitou roli v procesu zvnitřňování, jak postuluje teorie organismické integrace. Jejich uspokojení je spojeno s životní pohodou, zatímco jejich zmaření má často negativní důsledky. Neznamená to však, že cesty k uspokojení základních potřeb jsou během života neměnné, nebo že jejich způsoby vyjádření jsou stejné ve všech kulturách (Ryan a Deci, 2000). Uspokojení základních potřeb je facilitováno internalizací a integrací hodnot podporovaných sociálním prostředím; na způsob a míru uspokojení potřeb má tedy vliv sociokulturní prostředí.

Základní psychologické potřeby úzce souvisí s usilováním o dosažení některých životních cílů (aspirací). Snahy o jejich dosažení jsou spojeny s optimální motivací a subjektivní pohodou jen potud, pokud jsou uspokojeny nebo naplněny základní psychologické potřeby autonomie, kompetence a vztaženosti (Ryan et al., 1996). Zatímco některé cíle a jejich dosahování povedou k jejich uspokojení a budou přispívat k životní pohodě, jiné aspirace budou mít negativní vliv na uspokojení potřeb a povedou k životní nepohodě. Na základě

tohoto předpokladu došlo v rámci **teorie obsahu cílů** (Goal Contents Theory) k rozlišení na **vnitřní** a **vnější cíle** (Kasser a Ryan, 1993, 1996; Ryan et al., 1996; Sheldon a Kasser, 1995, 1998, 2001; Ryan a Deci, 2000). Vnitřní cíle byly definovány jako ty, při kterých je odměnou již samotné usilování o ně a které bezprostředně uspokojují vrozené psychologické potřeby. Tyto cíle souvisí například s rozvíjením blízkých intimních vztahů, osobním růstem, zdravím. Naopak vnější cíle (jako jsou finanční úspěch, image a popularita), které jsou zaměřeny na výsledek, neposkytují bezprostřední uspokojení potřeb a vedou proto ke sníženému pocitu životní pohody.

Kasser a Ryan (1993, 1996) zkoumali individuální rozdíly v důrazu na vnitřní a vnější cíle, a zjistili, že silný důraz kladený na vnitřní cíle pozitivně koreloval se sebeúctou, sebeaktualizací, vitalitou, méně častými pocity úzkosti a deprese a méně častými fyzickými obtížemi. Vnější aspirace s těmito indikátory korelovaly negativně. Tato zjištění byla replikována v řadě výzkumů (např. Kasser a Ryan, 2001; Kasser a Ahuvia, 2002; Schmuck et al., 2000). Nicméně je třeba dodat, že význam specifických cílů je ovlivňován kulturou, takže to, jak konkrétní cíle souvisí s eudaimonickou pohodou, se může v různých kulturách lišit, a to i přesto, že vztah mezi uspokojováním potřeb a osobní pohodou je podle teorie sebedeterminace neměnný.

4 Materiální blahobyť a kvalita života

V předchozích kapitolách jsem uvedla, že soudobé teorie rozlišují objektivní a subjektivní kvalitu života. Současně jsem zmínila, že jedním z klíčových předpokladů, na nichž spočívá dnešní společnost, je, že vytváření objektivních materiálních podmínek – zejména zvyšováním HDP na osobu – povede ke zvyšování kvality života jak jedinců, tak celých společností. Obrovské množství výzkumů je proto dnes věnováno zkoumání tohoto předpokladu. Jejich výsledky však nejsou tak optimistické, jaká byla očekávání. Navíc se ukazuje, že samotný ekonomický růst má řadu vedlejších nežádoucích a nepředvídaných důsledků. Vzhledem k tomu, že ekonomický růst je nepopiratelný, vyvstává otázka: Jsou dnes lidé šťastnější a jsou jejich životy smysluplnější, než byly třeba ve středověku nebo na počátku novověku? To se zřejmě nikdy nedozvíme, neboť nemáme žádná spolehlivá data. Jak jsem již zmínila, relativně spolehlivá data jsou k dispozici, v lepším případě, až z období po 2. světové válce.

Nejprve však k příznivějším zjištěním. Zdá se být nesporné, že ekonomický růst souvisí kladně s rozvojem dlouhé řady objektivních indikátorů. Patří mezi ně zvyšování střední délky života, gramotnosti, vzdělanosti, eliminace řady nemocí, které sužovaly lidstvo po staletí (ale současně však rozšíření řady nemocí nových), a především obrovské množství věcí a služeb, které si dnes lidé mohou za své peníze zakoupit.

V posledních desetiletích vedl ekonomický rozvoj ke zvýšení životní úrovně a přinesl řadu pozitivních změn. Avšak stejnou měrou, zejména v ekonomicky rozvinutých společnostech, se nezvyšovala spokojenost a štěstí jejich obyvatel (Layard, 2005; Inglehart, 2000). Tuto myšlenku formuloval již v roce 1974 ekonom Richard Easterlin (1974), když ve svém empirickém výzkumu zjistil, že uvnitř jednoho státu jsou bohatší lidé šťastnější než ti chudší, nicméně tato úměra již neplatí při srovnávání bohatších a chudší zemí. Jakmile dosáhne země příjem (HDP na obyvatele) takové výše, že uspokojí základní potřeby, štěstí jejich obyvatel již úměrně s dalším zvyšováním příjmu neroste. Bohatší země pak již nejsou šťastnější než země chudší. Zdá se tedy, že ekonomické indikátory jsou zvláště důležité v raných stádiích ekonomického rozvoje, kdy je prvořadým úkolem naplnění základních potřeb nezbytných k přežití. Jakmile však příjem (hrubý domácí produkt na jednoho obyvatele) dosáhne určité hranice, jsou lidé v různých zemích relativně stejně spokojeni a další jeho zvyšování nemá na jejich spokojenost příliš velký vliv. Jako příklad lze uvést USA, kde od 50. let 20. století příjem soustavně stoupal, HDP na obyvatele se ztrojnásobil, a přesto míra životní spokojenosti zůstává stejná. Podobná data nacházíme i v jiných (blahobytných)

státech (Layard, 2005; Inglehart, 2000). Například po „pádu Berlínské zdi“, tedy po sjednocení západní a východní části Německa v roce 1990, se současně s ekonomikou bývalého východního Německa po nějaký čas zvyšovala spokojenost jejích obyvatel. Spokojenost občanů bývalého západního Německa přesto, že jejich příjmy rostly, se však ve v tomto období stejnou mírou nezvyšovala (Easterlin a Zimmerman, 2006).

Ukazuje se, že ekonomický růst zvyšuje kvalitu života, ale nelze z něj předpovídat subjektivní indikátory (štěstí a spokojenost). Varující jsou navíc zjištění, že někteří lidé v ekonomicky prosperujících společnostech nejen že nejsou šťastnější a spokojenější, ale že v některých případech jsou dokonce méně šťastní a spokojení. Například zatímco mezi lety 1957 a 1995 stoupal v Americe průměrný příjem na osobu, podíl Američanů, kteří byli „velmi šťastní“ klesl z 35 % na 32 % (Myers, 2000).

A zde nacházíme druhou, poněkud temnější, stránku zvyšování blahobytu. Výzkumy, které se zabývají kvalitou života a subjektivním pocitem pohody konzistentně zjišťují, že obyvatelé ekonomicky úspěšných států trpí více psychickými problémy, rostoucí depresí, úzkostí, pocity osamocení, psychiatrickými onemocněními a také pociťují klesající úroveň sociálních vazeb.

Vědci, kteří se věnují otázkám, proč tomu tak je, vidí jako jednu z příčin v přílišné orientaci jedince na materiální stránky jeho života, včetně usilování o dosažení finančního úspěchu. Ekonomický rozvoj a růst je spojen s vyšší produkcí a nabídkou nejrůznějších statků. To bylo a je také předpokladem pro vývoj moderních společností, spotřeba je hnací silou tržní ekonomiky. Jednotlivci spotřeba statků a služeb umožňuje žít na určité životní úrovni. Problémem však je, že lidé začali v penězích a ve statcích a v jejich spotřebě a vlastnění hledat štěstí a smysl svého života.

4.1 Konzumní kultura, konzumní společnost a socializace konzumenta

Podle některých autorů lidé začali spojovat štěstí se spotřebou hmotných statků již v 16. a 17. století (Mukerji, 1983), podle jiných lze počátky spotřeby, která již není jen pouhou životní nezbytností, najít 18. a 19. století v západní Evropě a severní Americe (Campbell, 2005; Miles, 1998). Shodují se však v tom, že svého maxima dosáhl tento trend v industriálních (moderních) a postindustriálních (postmoderních) společnostech ve 20. století, zejména po II. světové válce (např. Belk, 1985; McCracken, 1990).

Každodenní život je založen na spotřebě. Lidé nevnímají své spotřebitelské chování pouze jako nákupní proces, ale jako vše prostupující a někdy důležitou část svého života. Pokud si však velká část společnosti přeje konzumovat zboží z důvodů, které ekonomové definují jako neutilitární (např. za účelem zvýšení prestiže, statusu a image), pak jde o tzv. **konzumní kulturu** (Belk, 1988; Rassuli a Hollander, 1986).

V literatuře se definice konzumní kultury různí. Mezi autory však existuje shoda, že konzumní kultura s sebou nese určité charakteristiky: 1) úroveň spotřeby podstatné části populace je vyšší než je základní existenční minimum, 2) směna převažuje nad produkcí, 3) konzumace je akceptována jako vhodná a dokonce žádoucí aktivita, 4) lidé posuzují sami sebe a druhé podle jejich spotřebního životního stylu (Williams, 1982; Rassuli a Hollander, 1986). Konzumní kultura je charakterizována také zvýšenou touhou získávat předměty konzumu. Russel W. Belk ji definuje jako kulturu, ve které většina konzumentů touží po zboží a službách (a ve velké míře o ně usiluje, získává je a vystavuje), jež jsou pro ně významné pro svůj ne-utilitární důvod. Usilují jejich prostřednictvím o „*dosažení statusu, vyvolávání závidi a vyhledávání novinek*“ (Belk, 1988, s. 105). Konzumní hodnoty, které byly původně spojeny jen s oblastí spotřeby, se přelévají do dalších oblastí sociálního jednání, takže se moderní společnost stává konzumní kulturou, ne jen specificky spotřební aktivitou (Douglas a Isherwooda, 1979). Pro konzumní kulturu je akt spotřeby cestou k tomu, jak žít „dobrý život“. A dobrý život podporovaný konzumní kulturou je život v materiálním bohatství, majetku a luxusu (Belk a Pollay, 1985; Dittmar, 2008). Gill Lipovetsky (2007) podobně tvrdí, že „*konzumní společnost vytvořila ve velkém chronickou touhu po zboží, vyvolala epidemii nákupního viru a vášně po novotách, prosadila nový životní styl ukotvený v materialistických hodnotách.*“ (s. 41). Konzum se stále více reprezentuje jako cíl sám o sobě, spíše než prostředek k dosažení nějakého jiného cíle.

Čím jsou naše společnosti bohatší, vyvstávají nové spotřební touhy. Čím více konzumujeme, tím více chceme konzumovat. Ale cílem již není „něco mít“, ale „někým být“. Já mám, tedy jsem. Čím více mám, tím více jsem. A pocit mé vlastní ceny je úzce spojen s tím, jakou hodnotu mám v očích druhých.

4.2 Význam materiálních statků

Podstatou konzumní kultury je vztah mezi člověkem a materiálními statky. Diskuzi o tomto vztahu otevřel Russel W. Belk (1988) v literatuře zabývající se výzkumem spotřebního

chování (consumer research). Statky definuje jako „*věci, které označujeme jako moje / naše*“. Statky jsou především *materiální objekty*, ale rovněž některé *zážitky*, které si člověk nenechá vzít (loňská dovolená), *symboly* (například jméno nebo titul) a rovněž někteří *lidé*, s nimiž se nějakým způsobem ztotožňuje (moje dítě, moji zaměstnanci atd.). Není tedy nutně vyžadováno fyzické vlastnictví statku nebo jeho vlastnictví v právním smyslu. Dominantní roli hrají subjektivní pocity související se samotným vlastněním.

Belk (1988) tvrdí, že nelze zcela porozumět podstatě konzumního chování bez toho, abychom nejdříve porozuměli významům, které konzument přikládá statkům. Podle Belka jsou statky, které vlastníme, důležitou součástí našeho sebepojetí a přispívají velkou měrou k utváření naší identity. Stávají se prostředkem k prosazování a dosažení našeho „ideálního“ Já (Belk, 1985). V té souvislosti Belk (1988) rozšiřuje koncept Já (Self) o koncept „rozšířeného Já“ (*Extended Self*), který zakládá na myšlence, že konzumenti dávají přednost produktům, které jsou ve shodě s jejich sebepojetím (Belk, 1988; Sirgy, 1982). To jim dává pocit toho „kdo jsou“. Statky jim pomáhají tento pocit podpořit, protože „do velké míry jsme to, co vlastníme“ (Tuan, 1980, s. 472). Myšlenku o spojení mezi identitou a vlastnictvím vyjádřil již před 120 lety americký psycholog William James, když prohlásil, že je obtížné rozlišit mezi tím, co je popisováno jako „já“ a mezi tím, co je označováno jako „moje“ a sebepojetí člověka vymezuje jako „sumu to, co člověk může nazvat vlastním“ (citováno dle Belk, 1988, s. 139).

Pocity při ztrátě majetku jsou obvykle intenzivní; ztráta vlastnictví může vyvolat silné negativní reakce. Dojde-li ke ztrátě nebo odcizení statku, dojde také k ohrožení našeho „Já“. Protože je-li statek považován za součást osobnosti, pak může být jeho ztráta považována za ztrátu části sebe sama. Slovy Ericha Fromma „*Jestliže jsem tím, co mám, a jestliže ztratím to, co mám, kým pak jsem? Nikým než poraženým, zmařeným, žalostným dokladem chybného způsobu života.*“ (Fromm, 2001, s. 131). Život se tak může stát honbou za majetkem s bláhovou nadějí, že se staneme celistvější a hodnotnější.

4.3 Koncept materialismu

Z ekonomického hlediska je zvyšování materiálního zabezpečení, životní úrovně a s tím spojené vyšší spotřeby hmotných statků, spojováno s vyšší kvalitou života a životní spokojeností. Řada výzkumů však již po desetiletí ukazuje, že ne vždy znamená více spotřeby

větší uspokojení potřeb a některé spotřebitelské aktivity vůbec nevedou k uspokojení, naopak mohou určitým potřebám škodit (Kasser, 2002).

Studium konzumní kultury se stalo významným námětem v literatuře zabývající se spotřebitelským chováním. Jedním z konceptů, kterými se tato literatura zabývá, je orientace založená na spotřebě - označovaná jako **materialismus**.

Materialismus je původně filosofickým směrem, jehož základy byly položeny již v antické filosofii. Ústřední myšlenkou filosofického materialismu je přesvědčení, že podstatou veškeré existence je hmota (*materie*) a její pohyb. Dnes, tak jak v každodenním životě materialismus chápeme, je vztahován tento pojem obecně spíše k oddanosti materiálním potřebám a přáním; je považován za způsob života, názor nebo tendenci založenou zcela na materiálních zájmech. Tento koncept charakterizuje vztah mezi jednotlivcem a materiálním světem, který ho obklopuje.

Obecně je materialismus vnímán jako přesvědčení o důležitosti materiálních statků a peněz v životě člověka. Jako materialista je označován člověk, kdo si vysoce cení materiálních statků. Materialistický jedinec se nadměrně zabývá materiální oblastí svého života a zanedbává jiné důležité věci ve svém životě, jako jsou intelektuální zájmy, vztahy s druhými lidmi, spirituální oblast života.

V počátcích zkoumání materialismu pohlíželi někteří výzkumníci na materialismus méně kriticky. Moschis a jeho kolegové (Churchill a Moschis, 1979; Moschis a Moore, 1978), kteří uvedli tento koncept do empirického marketingového výzkumu, pojímali materialismus v relativně pozitivních termínech, jako „*orientaci zdůrazňující majetek a peníze důležité pro osobní štěstí a rozvoj*“ (Ward a Wackman, 1971, s. 422). Kritici materialismu však tvrdí, že životní styl, podporovaný moderní konzumní společností, vede k negativním účinkům.

Protože má materialismus převážně v současných západních společnostech negativní konotace, literatura se soustředí především na negativní aspekty materialistického životního stylu (Richins a Dawson, 1992). Výzkumy ukazují, že materialismus je například spojen s kompulzivním utrácením, nízkou sebeúctou, závistí a nešlechetností (Belk, 1984, 1985; Richins, 1987; Richins a Dawson, 1990, 1992; Rindfleisch, Burroughs a Denton, 1997). V pozornosti současného výzkumu však stojí především zjištění, že materialismus negativně koreluje se životní spokojeností (Belk, 1984, 1985; Richins, 1987; Richins a Dawson, 1990, 1992; Sirgy et al., 1998). Podstatou těchto zjištění je, že ti jedinci, kteří jsou více materialističtí, jsou méně šťastní a méně spokojeni se svým životem jako celkem. Bylo také zjištěno, že ti jednotlivci, kteří jsou více materialističtí, jsou méně spokojeni s konkrétními

oblastmi svého života, jako např. „životním standardem“ (spokojenost s materiální oblastí života), „rodinným životem“ (spokojenost s manželem/manželkou, partnerem/děťmi) a „množstvím zábavy a radostí“ (spokojenost s oblastí volného času), oproti méně materialisticky orientovaným jedincům (Richins, 1987; Richins a Dawson, 1990, 1992; Sirgy et al., 1998). Konzistentně analýzy těchto nejvlivnějších koncepcí materialismu ukazují, že je materialismus úzce spojen s kvalitou života. Přesto, že se pojetí materialismu různí, společně konceptům materialismu je důležitost a význam, který jednotlivci přikládají materiálním statkům.

Mihaly Csikszentmihalyi a Eugene Rochberg-Halton (1981) si však položili otázku, zda skutečně všechny formy materialismu se spokojeností souvisí negativně. Na rozdíl od všeobecného přesvědčení, že materialismus funguje jako náhražka blízkých interpersonálních vztahů (Fournier a Richins, 1991), autoři zjistili, že řada věcí, kterým lidé přikládají hodnotu, jako dárky nebo fotografie, často slouží jako spojení s druhými lidmi, které posiluje sociální vazby. Lidé, kteří užívají věc k udržení sociálních vztahů, mívají úspěšné sociální kontakty a jsou šťastnější a spokojenější. Přesto tito autoři uznávají, že používání majetku/věcí tímto způsobem je poněkud odlišné od toho, co lidé obecně považují za materialismus, a to i přesto, že tento způsob zahrnuje zdůrazňování vysoké hodnoty určitých materiálních objektů. Babička, která se obklopuje fotografiemi svých vnoučat, není ještě proto materialistická. Autoři namísto ostré kritiky všech forem uvádějí rozlišení mezi **instrumentálním** a **terminálním** (*cílovým*) a materialismem:

- *instrumentální materialismus* - objekty slouží pro radost, jsou užívány pro to, aby „učinily život delším, bezpečnějším, radostnějším“ (Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton, 1978, s. 8).
- *terminální materialismus* - konzum je cílem sám o sobě, mezi vlastníkem a objektem existuje jen velmi malá interakce; image nebo status spojený s objektem je primární hodnotou.

Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton (1981) tvrdí, že materialismus začíná dominovat v životě v tu chvíli, když se konzum pro konzum sám stane „horečkou, která spotřebovává všechnu potenciální energii“, neboť „*jestliže věci silně přitahují naši pozornost, nezůstává již dostatek psychické energie k interakci se zbytkem světa. Nebezpečím, které vyplývá se zaměřením přehnané pozornosti na cíle konzumu – nebo materialismu – je, že člověk dostatečně nedbá o kultivaci sebe sama, o vztahy s ostatními nebo jiné cíle, které ovlivňují jeho život*“ (Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton, 1981, s. 53). Csikszentmihalyi (2003) definuje

materialismus jako „*tendenci věnovat nadměrnou pozornost cílům zahrnujícím materiální objekty: chtít je vlastnit, konzumovat je nebo chlubit se jejich vlastnictvím*“ (s. 92). A to, co je v tomto případě „nadměrnou“ pozorností, závisí na poměru k celkovému rozsahu pozornosti, kterou má člověk k dispozici. Materialistický jedinec svoji psychickou energii investuje disproporciálně do hmotných statků a jejich symbolických derivátů (statusu, moci) a jeho život sestává převážně ze zkušeností s materiální dimenzí života.

Podle Csikszentmihalyiho existuje několik důvodů, proč materiální blahobyt není zárukou štěstí. V sociokulturním kontextu je důvodem rostoucí nepoměr v distribuci příjmů, který způsobuje, že dokonce i poměrně bohatí lidé se cítí chudí. K této relativní deprivaci přispívá nedostatek alternativních hodnot a životních stylů, které by kompenzovaly hierarchii založenou na finančním úspěchu. Další důvody jsou spíše psychologické. Při hodnocení úspěchu se zvyšují další očekávání, takže jen málokdo zůstane spokojen na dlouho s tím, co vlastní, nebo čeho dosáhl. Navíc, čím více energie je investováno do materiálních cílů, tím méně energie zůstává na sledování jiných cílů, nezbytných pro uspokojení vnitřních potřeb (Csikszentmihalyi, 1999).

4.4 Počátky zkoumání a měření materialismu

V posledních desetiletích začali vědci z různých oborů zaznamenávat dopady materialistického způsobu života. Materialismus a materialistické tendence se staly námětem řady výzkumů v různých společenských oblastech – v sociologii, v politických vědách (Inglehart, 1971, 1977), sociální psychologii (Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton, 1981; Kasser a Ryan, 1993), marketingu a s ním spojeným výzkumem chování spotřebitelů (Belk, 1984, 1985; Richins a Dawson, 1992) – a to jak na úrovni jednotlivce, tak na úrovni celé společnosti.

Pro porozumění podstatě materialismu a jeho vztahu ke kvalitě života byla vyvinuta řada nástrojů ke zkoumání a měření materialismu (Moschis a Churchill, 1978; Inglehart, 1971; Belk, 1984, 1985; Richins, 1987; Richins a Dawson, 1992). V druhé polovině 50. let 20. století se badatelé pokoušeli určit přítomnost nebo absenci materialismu za pomoci měření souvisejících konstruktů. Například podle toho, jaká měly děti přání a čím si přály být, až vyrostou. Jiní autoři dovozovali materialismus ze skóre v baterii testů osobnosti (Richins a Dawson, 1992). V současné době je materialismus měřen různými způsoby, ať již jde o zkoumání důležitosti rozličných společenských cílů, osobnostních rysů nebo hodnot. Ke

stanovení vhodného přístupu měření materialismu je však zapotřebí zkoumat původ samotného konstruktů.

Významný počín pro zkoumání materialismu představuje práce amerického politologa Ronalda F. Ingleharta, který svůj výzkum zaměřil na kulturní změnu a její důsledky. Jde o jednu z nejvlivnějších a často citovaných teorií o původu materialismu (Inglehart, 1971, 1977, 1990; Inglehart a Abramson, 1994). Na počátku 70. let formuloval Inglehart pojem *tichá revoluce* (Inglehart, 1971), jímž označuje proces postupné a výrazné proměny hodnotových preferencí obyvatel vyspělých západních zemí po 2. světové válce, opouštění důrazu na materiální dostatek a ekonomickou prosperitu (materialistické hodnoty) a vyšší oceňování hodnot lidské pospolitosti, individuální seberealizace a kvality života (postmaterialistické hodnoty).

Materialismus je podle Ingleharta zřejmý do té míry, do jaké národ nebo jiná sociální skupina zdůrazňuje materiální hodnoty. Subjektivní prožitek blahobytu nebo nedostatku používá Inglehart k vysvětlení toho, jak se materialistické hodnoty posunují v rámci kultury a v čase. Na základě Maslowovy hierarchie potřeb tvrdí, že západní společnosti již uspokojily většinu svých materiálních potřeb a nyní se orientují primárně na postmaterialistické hodnoty, jako jsou rodina, přátelé a společenský prospěch. Inglehartův argument, že materialismus je hodnotou situovanou v hodnotovém systému, měl a má důležité implikace pro rozvoj dalšího měření. Inglehart (1971), který definuje materialismus (na rozdíl od postmaterialismu) jako *přetrvávající důraz na potřeby materiálního komfortu a fyzického bezpečí na rozdíl od takových potřeb jako jsou sebevyjádření a kvalita života*, vnesl do západní společenské vědy koncepci hodnotové změny od materialismu k postmaterialismu.

Inglehart se ve svých výzkumech pokusil identifikovat materialistické a postmaterialistické společnosti a materialisty či postmaterialisty klasifikoval podle společenských cílů, které považují za nejdůležitější. Na základě dvou hypotéz, které tvoří jeho teorii, předpokládá, že člověk přiřazuje nejvyšší subjektivní hodnotu věcem, jichž má relativní nedostatek (hypotéza nedostatku), a dále, že základní hodnoty jednotlivce se utvářejí za podmínek, které převažují v jeho formativním období, tedy během let dospívání (socializační hypotéza).

Inglehart předpokládá, že priority jednotlivce reflektují socioekonomické prostředí. Rané období ekonomického rozvoje má podle Ingleharta vliv na spokojenost se životem, protože v této fázi mají společnosti tendenci klást důraz především na ekonomický růst. Jakmile však dosáhnou určité hranice tohoto růstu, začne docházet k postupnému mezigeneračnímu posunu

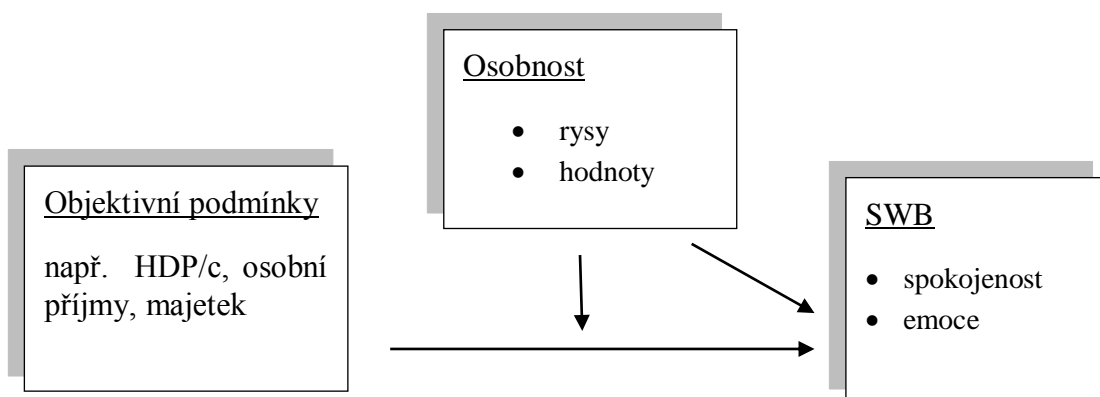
v základních hodnotách společnosti. U poválečné generace tak dochází ke změně hodnot, a to směrem od materialistických, jejichž cílem je především zajištění ekonomického dostatku, k tzv. postmaterialistickým hodnotám, které reflektují podmínky ekonomického bezpečí.

Inglehartův přístup se soustředí na zkoumání **společenských hodnot** a jejich kvalitativní posun v měnících se společnostech, nepostihuje však individuální rozdíly v intenzitě materiálních hodnot.

K teorii materialismu / postmaterialismu a pojetí materialismu jako společenské hodnoty Ronalda F. Ingleharta se vracím v poslední kapitole teoretické části své dizertační práce, neboť je výchozím teoretickým pramenem pro empirickou část této práce.

V následujících kapitolách se věnuji teoriím materialismu a přístupům zaměřeným na zkoumání vlivu materialismu na kvalitu života jednotlivce a vývoji materialistických tendencí a hodnot, tak jak jsou popsány v marketingové literatuře a literatuře zabývající se výzkumem chování spotřebitele.

Těmto přístupům je společné výzkumné paradigma, které lze znázornit takto:



Obrázek 4: Schéma zkoumání vlivu materialismu na subjektivní pohodu
(Zdroj: autorka)

Je v nich vždy zkoumán vliv objektivních podmínek na subjektivní pocit pohody (tj. hédonická dimenze kvality života). Vliv těchto podmínek je moderován osobnostní jedince. Více materialističtí jedinci tyto podmínky percipují a hodnotí jinak, než méně materialističtí a jsou s nimi také méně spokojeni.

5 Materialismus ve výzkumu spotřebního chování

Přínosem pro výzkum materialismu v oblasti výzkumu spotřebního chování se staly práce Russela W. Belka a Marshy Richinsové, které umožnily postihnout trendy spotřebního chování a účinky konzumní orientace a materialismu na kvalitu života jedinců v západních kulturách a podnítily ke zkoumání těchto trendů a jejich vlivu na naše životy řadu výzkumníků z mnoha oblastí po celém světě.

5.1 Materialismus jako osobnostní rys: Russel W. Belk

Russel W. Belk připisuje materialismus do značné míry vnitřním individuálním rozdílům v osobnosti a definuje materialismus jako „*důležitost, kterou člověk přikládá světským (pozemským) statkům. Na nejvyšší úrovni materialismu tyto statky zaujímají ústřední místo v lidském životě a jsou považovány za největší zdroj spokojenosti a nespokojenosti*“ (Belk, 1984, s. 291). Belk považuje materialismus za soubor **osobnostních rysů**. Materialismus je do značné míry připisován inherentním (vnitřním, vrozeným) individuálním rozdílům v osobnosti. Jeho pohled na materialismus zahrnuje tři původní rysy – *závist, nešlechtnost, majetnictví* (Belk, 1985) a čtvrtý rys *zachování*, který byl přiřazen na základě pozdějších mezikulturních studií (Ger a Belk, 1990).

- **Vlastnické sklony, majetnictví** (*possessiveness*) definuje Belk jako tendenci mít pod kontrolou nebo v osobním vlastnictví (ownership) to, co člověku patří, tj. “pozemské statky” (1983). Majetek musí být přiměřeně hmatatelný (včetně peněz, smluv, peněžních obligací a podílů či pozemků), ale může zahrnovat i určité zážitky (např. o dovolené jsem byl tam a tam, dělal jsem to a to), symboly (např. jméno, erby či tituly) a dokonce jiné osoby (např. můj zaměstnanec, můj právník) (Belk, 1985). Dominantní pro tento rys je touha po *vyšší míře kontroly* nad statky, *obava ze ztráty* těchto statků a tendence *zabezpečovat a uchovávat* tyto statky (než se jich zbavovat). Materialistický člověk dává také přednost větší kontrole nad věcmi, které vlastní. Čím větší kontrolu máme, tím bližší se nám objekt/majetek stává (Belk, 1988). Ve své dřívější práci (1983, 1984) Belk rozlišoval mezi majetnictvím (*possessiveness*) a získáváním majetku (*acquisitiveness*) podle toho, zda vztah jednotlivce k objektu *získávání* předchází, nebo po něm následuje. Majetnictví viděl jako vztah k předmětům po jejich dosažení, zatímco získávání znamenalo vztah k objektům před a během jejich získávání. Empirické analýzy však toto rozlišení nepotvrdily, ukázalo

se, že *získávání* lze chápat jako mírnou formu *sklonu k majetnictví* či *vlastnických sklonů*.

- **Nešlechtnost** (nongenerosity) oproti rysu *štedrosti* nebo *velkorysosti* se vyznačuje v kontextu materialismu (Belk, 1984) neochotou *dávat* někomu svůj majetek nebo ho s někým *sdílet* a jako nechuť či odpor k *půjčování* svého majetku jiným. Tento rys se vyznačuje také záporným postojem k charitativní činnosti. Protože jde pouze o materiální nešlechtnost, *nepatří* sem podle Belka neochota věnovat nebo sdílet svůj čas, vědomosti, dovednosti a jiné *nemateriální* statky.
- **Závistivost** (envy) je definována jako nelibost nebo nevole vůči druhému, který má více štěstí, úspěchu, dostává se mu většího uznání (prestiže), nebo vlastní-li něco, co pokládáme za žádoucí. Někdy bývá závistivost zaměňována se žárlivostí (jealousy). Jde však o dva rozdílné pojmy. Žárlivost se vztahuje k vlastnímu majetku (např. sexuální žárlivost, kdy je partner považován za majetek), zatímco závistivost se týká statků druhých. Závistivá osoba má odpor k těm, kteří vlastní žádoucí objekty. Závistivý člověk si přeje vlastnit věci, zážitky, zkušenosti, či osobu někoho jiného; nemá rád lidi, kteří tyto věci, zážitky či osobu vlastní a cítí se být osobně poníženi tím, že někdo tyto žádoucí objekty vlastní. Zvláště když vlastníky považuje za méně hodné vlastnění těchto objektů. Obecně je *závistivost* považována za destruktivní rys, který motivuje v extrémních situacích k vandalismu, vraždě, žhárství, krádeži (Belk, 1985).

Podle Belka nejsou sklony k *majetnictví*, *nešlechtnosti* a *závisti* jedinými možnými aspekty materialismu, ale reprezentují typické a signifikantní vyjádření vztahu člověka k materiálním objektům. Díky měření charakteristických materialistických rysů však je možné lépe porozumět tomu, jak se materialismus vyvíjí, jak se mění s věkem a jak se liší v různých kulturách.

5.1.1 Škála materialistických rysů

Belk vyvinul k měření materialismu postupně dvě škály. V roce 1984 publikoval Belk (Belk, 1984) výzkum, jehož cílem bylo prověření reliability a validity škály materialismu. Jednou z otázek bylo, jak se materialistické rysy majetnictví, nešlechtnosti a závisti vztahují k lidskému štěstí a spokojenosti. První verze škály zahrnovala 24 položek na třech dimenzích (subškálách): *vlastnických sklonů/majetnictví*, *nešlechtnosti* a *závistivosti* (tab. 1).

Škála materialismu (Belk, 1984) byla předložena 338 respondentům z 5 různých souborů (studenti ekonomie, studenti církevní školy, dělníci a sekretářky pojišťovací společnosti). Respondenti odpovídali na pětistupňové Likertově škále (od *rozhodně souhlasím* po *rozhodně nesouhlasím*).

Tabulka 1: Příklady položek Belkovy škály materialistických rysů

Škála majetnictví
Bojím se, že mi lidé vezmou můj majetek. Věci, které potřebuji, si spíše kupuji, než abych si je půjčoval od někoho jiného.
Škála nešlechtnosti
Nerad půjčuji věci, ani dobrým přátelům. Nejsem rád, pokud je někdo u mě doma, když tam nejsem.
Škála závistivosti
Vadí mi, když vidím lidi, kteří kupují věci, které chci. Když mají přátelé věci, které si nemohu dovolit, vadí mi to.

(Podle Belk, 1985, s. 270)

Čím výše se respondent umístil na škále materialismu, tím více byl materialistickou osobou. Belk (1984) předpokládal, že dělníci budou mít nejsilnější tendence ke konzumu jako kompenzaci profesního statusu a studenti církevní školy se umístí nejnižší na škále materialismu, protože náboženství, které nabádá ke střídmemu životu, stojí v opozici k materialistickým postojům a praktikám (Belk, 1983). Výsledky výzkumu tyto hypotézy podpořily. Skupina dělníků se umístila nejvýše a studenti církevní školy nejnižší na škále materialismu. Pouze skupina sekretářek se umístila na subškále závistivosti níže, než studenti církevní školy. Při kontrole dalších proměnných bylo zjištěno, že ženy byly významně méně závistivé než muži. Pro měření vztahu mezi materialismem a pocitem štěstí a spokojenosti byly použity dvě odlišné škály. U obou škál byl zjištěn negativní vztah se všemi třemi rysy materialismu: **Čím více jsou lidé materialističtí, tím méně jsou spokojeni se svým životem.** Tato zjištění platí především pro rys závistivosti a nešlechtnosti.

5.1.2 Mezikulturní srovnání a rozšíření škály

Někteří kritici (Wallendorf a Arnould, 1988; Rudmin, 1988) poukázali na skutečnost, že škály vytvořené Belkem (1984) jsou vhodnější pro USA než pro jiné kultury, speciálně pro kultury ze „Třetího světa“. Proto se Belk pokusil o nápravu tohoto problému testováním modifikované verze těchto škál (Ger a Belk, 1990).

Výzkumu se účastnilo 405 univerzitním studentům z USA, Francie, Německa, Velké Británie a Turecka. V první části byl respondentům předložen dotazník obsahující 34 položek, které byly zaměřeny na měření materialismu. Druhá část zahrnovala otevřené otázky. V poslední části byl předložen respondentům seznam 20 produktů a typů služeb. Respondenti uváděli, zda si myslí, že položky považují za „luxus“ nebo za „nezbytnost“.

Za použití faktorové analýzy byly identifikovány čtyři dimenze. Ke třem dimenzím zjištěným v předchozím výzkumu - *závistivost*, *nešlechtnost* a *sklon k majetnictví* - byla přidána čtvrtá dimenze, nazvaná *hmatatelnost* (tangibility), později nazvaná *zachování* (preservation) (tab. 2). Tuto dimenzi lze definovat jako *přeměnu zážitku v materiální formu*. Příkladem může být uchovávání suvenýrů nebo pořizování fotografií během prázdnin či dovolené, které mohou v této formě být prezentovány ostatním.

Tabulka 2: Příklady položek na dimenzi zachování

<i>Škála zachování</i>
Mám tendenci lpět na věcech, které bych měl pravděpodobně vyhodit.
Rád fotografuji, když cestuji.
Raději dávám dárky, které vydrží, než abych vzal někoho na večeři.

(Podle Ger a Belk, 1990, s. 187)

Výsledky výzkumu ukázaly, že nejvíce materialistický ze všech byl vzorek tureckých respondentů, a to jak s ohledem na výsledky materialistické škály, tak i do počtu položek považovaných za nezbytnost. Turkové mají podle výzkumu největší sklony k majetnictví, jsou více závistiví a nejvíce materializují své zážitky. Současně jsou však nejštedřejší. Vzorek účastníků ze Spojených států se umístil nejvýše na subškále *nešlechtnosti*, na druhém místě za Evropou (kromě Francie) na škále *majetnictví*, rovněž na druhém místě na škále *závisti* a spolu s Anglií a Francií na škále *hmatatelnosti*. Respondenti z Německa byli nejméně materialističtí, a nejméně „zhmotňují“ své zážitky.

Zjištění jsou v rozporu s obecným tvrzením, že materialismus je „západním“ fenoménem pozorovaným v rozvinutých zemích. Vzorek účastníků z Turecka, nezápadní a v té době méně rozvinuté zemi, byl nejvíce materialistický a umístil se také nejvýše na všech dílčích škálách s výjimkou *nešlechtnosti*. V souvislosti s tímto zjištěním Gerová a Belk (1990) nabízejí hypotézu o „westernizaci“ ve smyslu přejímání západních hodnot, která spočívá mimo jiné v nárůstu materialistické orientace. Materialistická konzumní kultura vzešla z ekonomicky vyspělého světa, ale ve velké míře je následována ve „Třetím světě“. Díky prostředkům, jako jsou masmédiá, turismus a mezinárodní obchod, utváří se v těchto zemích konzumní kultura a touha po konzumním zboží. Následkem toho jsou materiální statky jako symbol bohatství a statusu upřednostňovány před zajištěním základních prostředků obživy.

Belkův koncept vyvolal širokou diskuzi, včetně kritiky, že je pojímán příliš široce a je velmi obtížné jej ověřit empiricky (např. Cohen 1989). Přesto však Belkova teorie materialismu a jeho zkoumání v rámci výzkumu spotřebitelského chování otevřely v první polovině 80. let 20. století oblast do té doby nepříliš zkoumanou a vedly řadu autorů k novým definicím materialismu a rozvoji nástrojů k jeho měření. Belkův výzkum konzumního chování se stal výzvou k analýze konzumních vzorců a jejich původu a jeho škála materialistických rysů dala podnět k rozvoji dalších škál pro měření a definování materialismu.

5.2 Materialismus jako konzumní hodnota: Marsha L. Richinsová

Jak jsme viděli, podle Belka (1984) je materialismus charakterizován třemi rysy, které reprezentují typické a významné vyjádření vztahu člověka k materiálním objektům: vlastnickými sklony, nešlechtností a závistivostí. Marsha Richinsová připouští, že některé rysy mohou být s materialismem spojovány, současně však tvrdí, že rysy jako osobnostní charakteristiky jsou formovány v raném věku, během života se relativně nemění a jsou značně odolné vůči podnětům z okolního prostředí. Výsledky výzkumů však ukazují, že se vztah člověka k materiálním statkům mění v čase a že je materialismus ovlivňován podněty z okolního prostředí. Z toho podle Richinsové vyplývá, že konstrukt materialismu *není v souladu s charakteristikami rysu*. Stejně tak přístup k materialismu jako postoj není podle Richinsové vhodný, protože se postoj vztahuje spíše ke specifickým objektům než k širšímu systému chování. Richinsová (např. Fournier a Richins, 1991; Richins, 1994a, 1994b; Richins a Dawson, 1992) dospívá proto k závěru, že materialismus je lépe chápat jako **hodnotu**, než osobnostní rysy. Ve svém pojetí navazuje na Milтона Rokeache (1968, 1973), podle kterého

je hodnota trvalé přesvědčení, že určitý způsob jednání nebo cílový stav existence zasluhuje přednost před jiným způsobem jednání nebo stavem existence. Hodnoty jsou v jeho pojetí standardem, který řídí a ovlivňuje jednání, postoje a hodnocení. Materialismus je proto podle Richinsové hodnotou – základním trvalým přesvědčením, že je důležité vlastnit materiální statky, která ovlivňuje volbu člověka a je vodítkem v řadě situací, včetně spotřeby.

Fournierová a Richinsová (1991) na základě analýzy různých pojetí materialismu (např. Belk, 1984; Ward a Wackman, 1971; Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton, 1981) dospěly k závěru, že jsou v těchto pojetích zastoupeny zejména tři oblasti:

- **Přesvědčení o důležitosti vlastnění a získávání statků.** Pro materialisty jsou objekty, které vlastní, a jejich získávání ústředním bodem v jejich životě. V koncepcích materialismu je popisován materialismus jako životní styl, ve kterém vysoká míra materiálního konzumu funguje jako cíl a soubor životních plánů. Materialismus tak dává životu význam a poskytuje cíl pro každodenní snažení. Umístění materialistických hodnot do čela hodnotové hierarchie má však za následek odsunutí jiných hodnot, které úzce souvisejí s kvalitou života, na vedlejší kolej. Mezi tyto opomíjené nebo eliminované hodnoty patří především svoboda / sebeaktualizace a interpersonální vztahy.
- **Přesvědčení o nezbytnosti vlastnění a získávání statků pro dosažení štěstí.** Jedním z důvodů, proč statky a jejich získávání zaujímají tak důležité místo v životě materialistů, je, že jsou pokládány za nezbytné pro dosažení štěstí, spokojenosti a dobrého života. Materialisté zdůrazňují význam hmotných statků a peněz jak pro osobní štěstí, tak i pro společenský pokrok. Většina lidí se do jisté míry snaží o dosažení štěstí. Pro materialisty je však charakteristická snaha o dosažení štěstí prostřednictvím získávání majetku spíše než prostřednictvím jiných prostředků (jako jsou např. vztahy, zkušenosti).
- **Přesvědčení, že úspěch je posuzován podle míry vlastněných statků.** Materialisté mají sklon posuzovat svoji úspěšnost i úspěšnost druhých podle množství a kvality nahromaděných statků. Podle Heilbrонера (1956) si cení materialisté statky spíše „*pro peníze, jež stojí, než pro uspokojení, jež skýtají*“ (citováno dle Richins a Dawson, 1992, s. 304). Materialisté se pokládají za úspěšné v míře, v níž vlastní objekty, které jim umožňují demonstrovat status, a v níž se jim daří dosažení „ideálního“ životního stylu.

Materialismus tak reprezentuje určitý soubor přesvědčení týkající se relativní důležitosti získávání a vlastnění objektů v životě jedince. Majetek se dostává do popředí jeho osobních cílů a diktuje „způsob života“.

Na základě literatury a výsledků kvalitativních výzkumů Richinsová v následující práci spolu se Scottem Dawsonem (1992, s. 308) definují materialismus jako „*důležitost připisovanou vlastnění a získávání materiálních statků při dosahování významných životních cílů nebo žádoucích stavů*“.

Richinsová a Dawson (1992) rozlišují tři dimenze materialismu:

- 1) *Ústřednost*. Materialisté kladou získávání a vlastnění objektů na samý vrchol svých hodnotových hierarchií.
- 2) *Štěstí*. Jedním z důvodů, proč statky a jejich získávání zaujímají tak důležité místo v životě materialistů, je, že jsou pokládány za nezbytné pro dosažení štěstí a spokojenosti.
- 3) *Úspěch*. Materialisté mají sklon posuzovat svoji hodnotu a úspěšnost, stejně tak jako hodnotu druhých, podle množství a kvality nabytých statků. Svě statky si cení spíše pro peníze, jež stojí, než pro uspokojení, jež skýtají.

Podle této definice je pro materialisty hromadění majetku ústřední v jejich životě, je nezbytné pro jejich šťěstí a zásadní při definování úspěchu (Richins a Dawson, 1992).

5.2.1 Škála materialistických hodnot

Richinsová a Dawson předložili v roce 1992 *Škálu materialistických hodnot* (Materialistic Values Scale, MVS), která měří, do jaké míry jsou lidé přesvědčeni, že majetek odráží úspěch v životě, jakou ústřední roli hraje materialismus v jejich přáních a nakolik jsou přesvědčeni, že bohatství a majetek přináší štěstí.

Na počátku výzkumu, jehož cílem bylo vytvoření škály, požádali výzkumníci jedenáct dospělých respondentů (stejný počet žen a mužů různého věku a příjmu), aby popsali postoje a hodnoty materialistických lidí, které znají, a postoje a hodnoty materialisticky orientovaných jedinců obecně. Často zmiňované postoje byly upraveny do položek. K těmto položkám byly vytvořeny další položky reprezentující tři dimenze materialismu popsané shora. Dalším zdrojem pro vytvoření položek byly charakteristiky materialistů obvykle uváděné v literatuře. Několik položek bylo na závěr přejato z dřívějších studií, ve kterých byl měřen materialismus a s ním spojené konstrukty.

Položky byly uspořádány tak, aby reflektovaly hodnoty a postoje k vlastnictví (majetku), spíše než specifické chování nebo osobnostní rysy. Pro odpovědi ke všem položkám byly použity Likertovy škály s kategoriemi odpovědi: silně souhlasím / souhlasím / neutrální / nesouhlasím / silně nesouhlasím. Během počátečního sběru dat bylo vytvořeno více jak 120 položek. Z toho byly eliminovány ty, které byly nadbytečné, nejednoznačné, zavádějící a chybné. Další očištění položek a validační test byl proveden se vzorkem více jak 200 účastníků. Výsledkem bylo 30 položek vztahujících se k materialismu. Po provedené faktorové analýze škála obsahovala 18 položek, které byly konzistentní a měly vyhovující reliabilitu.

Získaných 18 položek tvoří škálu s třemi subškálami, představujícími tři aspekty materialismu:

- **Škála ústřednosti** (acquisition centrality) měří důležitost, kterou materialisté přikládají vlastnění objektů, získávání je životním cílem. Tato subškála sestává ze 7 položek, např. „Obvykle kupuji jen věci, které potřebuji“ (obrácené skóre).
- **Škála štěstí** (acquisition as the pursuit of happiness) posuzuje míru, do jaké materialisté považují vlastnění objektů za nezbytné k jejich životní spokojenosti a pocitu pohody/štěstí v životě. Tato subškála obsahuje 6 položek, např. „Mám všechny věci, které skutečně potřebuji, abych měl radost ze života“ (obrácené skóre).
- **Škála úspěchu** (possession-defined success) měří přesvědčení, že vlastní úspěch a úspěch druhých může být posuzován podle toho, co vlastní. Tato subškála sestává z 5 položek, např. „Některé z nejdůležitějších úspěchů v životě zahrnují získání materiálních statků“.

Později byla škála revidována (Richins, 2004) a konečnou verzi tvoří tři subškály, každá z nich obsahuje pět položek (tab. 3).

Za účelem posouzení validity výsledné škály ověřovali Richinsová s Dawsonem (1992) několik tezí, které se v literatuře zabývající se konstruktem materialismu často vyskytují. Dovolím si zde zmínit zejména tři, které se přímo vztahují k výše uvedeným dimenzím materialismu.

- Materialističtí lidé přikládají vyšší hodnotu získávání majetku a prostředkům k jeho získávání. Na získávání objektů kladou vyšší hodnotu než na jiné cíle v životě. Proto budou potřebovat více peněz, aby tyto statky získali.
- Materialisté jsou sebestřední a nezajímají se o druhé.

- Neustálá honba za materiálními statky vede k nespokojenosti.

První teze předpokládá, že jedinci, kteří touží po větším majetku, budou pro dosažení tohoto cíle potřebovat také více peněz, tedy budou potřebovat větší příjem. V jednom z validačních testů vyplnilo 250 respondentů dotazník materialismu a otevřenou položku, v níž měli udat, jaká celková výše ročního příjmu by stačila k uspokojení jejich potřeb. Pro účely analýzy byli respondenti rozděleni podle dosaženého skóre na škále materialismu do tří skupin. Bylo zjištěno, že zatímco první skupina by potřebovala v průměru asi 66 000 USD (ti, kteří se umístili vysoko na škále), třetí skupina (ti, kteří se umístili nejnižší na škále materialismu) by vystačila s průměrným příjmem kolem 45 000 USD. V následném testu bylo posuzováno, jaké hodnoty jsou pro respondenty důležité. Za použití dotazníku materialismu a v dotazníku hodnot (*List of Values*, LOV; Kahle et al., 1986) 206 respondentů uvádělo, jaké jsou pro ně čtyři nejdůležitější hodnoty. Po rozdělení respondentů, podobně jako ve výše uvedeném testu, se ukázalo, že oproti méně materialistickým respondentům ti více materialisticky orientovaní volili častěji *finanční zajištění* (46,5 % oproti 22,1 %) a výrazně méně často *vřelé vztahy s druhými* (45,1 % oproti 64,7 %). Pro respondenty méně materialisticky orientované byly více než „finanční zajištění“ důležité následující hodnoty: *sebeúcta*, *vřelé vztahy*, *bezpečí rodiny* a *pocit dosažení cíle*. U materialistů jen sebeúcta a bezpečí rodiny byly považovány za důležitější než finanční zajištění. Škála tak dobře identifikuje jedince, pro které je získávání statků v životě důležitější než jiné cíle.

Další z obvyklých mínění o materialistech je, že jsou sebestřední a nezajímají se o ostatní. V jednom z výzkumů mělo 250 respondentů odpovědět, co by dělali, kdyby nečekaně získali 20 000 USD. Tuto částku měli rozdělit mezi stanovených šest kategorií, případně mohli doplnit kategorii vlastní („jiné“). Výsledky ukazují, že více materialističtí jedinci by si častěji koupili něco pro sebe než jedinci méně materialističtí a současně, že by byli méně štedří také vůči známým, příbuzným a potřebným lidem. V průměru by utratili třikrát více peněz za věci pro sebe a přispívali by na charitativní účely o polovinu méně než „nematerialisté“. Bylo tedy rovněž potvrzeno, že materialisté preferují uchování svých prostředků pro vlastní potřebu a jsou méně ochotní sdílet své peníze a majetek (Belk, 1984).

Často také kritiky materialismu upozorňují na skutečnost, že neustálá honba za štěstím prostřednictvím hmotných statků vede k nespokojenosti. Řada autorů tvrdí, že materialismus a honba za majetkem není příčinou, ale důsledkem nespokojenosti, a že touha vlastnit a konzumovat vyrůstá z nejistoty nebo hlubší nespokojenosti se sebou samým a se svým životem (např. Fromm, 2001). V sérii studií, provedených Richinsonovou (Richins a Dawson,

1992; Richins, 1994a), bylo zjištěno, že vysoce materialističtí jedinci oceňují svůj majetek zejména v souvislosti se získáváním sociálních výhod, zatímco lidé méně materialisticky orientovaní si jej cení spíše pro radost a pohodlí, které jim může poskytovat. Respondenti v jednom z validačních testů (Richins a Dawson, 1992) vyplňovali dotazník životní spokojenosti (Life Satisfaction Scale; Andrews a Withey, 1976) a spokojenosti s vybranými oblastmi života jako je rodinný život, příjem nebo životní úroveň, vztahy s přáteli a využívání volného času. Materialismu negativně koreloval se spokojeností ve všech aspektech života.

Do výzkumu autoři (Richins a Dawson, 1992) zahrnuli Rosenbergova Škála sebeúcty (Self-Esteem Scale; Rosenberg, 1965). Jde o desetipoložkovou škálu, v níž respondent pomocí sedmibodové stupnice uvádí hodnocení sebe sama a spokojenost se sebou samým. Příklad položky: „Jsem se sebou vcelku spokojený/á.“ (Pro plné znění české verze škály viz například Osecká a Blatný, 1997). Mezi materialismem a sebeúctou byl zjištěn negativní vztah. Získaná data naznačují, že **materialisté jsou méně spokojeni spíše se svými podmínkami než se sebou samými**. Přesto, že vztah mezi materialismem a jednotlivými oblastmi života nebyl vždy stejnou měrou negativní, bylo dokázáno, že čím vyšší materialistické tendence jedinec vykazuje, tím nižší pociťuje spokojenost s vlastním životem.

Tabulka 3: Příklady položek na dimenzích škály materialistických hodnot

Škála ústřednosti
Rád/a utrácím peníze za věci, které nejsou praktické. Kupování věcí mi dělá velkou radost.
Škála štěstí
Nebyl/a bych o nic šťastnější, kdybych měl/a věci, jež nevlastním. Byl/a bych šťastnější, kdybych si mohl/a dovolit koupit více věcí.
Škála úspěchu
Obdivuji lidi, kteří vlastní nákladné domy, auta a oděvy. Věci, které mám, vypovídají hodně o tom, jak si v životě vedu.

(Podle Richins, 2004, s. 217)

5.2.2 Komunikace vlastní hodnoty

Práce Richinsově a Dawsona (1992) ukazují, že pro materialistické jedince je majetek a jeho získávání ústředním cílem v životě, majetek je pro ně prostředkem k dosažení štěstí a indikátorem jejich vlastního úspěchu nebo úspěchu druhých lidí. Prostřednictvím statků materialistický jedinec komunikuje své materiální hodnoty druhým lidem. Předměty, které

považují jedinci ve svém životě za nejdůležitější, často charakterizují jejich individuální hodnoty. V určitém smyslu umožňují nahlédnout do jejich vnitřního „já“ (Self). Pokud jsou hodnoty standardem, který řídí a ovlivňuje jednání, postoje a hodnocení jedince (Rokeach, 1968), pak také ovlivňují, jaké statky lidé konzumují.

Veřejné a soukromé významy. Podle Richinsové (1994a, 1994b) komunikuje majetek hodnotu vlastníka druhým lidem. Hodnota materiálního statku (tj. hodnota majetku bez ohledu na jeho tržní cenu) je podle Richinsové odvozena od jeho *významu*. Je tomu tak proto, neboť statky jsou jednak důležitým nástrojem *komunikace* (sdělují, kým jsme), jednak jsou důležitým zdrojem sebepojetí a vlastní *identity* (Belk, 1988; Wicklund a Gollwitzer, 1982; McCracken, 1986). Mary Douglasová a Baron Isherwood (1979) zdůrazňují roli, kterou hrají statky při předávání informací o jejich majiteli a v sociálních vztazích. Statky považují za součást složitého sociálního komunikačního systému, jehož jsou aktivními účastníky konzumenti, kteří si vybírají a přikládají hodnotu statkům pro jejich význam, který mají v kulturním systému.

Richinsová (1994a) rozlišuje dva významy statků:

- *Veřejný význam* je význam, který danému statku připisují vnější pozorovatelé, kteří s ním většinou nemají zkušenost, neboť ho nevlastní. V tomto významu, který připisují jednotlivým objektům různí lidé, je vysoká míra shody, ale někdy rovněž značné rozdíly mezi kulturami a časy. Tento význam je formován v průběhu socializace a enkulturace, včetně vlivu reklamy a jiných médií (McCracken, 1986, 1989).
- *Soukromý, osobní význam* je souhrnem všech subjektivních významů, které má daný statek pro jedince. Důležitou roli zde hraje osobní zkušenost s tímto objektem, i když svoji roli hraje i veřejný význam. Rozvoj soukromého významu zahrnuje aktivní proces, ve kterém je význam „kultivován“ během opakované interakce se statkem. Lidé mají rovněž sklon kultivovat ty *významy*, které jsou konzistentní s jejich individuálními hodnotami (Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton, 1981). V důsledku takového kultivačního procesu se významy statků, které jsou pro jedince důležité, včlení do jeho hodnotového žebříčku a dalších aspektů jeho „Já“.

Richinsová (1994a) zkoumala podstatu objektů, které jsou pro materialisty důležité a významy, které tyto statky mají pro jejich vlastníky a pro druhé. Na základě předchozích

zjištění, že materialisté posuzují sebe a druhé podle toho, co vlastní, předpokládala, že materialisté budou dávat přednost statkům, které jsou konzumovány spíše veřejně než soukromě, a jejichž prostřednictvím demonstrují svoji úspěšnost. Studie se zúčastnilo 263 respondentů, kteří odpověděli na otevřenou otázku „Mnoho lidí vlastní několik věcí, o něž hodně pečují nebo které jsou pro ně zvláště důležité. Můžete uvést, které věci mají pro Vás tento význam?“ Materialismus byl měřen Škálou materialismu (Richins a Dawson, 1992). U každého uvedeného objektu byla na čtyřbodové stupnici posuzována nezávislými pozorovateli jeho *sociální vizibilita* (1= za normálních okolností je užíván v soukromí, 4, = za normálních okolností je užíván na veřejnosti), a byla současně odhadnuta cena každého uvedeného objektu.

Výsledky studie ukázaly, že méně materialističtí jedinci preferovali z velké části statky, které byly používány soukromě a byly k vidění pouze pro ty, jenž domácnost navštívili. Naopak vysoce materialističtí jedinci dávali přednost statkům, které byly veřejně viditelné (oblečení, statky používané na veřejných místech). Navíc při popisu věcí, které pro ně byly důležité, zmiňovali jejich finanční hodnotu, a ty, které byly finančně nákladné, uváděli výrazně častěji (v hodnotě více jak 5000 USD). Naopak pouze 27 % materialisticky orientovaných jedinců považovalo za důležité položky, které byly oceněné na méně než 1000 USD (oproti 56 % méně materialisticky orientovaným respondentům). V souladu s předpokladem autorky, materialisté méně často pokládali za důležité interpersonální vztahy. Pouze 10,7 % materialisty vyjmenovaných položek představovaly předměty související s interpersonálními vazbami, méně materialističtí respondenti jmenovali 27,7 % takových objektů. Materialisté také méně vybírali rekreační položky a spíše vybírali peněžní prostředky, dopravu a věci spojené se vzhledem. Celkově uváděli materialističtí jedinci méně často objekty užívané v soukromí a častěji objekty užívané na veřejnosti než lidé méně materialističtí.

Richinsová tak ukazuje, že materialisticky orientovaní lidé preferují a) statky, které jsou „konzumovány“ spíše veřejně než privátně, a b) statky, které jsou nákladnější (tj. ty, jejichž prostřednictvím demonstrují svoji úspěšnost a prestiž). Dospívá k závěru, že materiální statky slouží ke komunikaci a charakterizaci hodnot vlastníků. Pro materialisty jsou tak důležitými aspekty věcí, které vlastní, užitečnost, vzhled a finanční hodnota a schopnost poskytovat status, úspěch a prestiž.

Okázalá spotřeba. Materialismus je spojován s různými typy konzumního chování. Jedním z fenoménů souvisejícím s významem a funkcemi konzumu pro život jedince je demonstrativní **okázalá spotřeba** (conspicuous consumption). Nejen, že podle všeobecného mínění (podpořeného empirickými výzkumy) materialisté konzumují více, ale soustředí se také více na konzumaci „statusového zboží“ (Fournier a Richins, 1991). Materialistický způsob života je často spojován s okázalostí. Belk a Gerová (1994, Ger a Belk, 1996) také ve svém mezikulturním kvalitativním výzkumu zjistili, že materialismus je obvykle spojen se soutěživým předváděním úspěchu a statutu ve „vebleniánském“ stylu. Thorstein Veblen (1999) ve své práci *Teorie zahálčivé třídy* (Theory of the Leisure Class) poukázal na fenomén, kdy jsou konzumní preference rozvíjeny za účelem zvýšení sociálního statusu. Ve své kritice střední třídy společnosti 19. století v Severní Americe píše, že bohatí lidé okázale konzumují proto, aby ukázali druhým svoji moc, status a odlišnost. Současní konzumenti nakupují určité zboží v naději, že díky němu bude jejich postavení v dané sociální hierarchii vnímáno příznivěji. To vede, zejména v západních společnostech, k okázalé spotřebě jako k cestě k lepšímu sociálnímu statusu, zvláště zvažíme-li shodnou podstatu veřejného významu, který se k „okázalému“ zboží vztahuje (Richins, 1994a).

Podobně jako u materialismu je typickým aspektem okázalé spotřeby zaměření na statusové produkty (Wong, 1997). Jednotlivec prezentuje svůj blahobytný život utrácením za luxusní zboží a služby. Luxusní „okázalé“ zboží je určitým segmentem produktů (drahé značkové zboží), který primárně uspokojuje potřebu získání prestiže (např. Belk, 1988). Toto uspokojení je nezřídka odvozováno od reakce okolí (Wong, 1997). Úspěch jedince je měřen spotřebou, které je svědkem široká veřejnost.

Nancy Wongová (1997) se zaměřila na zkoumání vztahu mezi osobnostním rysem závisti (Belk, 1985) a okázalou spotřebou. Závist je téměř vždy zaměřena na drahé nebo na luxusní produkty. Okázalá spotřeba je současně implicitně spojena s materialismem jako hodnotou, tak jak je definován Richinsovou (Fournier a Richins, 1991; Richins, 1994a, 1994b; Richins a Dawson, 1992). V kapitalistické kultuře je úspěch definován ve finančních pojmech, úspěšnost je obvykle dávána do souvislosti s blahobytem. Pokud materialisté věří, že úspěch může být viditelně demonstrován prostřednictvím statků, bude nákladné luxusní zboží k takové demonstraci blahobytnosti nejvhodnějším prostředkem. Tuto dedukci podporují empirické výzkumy. Pro vysoce materialisticky orientované jedince jsou důležité drahé věci, které vyjadřují prestiž, a předměty, které zvyšují jejich sociální status a image (Richins, 1994a).

Je však třeba také uvést, že v mezikulturním srovnání například Wongová a Ahuvia (1998) zjistili, že v kulturách jihovýchodní Asie jedinci konzumují luxusní zboží, aby tak zdůraznili svoji nezávislost na druhých. Kladou proto více důraz na veřejně viditelné statky než lidé v západních kulturách. Naopak lidé v západních kulturách kladou důraz spíše na soukromé významy svých statků. Tento opačný vztah mezi materialismem a pocitem pohody získal v mezikulturním výzkumu podporu (Kasser a Ahuvia, 2002).

5.3 Vliv materialismu na spokojenost se životem: M. Joseph Sirgy

M. Joseph Sirgy (1998) na základě empirického výzkumu a koncepcí materialismu Belka a Richinsové definuje materialismus jako „*stav, kdy je materiální oblast života považována oproti jiným oblastem života za velmi důležitou*“ (s. 243). Materialisticky orientovaní jedinci považují peníze, blahobyt a materiální statky za důležitější než jiné věci v životě. Získávání a udržení určitého životního standardu považují za ústřední cíl ve svém životě. Životní spokojenost materialistů je ovlivňována spokojeností s jejich životní úrovní spíše než spokojeností s jinými oblastmi života. Spokojeni jsou tehdy, pokud svůj životní standard mohou hodnotit pozitivně, a nespokojeni tehdy, když svůj příjem, majetek a úroveň blahobytu hodnotí negativně. Materialisté jsou podle tohoto autora nespokojeni se svým životním standardem, protože nastavují své finanční cíle nerealisticky vysoko a není v jejich schopnostech těchto cílů dosáhnout. A protože nejsou schopni jich dosáhnout, jsou nespokojeni se svým životním standardem a jejich nespokojenost se přelévá do jejich života obecně. Materialistické očekávání *ideálu* životního standardu je ovlivněno sociálním srovnáváním. Materialisté se srovnávají s těmi, kdo jsou na tom lépe.

Ve své teorii materialismu Sirgy (1998) tvrdí, že celková spokojenost (kvalita života) je částečně determinována spokojeností se životním standardem. Spokojenost s životním standardem je z velké části předurčena hodnocením stávající životní úrovně ve srovnání s ideální životní úrovní, která je cílem jedince. Stanovený cíl životní úrovně je z velké části determinován afektivním očekáváním (ideál / to co si zaslouží / to co potřebuje). Očekávání blahobytu jako ideálního, zaslouženého a minimálně potřebného, je u materialistů nerealisticky vysoké. Materialisté jsou nespokojeni se svojí životní úrovní a tato nespokojenost se přelévá do celkové nespokojenosti se životem. Materialisté jsou nespokojeni se svým životním standardem, protože si stanoví materialistické cíle, které jsou příliš vysoké a jsou považovány za hodnotu. *Ideální očekávání* materialistů je více ovlivňováno sociálním srovnáváním se standardy spíše vzdálenými než aktuálními (situačními). Materialisté si také

stanoví cíle životní úrovně, které si podle nich *zaslouží*. Toto očekávání je utvářeno např. srovnáváním s druhými, kteří mají vyšší příjem, ale pracují méně. To vede ke zlosti, pocitu nespravedlnosti, křivdy a závisti. Mají sklon konzumovat více materiálních statků a služeb, než pro které mají dostatek peněz. Věří, že jim spotřeba přinese potěšení, pohodlí a štěstí. Jejich návyky nadměrné spotřeby je vedou k tomu, že utrácejí více, než si mohou dovolit. Proto se neustále potýkají s finančními problémy, což vede k velkému zaujetí jejich finančními zdroji a *potřebami* tyto zdroje získávat.

6 Materialismus jako aspirace: Tim Kasser a Richard M. Ryan

Tim Kasser a Richard M. Ryan, působící na americké univerzitě v Rochesteru, vycházejí ve svých pracích z teorie sebedeterminace, která se primárně zabývá vysvětlením psychických procesů podporujících optimální fungování a zdraví (Ryan a Deci, 2000).

Autoři tvrdí, že sledování a dosahování některých životních cílů může poskytovat větší uspokojení základních psychologických potřeb než sledování a dosahování jiných cílů (Deci a Ryan, 1985a; 1991; Ryan et al., 1996). Rozlišují (Kasser a Ryan, 1996) proto mezi *vnitřními cíli* a *vnějšími* (materialistickými) *cíli*. Zatímco vnitřní cíle uspokojují základní psychologické potřeby autonomie, kompetence a potřebu vztahů, vnější cíle nekorelují s uspokojováním těchto potřeb.

Pro soubor cílů, přesvědčení a chování založených na konzumní kultuře autoři používají termínu „*materialistická hodnotová orientace*“ (Materialistic Value Orientation, MVO). Tato orientace je podle nich jedním ze způsobů, kterými se jedinci snaží kompenzovat své obavy a pochybnosti o vlastním bezpečí v relativně nepředvídatelném světě, o své hodnotě a o svých schopnostech vypořádat se se změnami v životě (Kasser et al., 2004).

Tim Kasser se začal zabývat tématem materialismu a jeho vlivu na lidské štěstí a psychologické přizpůsobení v 90. letech. K plnému pochopení vlivu materialismu na lidský život je třeba podle něj zkoumat, jak materialistické potřeby (požadavky) souvisí s pocitem životní pohody (well-being). Protože nám společnost opakovaně říká, že peníze a statky nás učiní šťastnými a že jsou významným cílem, kterého bychom měli dosahovat, často naše životy tomuto tvrzení přizpůsobujeme. Co se však stane s naším pocitem pohody, když se naše přání po dosažení blahobytu a hromadění majetku stanou tím nejvýznamnějším v životě? Co se stane s naší citovým životem a vztahy, pokud přijmeme poselství konzumní kultury za své osobní přesvědčení? Co se stane s kvalitou našeho života? Tim Kasser se svými spolupracovníky zjišťovali, co se stane z psychologického hlediska člověku, který umístil finanční úspěch na vrchol svého hodnotového žebříčku.

Tim Kasser a Richard Ryan (1993) se zaměřili na relativní ústřednost cíle finančního úspěchu, jako komponentu „Amerického snu“ - stylu života a systému hodnot modelovaných a podporovaných moderní americkou společností, založených na předpokladu úspěchu a štěstí, závislých na dosažení peněžního bohatství ve srovnání s jinými oblastmi života. V roce 1931 James Truslow Adams ve své knize *The Epic of America* definoval představu Amerického snu jako „sen o zemi, ve které by život měl být lepší a plnější, s příležitostmi pro

každého podle jeho schopností nebo úspěchů.“ Jak sám zdůraznil, tato myšlenka se netýká pouze materiálního blahobytu, ale také touhy po sebeaktualizaci a sebenaplnění, je to sen o svobodě, nezávislosti a samostatnosti, rovnosti a rovných příležitostech pro všechny. Americký sen byl tedy spojen s určitými hodnotami a ideály. Vedl kroky miliony přistěhovalců za jiným, „lepším životem“, ať už jejich motivy byly jakékoliv. Ti a mnozí další, kteří uspěli, se stali ztělesněním Amerického snu. Původní myšlenka, která utvářela národní identitu, se však stále více stávala v rukách komerční reklamy výzvou ke konzumnímu způsobu života, ve kterém úspěch a štěstí závisí na dosažení finančního a materiálního bohatství.

Kasser a Ryan předpokládali, že jednotlivci, kteří aspirují na dosažení finančního úspěchu více než na jiné oblasti života, budou zaznamenávat negativní důsledky. Jedinci, pro které jsou důležitější majetek a peníze více než smysluplné a intimní vztahy, pocit sounáležitosti nebo sebe-přijetí, budou mít negativní vztah k proměnným spojeným s psychologickým přizpůsobením. Autoři dále předpokládali, že tito jedinci budou také pravděpodobně orientováni na kontrolu (Deci a Ryan, 1985a) více než ti, kteří ve svém hodnotovém systému nekladou na přední místo finanční úspěch.

6.1 Škála aspirací

Tim Kasser s Richardem Ryanem vytvořili *Aspiration Index*, škálu k měření aspirací (Kasser a Ryan, 1993). Dotazník obsahoval rozdílné cíle: úkolem respondenta bylo u každého cíle uvést, jak je pro něj důležitý. Určením odlišných typů cílů bylo možné zjištění, jak důležité jsou materialistické hodnoty v kontextu celého systému hodnot jedince (tab. 4).

Pro komparativní účely byly do tohoto dotazníku zahrnuty tři cílové oblasti, které jsou v literatuře nejčastěji spojovány s pozitivním pocitem duševní pohody, a jedna cílová oblast k měření materialistických hodnot (finanční úspěch):

- 1) **sebe-přijetí** (Self-acceptance) – aspirace týkající se individuálního psychologického růstu, sebe-úcty a autonomie,
- 2) **afiliace** (Affiliation) – aspirace týkající se rodinného života, dobrých vztahů s přáteli,
- 3) **společenská prospěšnost** (Community feeling) – aspirace týkající se prospěšnosti pro širší komunitu a celou společnost (vlastním chováním/jednáním přispět k tomu, aby svět byl lepší), alturismu a odpovědnost,

- 4) **finanční úspěch** (Financial success) – aspirace týkající se dosažení bohatství a materiálního úspěchu.

Pro ověření reliability a validity škály byl dotazník předložen 118 vysokoškolským studentům, kteří kromě škály aspirací vyplňovali rovněž další dotazníky měřící jejich míru sebeaktualizace a vitalitu, tedy „energii manifestovanou jak ve fyzické, tak duševní oblasti“. V jednom z dotazníků také účastníci studie uváděli, jaká je pravděpodobnost dosažení daného cíle. U tohoto měření byl kladen důraz na škálu *kontroly*.

Tabulka 4: Příklady položek Škály aspirací

<i>Sebe-přijetí</i>
Na konci vašeho života se při pohledu zpět bude jevit váš život jako smysluplný a naplněný. Budete efektivně řešit problémy, které se ve vašem životě vyskytnou. Budete vědět a akceptovat, kdo opravdu jste.
<i>Afiliace</i>
Budete mít přátele, na které se budete moci spolehnout. Budete mít okolo sebe lidi, kteří vás budou podporovat a budou se o vás zajímat. Budete mít pár dobrých přátel, se kterými budete moci hovořit o osobních záležitostech.
<i>Společenská prospěšnost</i>
Budete pomáhat lidem v nouzi (kteří to potřebují). Budete věnovat čas a peníze charitě. Budete se podílet na společenském a politickém hnutí.
<i>Finanční úspěch</i>
Budete finanční úspěšný/á. Budete svým vlastním pánem. Budete mít povolání s vysokým společenským statutem.

(Podle Kasser a Ryan, 1993, s. 422)

U každé z položek škály respondenti odpovídali na otázky:

1. Nakolik je pro vás tento cíl důležitý? (**důležitost**)
2. Nakolik je pravděpodobné, že v budoucnu tohoto cíle dosáhnete? (**pravděpodobnost, vyhlídka**)

K odpovědím v každé dimenzi byly použity 5-stupňové škály: pro důležitost (1 = vůbec ne, 5 = velmi důležité), pro šance (1= velmi malá, 5= velmi vysoká).

Současně výzkumníci použili proceduru tzv. „**řídících životních principů**“. Tato procedura (řazení podle pořadí) byla použita jako další prostředek posouzení relativní důležitosti hodnot. Respondentům byly předloženy tři sady po pěti hodnotách a byli požádáni,

aby seřadili hodnoty v sadě podle toho, do jaké míry řídí jejich životy. Pět hodnot v každé sadě se vztahovalo k financím, bezpečí rodiny, všeobecnému blahu, spiritualitě a hédonismu. Podstatné pro účely studie však byly pouze ty hodnoty, které se týkaly peněz (např. dosažení finančního úspěchu), bezpečí rodiny (např. stabilní rodina) a všeobecné blaho (např. světový mír).

První studie podpořila hypotézu, že všechny čtyři oblasti aspirací mají odlišný vztah k psychologickému pocitu pohody. Podle očekávání cíle spojené s finančním úspěchem měly negativnější důsledky pro sebeaktualizaci a vitalitu. Jedinci, pro které byly cíle finančního úspěchu důležitější než cíle ostatní, byli více orientováni na kontrolu. Byly rovněž zjištěny významné rozdíly při kontrole vlivu pohlaví na dimenzi „důležitosti“ a „pravděpodobnosti. Muži považovali dosažení finančního úspěchu za důležitější než ženy. Rovněž předpokládali více, že tohoto cíle dosáhnou.

V druhé studii se vzorkem 198 vysokoškolských studentů byla tato zjištění rozšířena o zkoumání vztahu mezi obsahem aspirací a pocitem pohody nebo stresu. V tomto případě bylo očekávání a také dosažení finančního úspěchu oproti relativnímu důrazu na sebe-přijetí a blízké vztahy spojeno s vyšší mírou úzkosti a deprese. Třetí studie, která zahrnovala data 140 respondentů shromážděná během jiné longitudinální studie (Baldwin et al., 1993; Sameroff, Seifer a Zax, 1982), prokázala, že důležitost přikládána dosažení finančního úspěchu má negativní vliv na celkové fungování a nižší sociální produktivitu a naopak pozitivní vztah s problematickým chováním.

Podle Kassera a Ryana (1993) jsou tedy jedinci usilující o bohatství spíše zaměřeni na vnější cíle a na uspokojení, které nevychází z jejich vnitřních potřeb. Úsilí o dosažení materialistických cílů je odpoutává od vnitřní aktualizace a integrujících tendencí, které by vedly k jejich růstu a pocitu pohody (Kasser, 1992). Toto zjištění je v souladu s předpokladem (Rogers, 1962; Maslow, 1954; Deci a Ryan, 1985a), že vnější cíle nebo odměny, podmíněné souhlasem druhých, na rozdíl od cílů souvisejících s vnitřními aktualizacími tendencemi, vedou k menší spokojenosti a vyšší úrovni stresu. Současně podporuje předpoklad Deciho a Ryana (1987), že peníze mohou vést k poklesu vnitřní motivace a s Frommovým předpokladem, že „mít“, spíše než „být“ odvrací od aktualizacími tendencí (Fromm, 2001).

6.2 Rozšíření škály a rozlišení cílů

Ve svém dalším výzkumu Kasser a Ryan (1996) zařadili do škály další tři oblasti – atraktivní vzhled (image), společenské uznání (sláva, popularita) a fyzické zdraví (tab. 5).

Současně se zaměřili na otázku, zda má obsah cílů a hodnot vliv na pocit pohody jedinců. Za tím účelem rozlišili dvě třídy cílů podle jejich obsahu na **vnější cíle** (např. finanční úspěch), které závisí na podmíněné reakci ze strany druhých, a **vnitřní cíle** (např. osobní růst nebo společenský prospěch), které jsou spojeny s aktualizací a růstovými tendencemi přirozenými pro lidské bytosti. Jako takové uspokojují vnitřní cíle základní psychologické potřeby.

Na základě analýzy a v souladu s teorií sebedeterminace byly identifikovány:

- tři hlavní cíle/aspirace jako **vnější** (extrinsic), které vyžadují primárně podmíněný vnější souhlas a odměny: *finanční úspěch* (peníze), *společenské uznání* (pověst, sláva), *atraktivní vzhled* (image); tyto cíle jsou příkladem některých z nejcharakterističtějších aspektů americké kultury, ve které jsou popularita, peníze a atraktivní vzhled často známkou největšího úspěchu člověka (Ryan, 1993; Kaser a Ryan, 1996); jsou obvykle prostředkem dosažení nějakých jiných cílů a jsou zaměřeny na obdržení vnější odměny nebo pochvaly od jiné osoby;
- čtyři cíle/aspirace **vnitřní** (intrinsic): *afiliace* (přináležení), *společenská prospěšnost* (ochota pomáhat), *fyzická zdatnost* (zdraví) a *sebe-přijetí* (růst); tyto čtyři cíle jsou kongruentní s tendencí k sebeaktualizaci (Fromm, 1967; Rogers, 1963) nebo integrací (Deci a Ryan, 1985b) a přispívají tak k psychickému zdraví.

Faktorová analýza položek vedla k extrakci dvou faktorů. První zahrnoval pouze vnitřní aspirace, druhý reprezentoval vnější aspirace. Vysoká důležitost přikládána vnitřním aspiracím byla spojena se signifikantně větší sebeaktualizací a vitalitou a s významně menší depresí a fyzickými symptomy.

Výsledky studie, která zkoumala vzorek 100 dospělých (24 mužů, 76 žen) ve věku 19 – 79 let, rovněž ukázaly, že jak důležitost, která je přikládána vnitřním aspiracím, tak vysoká pravděpodobnost dosažení vnitřních cílů, byly spojeny s větší sebeaktualizací a vitalitou a významně nižší úrovní deprese a fyzických symptomů. Opačný vztah byl zjištěn v případě, kdy respondenti přikládali větší význam vnějším cílům a pravděpodobnosti jejich dosažení.

Tabulka 5: Názvy a popis aspirací použitých ve studiích Kassera a Ryana, 1996

Cíl	Popis cíle
Sebe-přijetí (růst)	Dosažení psychologického růstu, autonomie a sebeúcty.
Afilace (vztahy)	Mít uspokojující vztahy s rodinou a přáteli.
Společenská prospěšnost (pomoc)	Zlepšit svět skrze vlastní aktivitu.
Fyzická zdatnost (zdraví)	Cítit se zdravý a bez nemocí.
Finanční úspěch (peníze)	Být bohatý a materiálně úspěšný.
Společenské uznání (sláva, popularita)	Být slavný, známý a obdivovaný.
Atraktivní vzhled (image)	Vypadat atraktivně postavou, oblečením a stylem.

(Podle Kasser a Ryan, 1996, s. 281)

Výzkumníci dále zjišťovali, zda se muži a ženy liší v hodnocení důležitosti vnějších a vnitřních aspirací. Přesto, že žádné významné rozdíly nebyly zjištěny, muži, pro které byli důležitější vnější aspirace, pociťovali více fyzických symptomů (např. bolesti hlavy, malátnost, bolení svalů apod.). Naopak ženy, které hodnotily pravděpodobnost dosažení vnitřních aspirací jako nízkou, pociťovaly více úzkosti a deprese. Pokud se týká věku, starší respondenti hodnotili jak důležitost, tak pravděpodobnost vnějších aspirací jako významně nízkou. Příjem nekoreloval s žádným z cílů. Byla tak podpořena základní hypotéza, že ústřednost vnitřních cílů je spojena s osobním pocitem pohody a negativně se stresem.

Ve druhé studii, které se zúčastnil vzorek 192 vysokoškolských studentů (71 mužů, 107 žen), byla do zkoumání zahrnuta další proměnná – narcismus, pro nějž je charakteristická přehnaná touha po moci, obdivu a úspěchu. Rovněž z výsledků této studie vyplynulo, že relativní důležitost přikládána vnějším aspiracím byla spojena s nižší sebeaktualizací a vitalitou a s větší úrovní deprese, narcismem a horším fyzickým zdravím. Ženy v tomto výzkumu hodnotily celkově důležitost i pravděpodobnost dosažení vnitřních aspirací výše než muži.

V obou studiích tedy dospěli Kasser s Ryanem ke stejnému závěru a potvrzení svých hypotéz, že relativní ústřednost „vnitřních“ aspirací, které vedou k uspokojení základních psychologických potřeb, má pozitivní vztah k pocitu pohody, zatímco zaměření na vnější – materialistické – aspirace má na pocit pohody a spokojenost člověka vliv negativní. Tyto výsledky byly zjištěny napříč dospělým i vysokoškolským vzorkem. Pohlaví, příjem ani věk neměly na tyto výsledky významný vliv, což umožnilo zobecnění výsledků.

Kasser a Ryan ve svých studiích (1993, 1996) zjistili, že ti, kteří přikládají relativně větší váhu vnějším (materialistickým) než vnitřním hodnotám, jsou méně přizpůsobiví a více nespokojení. Životní nespokojenost je důsledkem toho, že jsou materialisticky orientovaní jednotlivci neúspěšní při uspokojování psychologických potřeb, a to i tehdy, jsou-li úspěšní v dosahování vnějších cílů. Zažívají ve větší míře pocity deprese, úzkosti a mají ve větší míře zdravotní problémy (Kasser a Ryan, 1993, 1996; Sheldon a Kasser, 1995, 1998). Naopak lidé, kteří se primárně zajímají o vnitřní cíle, jsou šťastnější a spokojenější se životem, mají vyšší motivaci k sebeaktualizaci, více vitality (životní síly) a vyšší sebeúctu, zažívají v menší míře depresi, úzkost a obecně mají méně zdravotních problémů (Kasser a Ryan, 1993, 1996; Sheldon a Kasser, 1995). Jednotlivci, kteří sledují vnitřní aspirace, jsou více empatičtí (Sheldon a Kasser, 1995), více spolupracují a mají sklon k prosociálnímu chování (Sheldon a McGregor, 2000), a mají rovněž lepší vztahy s partnery a přáteli (Kasser a Ryan, 1996).

6.3 Struktura hodnot a cílů v 15 různých kulturách

Rozlišení mezi vnějšími a vnitřními cíli prokázala řada výzkumů (Kasser a Ryan, 1996; Schmuck, Kasser a Ryan, 2000; Ryan et al., 1999; Kim, Kassera a Lee, 2003). Původních sedm cílů však podle autorů nereprezentovalo úplnou taxonomii cílů, o které lidé v životě usilují. Tato myšlenka vedla k rozšíření škály o další cíle (Grouzet et al., 2005). Stávající Škála aspirací zahrnuje celkem 11 oblastí cílů s 47 položkami – kromě původních sedmi oblastí nově obsahující cíle spirituality (Kasser, 1996), konformity, bezpečí/jistoty a hédonismu (tab. 6).

Tato verze škály byla validizována ve výzkumu, do něhož byl v letech 1996 – 2000 zapojen vzorek 1854 vysokoškolských studentů z 15 zemí světa: Austrálie, Bulharska, Kanady, Číny, Kolumbie, Dominikánské republiky, Egypta, Francie, Německa, Indie, Rumunska, Jižní Korey, Španělska a Spojených států. Jednotlivé státy se lišily nejen v geografickém umístění a ekonomické vyspělosti, ale také v míře individualismu a kolektivismu a rozdílném náboženském vyznáním, dominujícím v dané kultuře. To umožnilo zkoumat shodu ve struktuře cílů napříč odlišnými kulturami. Autoři očekávali, že přes odlišnost jednotlivých kultur, budou hodnoty uspořádány v zásadě stejně.

Účastníkům studie byla předložena škála aspirací s 11 oblastmi cílů a obsahující 57 položek – kromě původních sedmi oblastí obsahujících cíle spirituality (Kasser, 1996), konformity, bezpečí/jistoty a hédonismu. Podobně jako v předchozích studiích uváděli

účastníci na škále od 1 (vůbec ne) po 9 (velice), jak jsou pro ně tyto cíle důležité. Na základě analýzy byly některé z položek vynechány a konečný počet se ustálil na 47 položkách. Všechny 11 oblastí aspirací se ukázalo jako významné životní cíle napříč všemi studovanými kulturami.

Tabulka 6: Popis 11 cílů v kruhovém modelu aspirací

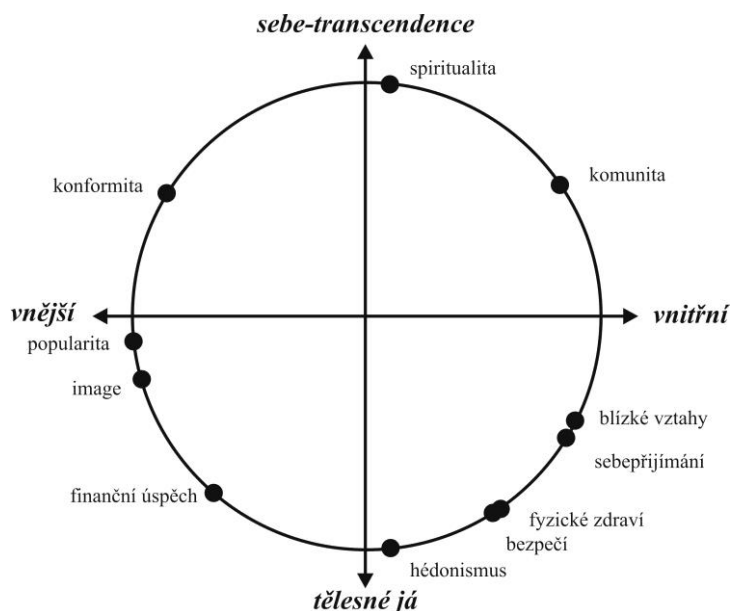
Obsah cíle	Popis	Příklad položky
Afiliace	Mít uspokojující vztahy s rodinou a přáteli.	Budu mít trvalý důvěrný vztah.
Komunita/ (sounáležitost)	Aktivně přispívat k lepšímu světu, být prospěšný.	Budu nezištně pomáhat lidem.
Konformita	Zapadnout mezi druhé.	Budu žít podle očekávání mé společnosti.
Fyzické zdraví	Cítit se zdravý a nebyť nemocný.	Budu fyzicky zdrav.
Hédonismus	Zažívat smyslová potěšení.	Budu zažívat mnoho smyslových potěšení.
Image	Vypadat atraktivně, pokud jde o vzhled a oblečení.	Budu mít image, která je pro ostatní přitažlivá
Finanční úspěch	Být bohatý a po materiální stránce úspěšný.	Budu finančně úspěšný.
Popularita	Být slavný, dobře známý a obdivovaný.	Budu obdivován mnoha lidmi.
Bezpečí	Zajistit tělesnou integritu a bezpečí.	Bude ohroženo moje bezpečí.
Sebepřijetí	Cítit se kompetentní a autonomní.	Budu mít vhléd do toho, proč dělám věci, které dělám.
Spiritualita	Hledat spirituální nebo náboženské porozumění.	Naleznu náboženské nebo spirituální přesvědčení, které mi pomůže najít smysl života.

(Podle Grouze et al., 2005, s. 802)

Současně byly identifikovány dvě bipolární dimenze hodnot: **dimenze cílů vnitřních / vnějších** a **dimenze cílů transcendence / fyzické já**. Vnější cíle vycházejí z potřeby obdržet odměnu nebo společenského uznání (například usilování o určitou image nebo status). Vnitřní cíle jsou odměnou samy o sobě (například uspokojivé vztahy). Cíle *sebetranscendence* se týkají usilování o něco „vyššího“, co přesahuje vlastní „já“ (například prospěšnost společnosti nebo hledání smyslu života). Tyto cíle jsou v kontrastu s cíli *fyzického já*, které se týkají primárně udržení a pozdvižení vlastního fyzického potěšení a přežití. Další analýzy potvrdily, že dvě dimenze nejlépe shrnují uspořádání všech jedenácti cílů. První dimenze podpořila předchozí výzkum založený na teorii sebedeterminace (Deci a Ryan, 1985b, 2000; Kasser a Ryan, 1996) a ukázala, že cíle se liší podle toho, zda jsou zaměřeny na uspokojování

základních psychologických potřeb nebo naopak jsou motivovány vnějšími podněty. Vnitřní cíle zahrnují sebedůvěru, blízké vztahy, pocit sounáležitosti a fyzické zdraví. Oproti tomu vnější cíle souvisejí s finančním úspěchem, image a popularitou. Klastry vnitřních i vnějších cílů se ukázaly jako vnitřně konzistentní a ve vzájemném konfliktu ve všech 15 kulturách. Na druhé dimenzi se nachází cíle konformity (cíle shodující se s požadavky společnosti), sounáležitosti (blaha společnosti a budoucích generací) a spirituality (hledání a porozumění smyslu života, duchovní otázky) a cíle týkající se fyzického a tělesného uspokojení (hédonismus), fyzického přežití (bezpečí a zdraví) a cíle materiální (finanční úspěch).

Na základě analýzy důležitosti, kterou respondenti hodnotám přiřadili, vytvořili autoři dvojdimenzionální kruhový model (obr. 5), na kterém lze nejlépe vidět míru kompatibility nebo konfliktu mezi hodnotami.



Obrázek 5: Dvojdimenzionální kruhový model aspirací
(Podle Grouzet et al., 2005, s. 812)

Cíle, které jsou umístěny blízko sebe na obvodu kruhu (tj. méně než 90 stupňů od sebe), jsou shodné a je poměrně snadné o ně usilovat současně. Na obrázku vidíme, že tyto shodné cíle tvoří určité klastry. Cíle, které se nacházejí na protilehlých stranách kruhu (tj. přibližně o 180°) se vzájemně vylučují. Proto je obtížné sledovat tyto odlišné cíle současně. Např. cíle „image“ (vypadat atraktivně, pokud jde o fyzický vzhled a oblečení) a „popularita“ (být slavný, dobře známý a obdivovaný) jsou umístěny na kruhu blízko sebe, protože jsou kompatibilní. Naopak cíl finančního úspěchu (být bohatý a finančně úspěšný) se nachází o

105° dále od cíle afiliace (blízké vztahy s rodinou a přáteli) a ještě dále od cíle pocitu sounáležitosti (snaha zlepšit svět aktivní činností, přispívat k blahu společnosti a komunity). Jak je vidět z obrázku (obr. 5), cíle vnější a cíle fyzického já – finanční úspěch, image a popularita - tvoří společný klastr. Odpovídá to empirickým zjištěním, že pokud člověk upřednostňuje jeden z těchto cílů, má tendenci přikládat důležitost i ostatním cílům v klastru. Cíle na opačné straně kruhu si odporují. Je proto například obtížné současně usilovat o hédonické a spirituální cíle.

Při dosahování životních cílů berou lidé v úvahu své psychologické potřeby (vnitřní cíle), své fyzické přežití a fyzickou slast (fyzické já), své touhy po odměnách a pochvale (vnější cíle) a existenciální potřebu smysluplného života a nalezení svého místa ve světě (sebetranscendence). Přestože o dosahování těchto cílů usilují lidé napříč různými kulturami, jsou zřejmé některé rozdíly, které vycházejí z míry ekonomické vyspělosti země. Cíl finančního úspěchu se nachází blíže cílům bezpečí a fyzického zdraví, než je tomu v zemích bohatších (tab. 7), kdy umístění tohoto cíle odpovídá zjištěné korelaci u celého zkoumaného vzorku (81° versus 108°). Tuto odlišnost lze podle autorů vysvětlit skutečností, že v chudších zemích jsou lidé motivováni k dosahování tohoto cíle pro to, aby přežili a zajistili péči o své blízké, zatímco v ekonomicky vyspělých zemích souvisí často s usilováním o získání statusu, image a oblíbenosti.

Tabulka 7: Vzdálenost mezi cíli v bohatších a méně bohatých kulturách

	Celkový vzorek		Bohatší kultury		Chudší kultury	
	PI	95% CI	95% CI	PI	95% CI	
Afiliace (vztahy)	0°	(0;0)	0°	(0;0)	0°	(0;0)
Sebepřijetí	6°	(0;12)	6°	(355;17)	1°	(353;8)
Fyzické zdraví	31°	(24;37)	32°	(16;47)	34°	(25;43)
Bezpečí	31°	(24;39)	37°	(24;49)	32°	(23;41)
Hédonismus	59°	(51;68)	67°	(50;84)	63°	(52;74)
Finanční úspěch	105°	(98;113)	108°	(95;122)	81°	(71;91)
Image	138°	(131;146)	135°	(122;148)	129°	(119;140)
Popularita	147°	(139;155)	139°	(125;153)	144°	(132;156)
Konformita	184°	(175;193)	174°	(158;190)	192°	(180;205)
Spiritualita	248°	(238;259)	252°	(235;269)	274°	(260;289)
Pocit sounáležitosti	297°	(289;305)	284°	(270;299)	292°	(280;302)

Bodové odhady mezi bohatšími a chudšími kulturami při intervalu spolehlivosti 95%

(Podle Grouzet et al., 2005, s. 812)

7 Alternativní vysvětlení negativního účinku materialismu

Kasser (Kasser a Ryan, 1993, 1996) na základě empirických důkazů tvrdí, že negativní vztah mezi materialistickými hodnotami a spokojeností a štěstím jedince je zapříčiněn především nedostatečným uspokojováním základních psychologických potřeb. V reakci na tato zjištění se však objevily i jiné názory, podle nichž mohou být příčinou tohoto negativního vztahu například odlišné pohnutky vedoucí k preferenci materialistických hodnot, nebo také nesoulad mezi (materialistickými) hodnotami jedince a hodnotami podporovanými v jeho sociálním prostředí.

7.1 Odlišné motivy

Charles S. Carver a Eryn Bairdová (1998) souhlasí s konceptem vnějších a vnitřních cílů, ale současně také namítají, že Kasser a jeho spolupracovníci neanalyzují motivy a důvody, které stojí za materialistickou hodnotovou orientací, konkrétně za vnější aspirací na finanční úspěch a za vnitřní aspirací být společensky prospěšný. Pokud jsou vysoce materialističtí lidé vedeni při svém úsilí o dosažení finančního úspěchu vnitřními motivy (např. proto, že úspěch je pro ně zábavný, vzrušující a je výzvou), pak by měla v souladu s teorií sebedeterminace (Deci a Ryan, 1985b) podle těchto autorů existovat pozitivní korelace mezi materialistickými hodnotami a sebeaktualizací. Na druhou stranu, pokud tito lidé usilují o materialistické cíle z vnějších pohnutek (např. dosažení moci nad druhými a dosažení společenského uznání), pak bude korelace mezi materialistickými hodnotami a sebeaktualizací negativní. Ve shodě s Kasserem a Ryanem (1993, 1996) Carver a Bairdová pak tvrdí, že pokud materialističtí lidé usilují o to, aby byli prospěšní například kvůli zvýšení svého statusu v komunitě, získání příznivého hodnocení ze strany druhých nebo z pocitu viny, pak čím větší důležitost budou tomuto cíli přikládat, tím méně budou ve svém jednání autonomní a autentičtí (sebedeterminováni) a tím nižší bude jejich sebeaktualizace. Naopak, pokud bude tento cíl důležitý z vnitřních pohnutek, například proto, že pomoc druhým považuje jedinec za správné, pak bude jeho sebeaktualizace vyšší. Autoři jsou proto přesvědčeni, že často je důležitější brát v úvahu, *proč* je usilováno o cíl nebo hodnotu, než *co* je samotným cílem.

Carver a Bairdová (1998) zkoumali u vzorku 246 studentů psychologie roli motivů při sledování finančních cílů a vztah těchto motivů k subjektivnímu pocitu pohody.

V souladu s teorií sebedeterminace a výsledků předchozích výzkumů (Deci a Ryan, 1985a, 1991; Kasser a Ryan, 1993; Ryan et al., 1996) rozlišují dvě kategorie těchto motivů:

- **vnitřní motivy** (internal motives), kdy je člověk motivován potěšením, které mu tyto cíle poskytují, a kdy tyto cíle reflektují hodnoty jedince, a
- **vnější motivy** (external motives), které vycházejí z touhy po dosažení statusu, uznání nebo obliby u druhých.

Člověk může usilovat o dosažení materialistického cíle finančního úspěchu z různých důvodů. Například proto, aby získal moc a pocit nadřazenosti, nebo pro svůj pocit jistoty či jako kompenzaci za své pracovní úsilí. Naopak může usilovat o nematerialistické cíle, například přispívat charitě, aby se vyhnul pocitu viny. Záleží tedy na tom, zda má jeho motiv (vnitřní nebo vnější) kontrolující aspekt, nebo zda přispívá k jeho seberealizaci. Výsledky studie vedly autory k závěru, že pokud má jedinec „správný“ důvod (tj. vnitřní motiv), jeho aspirace jsou spojeny s vyšší sebeaktualizací. Pokud bylo dosažení finančního úspěchu motivováno vnitřním uspokojením, vykazovali účastníci vyšší pocit sebeaktualizace než ti, jejichž cíl angažovat se ve prospěch společnosti byl motivován snahou o získání respektu ze strany druhých (kontrolující aspekt). Motiv je podle Carvera a Bairdové (1998) proto důležitější než cíl sám o sobě.

V jiné studii Srivastava, Locke a Bartolová (2001) zkoumali, zda existuje vztah mezi částkou peněz, po které jedinec touží, a subjektivním pocitem pohody. V první studii autoři zkoumali, jaké pohnutky vedou k vydávání a/nebo získávání peněz. Pro účely škály byl na brainstormingovém sezení s 240 vysokoškolskými studenty ekonomie vypracován seznam 51 motivů pro získávání peněz (např. bezpečí, praktické potřeby, životní plány, podpora rodiny, úspěch, volný čas, luxus, svoboda, charita, sociální srovnávání, vychloubání, touha po moci, překonání pochybností o sobě sama). Faktorová analýza vedla k identifikaci 10 motivů: *bezpečí, podpora rodiny, tržní hodnota, pocit hrdosti, volný čas, svoboda, impulzivnost, charita, sociální srovnávání, překonání sebepochybností* (tab. 8).

Ve druhé studii autoři (Srivastava, Locke a Bartol, 2001) ověřovali reliabilitu škály motivů a v další faktorové analýze identifikovali tři širší faktory - typy motivů:

- **pozitivní motivy** (Positive motives), které jsou spojeny se zajištěním nezbytných životních potřeb (motiv *bezpečí*) a použitím peněz jako prostředku k podpoře rodiny (motiv *podpora rodiny*), ocenění své práce nebo jako dosažení úspěchu v životě (motiv *tržní cena*),

- **motivy spojené se svobodnou volbou** (Freedom of action motives), které souvisí s vynakládáním peněz dle vlastního uvážení (motivy *charity*, *impulzivní nakupování*, *volný čas*),
- **negativní motivy** (Negative motives), které vyjadřují nedostatek autonomní orientace, kdy člověk při *srovnávání* s druhými usiluje o nadřazenost nebo o získání moci. Tyto motivy souvisí také s *pochybováním o sobě* a se snahou tyto pochybnosti překonat.

Respondenti uváděli, jak jsou pro ně v jejich životě ve srovnání s penězi (finanční úspěch) důležité další čtyři oblasti: uspokojivý rodinný život, pomoc druhým, obecné blaho a zajímavé zaměstnání. Současně vyplňovali dotazníky k měření subjektivního pocitu pohody (*Mental Health Index*, MHI; Davies, et al., 1988; Veit a Ware, 1983). Výsledky výzkumu potvrdily předpoklad, že motivy k usilování o moc a status a překonání pochybování o sobě (negativní motivy) zprostředkovávaly negativní vztah mezi materialismem a osobní pohodou. Současně se potvrdila hypotéza, že negativní motivy mají negativní vliv na osobní pohodu u těch jednotlivců, u kterých převažují materialistické preference nad jinými typy hodnot (např. vztahy s druhými) a jejichž touha po penězích a majetku je spojena s mocí, statusem nebo se sníženým sebevědomím (Srivastava, Locke a Bartol, 2001; Locke, McClear a Kight, 1996).

Tabulka 8: Příklady položek na škále motivů

Motiv	Položka škály
Bezpečí	Mít pocit bezpečí.
Podpora rodiny	Být schopen podporovat rodinu.
Tržní hodnota	Dostat spravedlivou odměnu za své úsilí.
Pocit hrdosti	Být na sebe hrdý.
Volný čas	Vynakládat čas prostředky na volnočasové aktivity.
Svoboda	Realizovat své nápady ve vlastním podnikání.
Impulzivnost	Utrácet občas podle nálady za nákupy jen pro vzrušení samotné.
Charita	Darovat peníze těm, kteří je potřebují.
Sociální srovnávání	Mít lepší dům a auto než mají sousedé.
Překonání pochybností	Dokázat, že nejsem tak neschopný, jak si druzí myslí.

(Podle Srivastava, Locke a Bartol, 2001, s. 962)

7.2 Nesoulad hodnot

Dalším alternativním vysvětlením negativního vztahu mezi materialistickou hodnotovou orientací a životní spokojeností může být podle jiných autorů nesoulad mezi individuálními hodnotami a hodnotami zdůrazňovanými v prostředí jedinců (Sagiv a Schwartz, 2000, Carver a Baird, 1998; Oishi et al., 1999; Brdar, Rijavec a Miljaković, 2009). Cíle, kterých bude dosaženo, jsou pravděpodobněji ty, které jsou ve shodě s kulturními hodnotami a normami, než ty, které s nimi nejsou v souladu. Oishi se svými spolupracovníky (Oishi et al., 1999) tak například předpokládali, že spokojenost bude významněji spojena s osobním úspěchem a sebeúctou v individualistických kulturách než v kolektivistických, tedy, že cíle spojené s usilováním o úspěch a sebeúctou mohou přispívat vyšší osobní pohodě v kulturách, které tyto cíle oceňují. Výsledky studie tuto hypotézu podpořily a potvrdily, že hodnoty přispívají ke kvalitě života tehdy, pokud jsou konzistentní s normami kultury a jejími hodnotami.

Shoda (kongruence) hodnot by tedy měla působit v sociálním prostředí pozitivně na spokojenost jednotlivce, protože kongruentní prostředí umožňuje lidem vyjádřit důležité hodnoty a dosahovat svých cílů, zatímco inkongruentní prostředí představuje překážku v dosahování cílů. Rozpor mezi hodnotami povede spíše k pocitu životní nespokojenosti. Vědomé zdůrazňování nekompatibilních hodnot může vést k vnitřnímu konfliktu hodnot (Schwartz, 1992), protože usilování o některého ze souboru hodnot vede k tomu, že jedinec jedná způsobem, který se neshoduje se opačným souborem hodnot.

Myšlenka o vlivu kongruence hodnot vedla k hypotéze o vztahu mezi hodnotami a kvalitou života studentů vysokých škol odlišného zaměření. U studentů, kteří jsou socializováni v prostředí podporujícím dosahování materialistických cílů (např. obory ekonomie, management), by podle tohoto přístupu mělo platit, že čím jsou materialističtější, tím budou se svými životy spokojenější, protože tyto hodnoty jsou v souladu s typem hodnot podporovaných v daném akademickém prostředí. Naopak ti, kteří studují obory, ve kterých jsou uplatňovány spíše tzv. prosociální hodnoty (např. obory psychologie, medicína, pedagogika) budou tím spokojenější, čím vyšší důraz kladou na nematerialistické hodnoty.

Lilach Sagivová a Shalom H. Schwarz (2000) zkoumali u izraelského vzorku 82 vysokoškolských studentů, nakolik se jejich individuální hodnoty shodují s hodnotami prosazovanými v prostředí dvou vysokoškolských subkultur – fakulty managementu a fakulty psychologie. Ve svém výzkumu vycházeli z předpokladu, že existují tři konceptuálně odlišné, nicméně komplementární mechanismy, díky kterým může kongruence hodnot v prostředí ovlivňovat osobní pohodu jednotlivce. Za tyto mechanismy považují:

1. **Prostředí** (Environmental affordance). Prostředí lze vnímat jako soubor příležitostí a omezení k dosažení cíle. Podle teorie afordance James J. Gibsona v sobě každé fyzické nebo sociální prostředí obsahuje možnosti (*affordances*) provést akci, kterou samo poskytuje, tj. v objektech je implicitně skryto, jaké akce můžeme s objekty provádět. Možnost akce je v prostředí přítomná nezávisle na tom, zda ji jedinec vnímá. Různí pozorovatelé mají různé sklony tyto možnosti různě interpretovat (Gibson, 1979). Prostředí může a nemusí být kongruentní. Kongruentní prostředí nabízí lidem možnost, aby vyjádřili své hodnoty a realizovali své cíle. V takovém prostředí prožívají lidé pocit pohody. Naopak inkongruentní prostředí zabraňuje dosahování cílů a vede tak k negativním pocitům pohody.
2. **Sociální sankce**. Prostředí lze také vnímat jako soubor normativních očekávání, která jsou spojována se sankcemi. Pokud většina lidí v daném prostředí sdílí stejné hodnoty, je patrné, která přesvědčení, hodnoty a chování jsou normativní (Holland, 1985; Walsh a Holland, 1992). Sociální opora je důležitým zdrojem osobní pohody (Myers, 1999, Šolcová a Kebza, 1999). Proto jedinci, jejichž hodnoty jsou kongruentní s hodnotami jejich okolí, cítí, že jsou podporováni v realizaci a dosahování svých cílů, což vede k jejich pocitu spokojenosti. Oproti tomu jedinci odmítající způsoby chování, postoje a hodnoty, které nejsou ve shodě s jejich vlastními, mohou být sankcionováni - ignorováni, vyloučeni, nebo trestáni (Holland a Gottfredson, 1976). To vede ke snižování jejich osobní pohody.
3. **Vnitřní konflikt**. Hodnoty jsou v systému hodnot uspořádány podle vzájemné důležitosti. Jejich dosahování je přitom spojeno s psychologickými, praktickými i společenskými důsledky, které mohou být v souladu nebo v konfliktu se snahou o dosažení jiných hodnot. Vědomé zdůrazňování hodnot, které v hodnotovém systému jedince nejsou důležité, může vést k chování a jednání, které se neshoduje s jím zastávanými hodnotami (Schwarz, 1992). Osobní pohoda jednotlivce proto může být také snižována díky vnitřnímu konfliktu mezi hodnotami, které pro něj byly dříve důležité, a hodnotami, které jsou prosazovány v novém prostředí.

Na základě předpokladu o působení výše zmíněných tří mechanismů autoři očekávali, že pocit pohody bude záviset na tom, zda jsou hodnoty účastníků a hodnoty prosazované v daném prostředí v souladu nebo si vzájemně odporují. Studenti managementu jsou vystaveni prostředí, ve kterém je podporováno a prosazováno dosahování cílů, spojených s hodnotami,

kteře primárně slouží zájmu jednotlivce. Manažeři uplatňují kontrolu nad lidmi a zdroji a musí také soutěžit, aby uspěli v porovnání s druhými. Toto prostředí se zásadně liší od toho, ve kterém se nacházejí studenti psychologie a které umožňuje naplnění hodnot, které primárně slouží kolektivnímu zájmu. Psychologové mají příležitost vyjadřovat tyto hodnoty při své práci s pacienty i v širší komunitě, navíc se to od nich očekává. Oproti tomu hodnoty, které jsou motivovány dosažením moci, autority a kontroly nad druhými (tj. hodnoty materialistické) jsou v rozporu s normativní rolí psychologa, který své pacienty akceptuje a podporuje jejich růst a nezávislost.

Sagivová a Schwartz předpokládali, že subjektivní osobní pohoda (spokojenost se životem a pocit štěstí) bude korelovat pozitivně 1) s hodnotovými preferencemi účastníků a 2) s hodnotovými preferencemi, které převládají v prostředí jejich studijních oborů. Materialistické hodnoty zde zastupovaly hodnotové typy *moci* a *úspěchu*. Kognitivní složka pocitu pohody byla měřena Škálou spokojenosti se životem (*Satisfaction With Life Scale*; Diener et al., 1985) a dalšími dvěma škálami měřícími pozitivní a negativní emoce (Bradburn, 1969) a duševní zdraví (Becker, 1989). K posouzení preferovaných hodnot bylo použito Schwartzovy (1992) typologie hodnot. Podle této typologie by měli studenti psychologie přikládat relativně vyšší důležitost hodnotám, které souvisí s prosociálními hodnotami *univerzalizmu* a *benevolence*. Vyšší důraz na tyto hodnoty bude pozitivně korelovat se subjektivním pocitem pohody, zatímco hodnoty moci budou s pocitem pohody korelovat negativně. Oproti tomu studenti z fakulty managementu budou přikládat důležitost hodnotám spojeným se sociální nadřazeností a prosazováním sebe sama, tj. hodnotám moci a úspěchu (materialistickým hodnotám). U této skupiny byla proto očekávána pozitivní korelace mezi hodnotami moci a úspěchu a subjektivním pocitem pohody a opačný vztah mezi hodnotami univerzalizmu a benevolencí.

Výsledky korelační analýzy potvrdily předpoklad o pozitivním vztahu mezi subjektivní pohodou a zdůrazňováním hodnot moci a úspěchu u studentů managementu. Ti, kteří přikládali relativně vysokou důležitost těmto hodnotám, byli spokojenější a prostředí fakulty managementu vnímali jako kongruentní se svými hodnotami. Rovněž podle očekávání u této skupiny korelovala spokojenost negativně s hodnotovými typy *benevolence* a *univerzalizmu*. U skupiny studentů psychologie výsledky korelační analýzy potvrdily hypotézu, že hodnoty moci negativně korelují se všemi třemi indikátory subjektivního pocitu pohody. Oproti očekávání však hodnoty universalismu s jejich spokojeností příliš nesouvisely, u hodnot *benevolence* nebyla zjištěna žádná korelace. Podobně nebyl u této skupiny zjištěn vztah mezi

úspěchem a subjektivní pohodou. Na základě těchto zjištění byl zahrnut do následné regresní analýzy vztah mezi proměnnou prostředí obou studijních oborů a prioritou přikládanou hodnotám moci nebo hodnotám universalismu. Tato interakce měla pozitivní vliv na spokojenost studentů managementu a negativní dopad na studenty psychologie. Ti, kteří zdůrazňovali hodnoty moci (například snahu o dosažení určitého sociálního statusu a prestiže, autority, kontroly nebo dominance nad druhými) méně než hodnoty univerzalizmu (například sociální spravedlnost, tolerance, porozumění) (Schwarz, 1992; Schwarz a Bilsky, 1987, 1990), uváděli více pozitivních emocí, vyšší spokojenost se životem a lepší duševní zdraví. Podle Sagivové a Schwartze tak kongruence hodnot jedince s hodnotami dominujícími v jeho prostředí přispívá k jeho spokojenosti bez ohledu na to, jakému typu hodnot připisuje důležitost, pokud je to prostředí, které mu umožňuje dosahovat cílů, ke kterým je veden svými hodnotami. Tato zjištění podle nich podporují myšlenku, že dokonce i materialistické hodnoty v kongruentním prostředí, pokud jsou pro jedince *důležité*, mohou přispívat k pocitu pohody a spokojenosti. Materialistické hodnoty tak nelze považovat vždy za „nezdravé“, jak tvrdí Kasser a Ryan (1996). Jakýkoliv typ hodnot nebo cílů tedy může vést k pozitivnímu pocitu pohody za předpokladu, že je kongruentní s hodnotami a cíli převažujícími v sociálním prostředí jedince (např. Carver a Baird, 1998; Oishi et al., 1999; Brdar, Rijavec a Miljaković, 2009).

Kasser a Ahuvia (2002) v reakci na zjištění Sagivové a Schwartze namítli, že hodnotový typ moci, který Sagivová se Schwartzem ve výzkumu použili jako „zhruba“ srovnatelný s materialistickými hodnotami, souvisí převážně s dominancí nad druhými lidmi, sociálním statusem a prestiží. Nepostihuje škálu vnějších, materialistických cílů (Kasser a Ryan, 1996), které reflektují touhu po bohatství, správné image, atraktivitě a popularitě, jež brání uspokojování základních psychologických potřeb. Výzkum proto má spíše metodologické nedostatky. Nicméně souhlasí s efektem kongruence hodnot s prostředím. Ve svém výzkumu (Kasser a Ahuvia, 2002) zjišťovali, zda se tento efekt projeví u 92 singapurských vysokoškolských studentů, socializovaných v poměrně materialistickém prostředí studijního oboru ekonomie. K měření materialismu použili Škálu aspirací (Kasser a Ryan, 1993), Škálu materialismu (Ger a Belk, 1996) a Škálu materialistických hodnot (Richins a Dawson, 1992). Účastníci současně uváděli, nakolik očekávají, že dosáhnou tří materialistických cílů na Škále aspirací (tj. *finanční úspěch* (peníze), *společenské uznání* (pověst, sláva), *atraktivní vzhled* (image)). K posouzení kvality života bylo účastníkům předloženo několik dotazníků, týkající se sebeaktualizace, vitality, úzkosti a fyzického zdraví a také štěstí.

Všechny tři škály materialismu korelovaly negativně se sebeaktualizací a vitalitou a pozitivně s úzkostí a zdravotními obtížemi. Více materialističtí studenti, kteří očekávali úspěšné dosažení svých materialistických cílů (ve srovnání s jinými životními cíli), uváděli častěji negativní emoce a větší úzkost. Oproti tomu ti, pro něž byly relativně důležité vnitřní cíle (sebeaktualizace, sebe-přijetí a blízké vztahy s druhými lidmi) se častěji cítili šťastní a méně trpěli fyzickými zdravotními obtížemi. Proto se podle autorů nelze ztotožnit se závěry Sagivové a Schwartze (2000), že materialistické hodnoty, které jsou spojené se sociální nadřazeností a kontrolou, mohou v materialistickém prostředí být spojeny s větším pocitem pohody a spokojenosti.

V jiné studii, která replikovala a rozšiřovala výsledky výzkumu Sagivové a Schwarze (2000) a Kasser a Ahuvii (2002), Maarten Vansteenkiste a jeho spolupracovníci (Vansteenkiste et al., 2006) zkoumali u vzorku 119 belgických vysokoškolských studentů ekonomie a 129 studentů pedagogiky se zaměřením na učitelství v mateřských školách, zda má prostředí, kterému jsou vystaveni, vliv na jejich hodnotovou orientaci. Zde autoři použili k měření hodnot škálu aspirací (Kasser a Ryan, 2001). Budoucí pedagogové zdůrazňovali více vnitřní cíle, než studenti ekonomie. Nejzřetelněji byl tento rozdíl pozorován mezi hodnotami finančního úspěchu (financial success) a hodnotami, které přispívají k prospěchu druhých (community contribution). Jak autoři předpokládali, budoucí ekonomové přikládali mnohem větší důležitost dosažení finančního úspěchu. Studie však přinesla také další důležitá zjištění. Bez ohledu na kongruenci hodnot se studovaným oborem, materialisticky orientovaní studenti oboru ekonomie uváděli nižší pocit psychologické pohody a častější užívání návykových látek (cigaret, alkoholu, drog). Tyto negativní jevy byly zprostředkovány z velké míry jejich materialistickou hodnotovou orientací. Podle autorů jsou materialisticky orientovaní účastníci studie (studenti ekonomie) méně spokojeni se svým životem, cítí se méně vitální a více užívají návykové látky, aby tak kompenzovali nedostatek uspokojení psychologických potřeb (Kasser, 2002).

Tato zjištění jsou konzistentní s pozorováním Kennona Sheldona a Lawrence S. Kriegera (2004, 2007). Ti zjistili, že studenti práv zažívají snížený pocit pohody již během prvního ročníku studia. Částečně proto, že začali být orientováni na dosahování vnějších (materialistických) cílů. Krieger (1998) tvrdí, že neustálý tlak, soutěživost a orientace na úspěch na většině právnických škol spouští proces, ve kterém se studenti postupně odvrací od svých pozitivních hodnot směrem k hodnotám zaměřeným na vnější odměnu, slávu, finanční úspěch, což vede často ke sníženému sebevědomí, menší spokojenosti a pocitu životní

pohody. V longitudinální studii Sheldon a Krieger (2004) zjistili, že u studentů práv dochází k strmému poklesu duševního zdraví a že tento pokles koreluje s negativními změnami v jejich motivaci a hodnotách. Studenti zaznamenávali radikální snížení vnitřní motivace, tj. ztrátu angažovanosti ve svém chování, posun hodnot směrem k vnějším hodnotám a naopak odklon od vnitřních hodnot, které při vstupu na akademickou půdu zastávali. Navíc byly tyto změny doprovázeny četnějšími negativními emocemi, depresí a fyzickými obtížemi. Zvláště studenti, kteří dosahovali v prvním ročníku velmi dobrých výsledků, zaznamenali vysokou úroveň stresu a zvýšenou orientaci na finanční odměnu.

Z dalších výzkumů je však zřejmé, že naopak některá prostředí, respektive obory studia podporují tzv. „zdravé hodnoty“ a tím přispívají optimálnímu fungování a větší spokojenosti i kvalitě života. Sheldon (2005) se ve své studii zabýval otázkou, zda se u vysokoškolských studentů během jejich studia rozvíjejí prosociální hodnoty a zkoumal, zda dochází k dlouhodobé změně hodnot ve smyslu „pozitivní“ změny. Z perspektivy sebedeterminační teorie je pozitivní změnou jak pokles vnějších (materialistických) hodnot, tak vzestup vnitřních (nematerialistických) hodnot. Cílem čtyřletého longitudinálního výzkumu bylo ověření myšlenky „tendence posunu“. Podle ní mají lidé tendenci se po čase posunout směrem k cílům a hodnotám, které přispívají k pocitu subjektivní pohody, a to díky vnitřní schopnosti rozpoznat, které typy aktivit jsou pro ně vnitřně přínosné (Sheldon, Arndt a Houser-Marko, 2003; Sheldon, Williams a Joiner, 2003; Sheldon a Kasser, 2001). Konkrétně autor zjišťoval, který z typů hodnotové změny je v době, během které mohou mít vzdělávací instituce pozitivní vliv na utváření hodnot mladých lidí, silnější: odklon od vnějších hodnot, nebo příklon k hodnotám vnitřním (nematerialistickým). Podle první hypotézy by mělo během vysokoškolského studia u studentů docházet k posunu k vnitřním hodnotám a odchýlení se od hodnot vnějších. Tento posun by měl být spojen s vyšší psychickou pohodou a rovněž vyšším pocitem sebedeterminace. V souladu s hypotézou, že pohyb směrem k vnitřním hodnotám je prospěšný, se ukázalo, že ti, kteří zaznamenali takový posun, zaznamenali také větší psychickou pohodu. Tento posun však neplatil při poklesu vnějších hodnot. To by znamenalo, že posun k vnitřním hodnotám je mnohem důležitější pro pocit spokojenosti a životní pohody, než odklon od vnějších hodnot. Nicméně vzorek vysokoškolských studentů se jako celek posunul od vnějších hodnot k vnitřním hodnotám, což nasvědčuje tomu, že prostředí vysoké školy přispívá k uspokojení psychických potřeb studentů a je zdrojem k jejich rozvoji.

8 Vývoj materialistických hodnot

Jak jsme viděli v předchozí kapitole, většina autorů, kteří se věnují problematice materialismu coby způsobu hledání štěstí, ho chápe jako hodnotovou orientaci. Tito autoři zpravidla současně zdůrazňují, že kladení důrazu na materialistické hodnoty má negativní účinky na kvalitu života z tří hlavních důvodů. Prvním z nich je, že touha po materiálních statcích se jeví jako neukojitelná – jedinec se vždy adaptuje na dosaženou úroveň a začne aspirovat na věci, které ještě nemá. Druhým důvodem je, že hodnoty tvoří systém s komplexní strukturou vztahů, kdy se důraz kladený na hodnoty z určité oblasti často vylučuje s kladením důrazu na jiné hodnoty, které jsou pro kvalitu života stejně důležité a možná i důležitější. Třetím důvodem je, že materialistické cíle jsou zpravidla spojeny s vnější motivací.

8.1 Hédonická adaptace

Jen málokdo by nechtěl být šťastný. Výzkumy zaznamenaly důležitost štěstí jako významného a univerzálního motivu oproti jiným motivům. Ed Diener se svými spolupracovníky (Diener, Sapyta a Suh, 1998) uvádí, že ve výzkumu, ve kterém zjišťovali u respondentů ze 41 zemí, nakolik je pro ně v životě důležité štěstí a spokojenost se životem, se ukázaly tyto cíle jako mimořádně důležité. Respondenti odpovídali na 7-bodové škále (7 = mimořádně důležité a cenné, 1 = není vůbec důležité). Průměrná dosažená hodnota důležitosti životní spokojenosti činila 6,21 a průměrná hodnota štěstí 6,39. Štěstí bylo považováno za důležité nejen respondenty ze západních zemí, ale i pro respondenty z méně rozvinutých států (např. respondenti z Ghany dosáhli v průměru hodnoty 6,27 a respondenti z Indonésie průměrné hodnoty 6,63). V jiné studii Diener a Shigehiro Oishi (2004) zjistili, že „být šťastný“ je považováno za důležitější, než být zdravý, mít vysoký příjem, být atraktivní a dokonce důležitější, než být milován a najít smysl a význam života. Oishi a Diener (2006, in Oishi, Diener a Lucas, 2007) vedli velký mezinárodní výzkum zahrnující 10 000 respondentů ze 48 zemí a zjistili, že štěstí je považováno za důležitější než úspěch, inteligence/znalosti a materiální blahobyť. Cíl „štěstí“ dosáhl mezi 12 možnými cíli hodnocenými na škále od 1 do 9 průměrné hodnoty 8,03; „úspěch“ 7,54, „inteligence a znalosti“ 7,39 a „materiální blahobyť“ 6,84. Tato zjištění ukazují, nakolik je pro nás pocit životního štěstí a spokojenosti důležitý. Otázkou však zůstává, jaký je ve skutečnosti šťastný a spokojený život?

Lidé stále hledají způsob, který povede ke šťastnému a spokojenému životu. Předpoklad, že jednou z cest k dosažení takového života je rostoucí prosperita, hmotný majetek či peníze se však dlouhodobě ukazuje jako mylný (Brickman a Campbell, 1971; Diener et al., 1999; Kahneman et al., 2004). Jednou z překážek v dosažení trvalého štěstí je mimo jiné schopnost člověka adaptovat se poměrně rychle na nové podmínky. Na špatné i na ty dobré. Radost nebo smutek, má tendenci se po čase vytrácet. Proces adaptace má v prožívání člověka významnou roli: udržuje je v určitých mezích. Díky tomu se můžeme dále rozvíjet a stále o něco usilovat.

David G. Myers popisuje adaptaci jako klíč k porozumění štěstí. Ve své práci *Cesta ke štěstí* uvádí, že štěstí je relativní vzhledem k předchozí zkušenosti a že „každý žádoucí prožitek – vášnivá láska, radost z nově nabytého majetku či z úspěchu – je přechodný“ (Myers, 2006, s. 47). Emocionální naladění, tedy úroveň štěstí a spokojenosti zůstává v dlouhodobé perspektivě neměnná. Toto tvrzení vychází z teorie Philipa Brickmana a Donalda T. Campbella (1971), která předpokládá, že lidé emocionálně reagují na dobré i špatné události, ale po krátké době se navrací zpět na neutrální úroveň. V dnes již klasické studii Brickman a jeho spolupracovníci (Brickman, Coates a Janoff-Bulman, 1978) zjistili, že po uplynutí určité doby výherci v loterii nebyli díky své výhře o mnoho šťastnější než ti, kteří nic nevyhráli, a tělesně postižení v důsledku nehody nebyli výrazně méně šťastní než ti zdraví. Podobně v bohatších státech, jak jsem již uvedla, se v průměru štěstí jejich obyvatel nezvyšuje. Tato myšlenka dala vzniknout konceptu, který Brickman a Campbell (1971) nazvali „hedonický mlýn“ (hedonic treadmill).

V hedonickém šlapacím mlýnu dochází podle nich k procesům podobným adaptaci smyslových orgánů, které se přizpůsobují podnětům, jež na ně určitou dobu působí. Stejně tak se emocionální systém přizpůsobuje životním událostem. Dobrým věcem se rychle přizpůsobíme a bereme je jako samozřejmost. Potřebujeme proto stále víc, protože věříme, že jsme stále ještě nedosáhli toho „opravdového“ štěstí. Vyhledáváme stále nové stimuly - více materiálních statků, peněz, úspěchů. Brickman a Campbell (1971) připodobňují tuto tendenci šlapacímu mlýnu, ve kterém musíme stále šlapat, abychom zůstali na místě. Na základě tohoto předpokladu tvrdí, že když jednotlivec usiluje o určitou úroveň blahobytu a dosáhne jí, velmi rychle se této úrovni přizpůsobí a začíná toužit po další vyšší úrovni. Pokud jí nedosáhne, je frustrován, neboť v hedonickém mlýnu jsou lidé odsouzeni k tomu, že nikdy nedosáhnou trvalého štěstí nebo uspokojení (Brickman a Campbell, 1971, s. 289). Podle Watermana (1990, 1993) je hedonické štěstí statické. Pouze eudaimonické štěstí může být udržitelné, protože má schopnost růst.

8.2 Materialistické hodnoty v systému hodnot

V odborné literatuře je pojem hodnota definován různě. Shodně jsou hodnoty chápány jako konstrukty, které mají vliv na rozhodování a chování člověka a na jeho vnímání ostatních lidí a událostí. Jsou součástí kultury společnosti a součástí sociální a osobní identity jedinců. Nejlépe lze porozumět hodnotám pouze, je-li vzata v úvahu jejich ústřednost v životě jedince (Rokeach, 1973). To znamená, že potenciální konflikt mezi hodnotami a vztahy hodnot k jiným proměnným závisí na celkové konfiguraci hodnot jedince. Důležitost určité hodnoty je proto posuzována ve srovnání s jinými hodnotami.

Podle sebedeterminační teorie (Deci a Ryan, 1985a; 1991) přispívají některé hodnoty ke kvalitě života, štěstí a spokojenosti jedince, zatímco jiné mohou mít opačný účinek.

Hodnoty bývají definovány jako koncepce **žádoucího**. A jako koncepty toho, co je žádoucí, dobré, fungují jako regulační mechanismy lidského chování. Vytvářejí se a postupně diferencují v **procesu socializace** či **enkulturace**. Jako tyto procesy představují celoživotní vývoj osobnosti jedince, dochází i v průběhu života člověka k vývoji hodnot, k jejich změnám v jeho hodnotovém systému, tedy ve struktuře jeho hodnotových typů. Primárnost jistých hodnot, tedy hodnotových typů, vytváří u jedince hodnotovou orientaci.

Hodnoty jedince jsou hierarchicky uspořádané a tvoří strukturovaný systém, v němž existují určité vztahy mezi různými oblastmi hodnot (Hnilica, 2007). Struktura vztahů vychází ze skutečnosti, že snaha o naplnění hodnoty má psychologické, praktické i sociální důsledky, které mohou být v souladu či v konfliktu se snahou o naplnění jiných hodnot.

V empirických výzkumech, zabývajících se zjišťováním vztahu mezi individuálními hodnotami, je často používána propracovaná koncepce hodnot Shaloma H. Schwartze (Schwartz, 1992; Schwart a Bilsky, 1987, 1990). Schwartz vychází z předpokladu, že struktura lidského hodnotového systému je univerzální a že lidé se liší jen z hlediska toho, jakou relativní důležitost přiřkládají souborům hodnot, které představují určité hodnotové typy. Základní hodnoty lidí jsou podle modelu Schwartze (1992) organizované do deseti hodnotových typů (tab. 9), které jsou ve vzájemném vztahu na dvou bipolárních dimenzích. V každé oblasti je lokalizováno více hodnot, které spolu korelují.

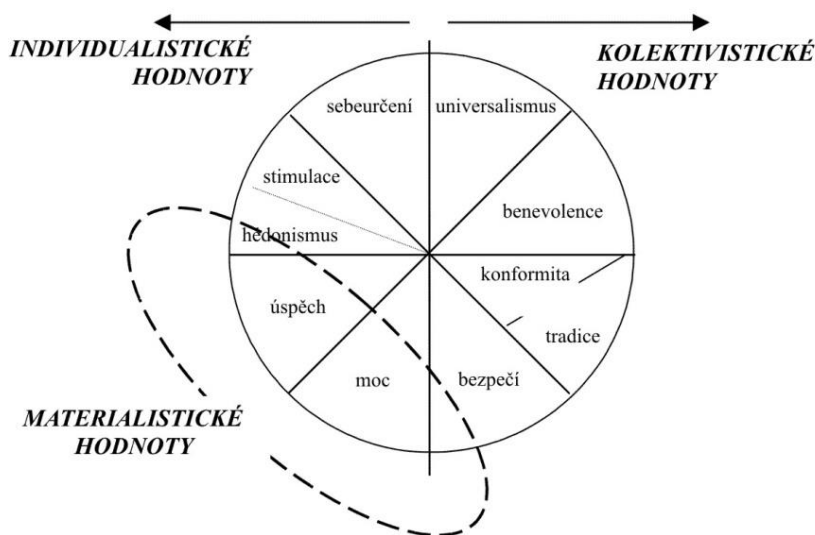
Struktura vztahů mezi jednotlivými oblastmi hodnot je vyjádřena pomocí kruhu. Hodnoty, které jsou v kruhu umístěny vedle sebe (například *moc* a *úspěch*), spolu korelují kladně, zatímco protilehlé oblasti (například *úspěch* a *benevolence*, které jsou vzdálené o téměř 180°) se teoreticky vylučují a empiricky spolu korelují záporně.

Tabulka 9: Definice hodnotových typů podle ústředního motivačního cíle

MOC: Sociální status a prestiž, kontrola nebo dominance nad lidmi a zdroji.
ÚSPĚCH: Osobní úspěch demonstrovaný kompetencí podle sociálních standardů.
HÉDONISMUS: Potěšení a uspokojení sebe sama.
STIMULACE: Vzrušení, nové poznání a výzvy v životě.
SEBEURČENÍ: Nezávislé myšlení a jednání, tvořivost, zvědavost v poznávání.
UNIVERZALISMU: Porozumění, uznání, tolerance a ochrana prosperity všech lidí a přírody.
BENEVOLENCE: Ochrana a podpora prosperity lidí, se kterými je člověk v častém osobním kontaktu.
TRADICE: Respekt, věrnost a dodržování kulturních a náboženských zvyků a tradic
KONFORMITA: Vyhýbání se chování, tendencím a podnětům, které by mohly poškodit ostatní či narušit společenské očekávání či normy.
BEZPEČÍ: Bezpečí, soulad a stabilita ve společnosti, vztazích i ve vztahu k sobě samému.

(Podle Schwartz, 1992).

Výzkum (Hnilica, Rendlová, et al., 2006) ukázal, že materialistické hodnoty lze ve Schwartzově systému hodnot (Schwartz, 1992, 1994) umístit do oblasti *moci* a přilehlých oblastí (*bezpečí, úspěch*) (obr. 6). To znamená, že čím více jsou jedinci orientováni materialisticky, tím méně důležité jsou pro ně hodnoty, jako je spravedlnost, slušnost, altruismus, autonomie, svoboda a zachování prostředí (ekologie).



Obrázek 6: Souvislosti mezi materialistickými hodnotami a systémem hodnot S. H. Schwartze (Hnilica, Rendlová, Bariekzahyová, Hnilica, 2006, s. 203)

Vědci, kteří se věnují otázkám geneze této hodnotové orientace, vychází ze společného předpokladu, že materialistickým se jedinec nerodí, ale stává v průběhu vlastního života. Zpravidla se hovoří o utváření materialistických hodnot v procesech socializace, během kterých se jedinec začleňuje do společnosti, naučí se poznávat sebe, svoje prostředí, seznamuje se s pravidly soužití i možnými očekávanými způsoby chování, a osvojuje si systémy sociálních norem a hodnot. Výsledkem tohoto celoživotního procesu je rozvoj vlastností a kompetencí jedince, které mu umožní jeho integraci do společnosti. Přesto, že na vývoj hodnot má vliv řada dalších faktorů, jako je zrání jedince, historické vlivy či střídání věkových kohort (Hnilica, 2007), je zřejmé, že materialistické hodnoty se utváří již v dětství a období dospívání.

8.3 Utváření materialistických hodnot v procesu socializace

Proces socializace provází člověka po celý jeho život. Podstatou socializačního procesu je sociální učení, v němž hrají pro jedince důležitou roli různí aktéři – socializační činitelé, kteří různým způsobem ovlivňují jeho hodnoty, normy a vzorce chování. Funkci činitelů socializace plní nejrůznější osoby a sociální skupiny, s nimiž vstupuje jedinec do různých vztahů. Z hlediska působení jsou důležité zejména ty sociální skupiny, do kterých je jedinec zapojen relativně dlouhodobě či trvale. Jedná se tedy zejména o rodinu, školu a vrstevnické či zájmové nebo profesní skupiny. S rozvojem komunikačních technologií vstoupil do procesu socializace jedince další významný činitel – masová média (sdělovací prostředky), která se významnou měrou podílejí na formování postojů, chování a hodnot jedince.

Každá společnost má svoji představu o žádoucích společenských normách, chování a hodnotách. Proto je socializační proces zaměřen na rozvoj určitých, pro danou společnost typických vlastností a kompetencí. Konzumní společnost, ve které jsou základní funkce určovány spotřebou, vyžaduje od svých členů, aby si již během dospívání osvojili dovednosti, znalosti a postoje odpovídající jejich fungování jako spotřebitelů na trhu. Během socializace tak jedinec získává dovednosti, znalosti, návyky a postoje spojené s jeho chováním v roli spotřebitele - konzumenta. Scott Ward označuje tento proces jako **socializaci spotřebitele** (consumer socialization) a definuje ji jako „proces, během něhož získávají mladí lidé dovednosti, znalosti a postoje, které jsou relevantní ve vztahu k jejich fungování v roli spotřebitele“ (Ward, 1974, s 2). Důležitou úlohu v tomto procesu sehrávají socializační činitelé (např. Moschis a Churchill, 1978; Moschis a Moore, 1979; Ward, 1974), tj. subjekty,

ktelé působí na jedince v průběhu jeho socializace - konkrétní osoby, skupiny nebo společenské instituce.

V raných stádiích výzkumu George Moschis a Gilbert A. Churchill (1978) vytvořili konceptuální rámec tzv. spotřebitelské socializace (tj. osvojování si spotřebního chování), podle něhož je jádrem socializačního procesu učení, ke kterému dochází v sociálním kontextu a prostřednictvím kterého socializační činitelé - rodiče, vrstevníci, škola a masová média - uplatňují svůj vliv. Výsledky výzkumu, jehož se účastnilo 806 dospívajících ve věku od 12 do 18 let, ukázaly, že různí socializační činitelé mají různé účinky na procesy, během kterých mladí lidé rozvíjejí schopnost hodnotit komerční podněty konzumní společnosti. V rodině se dospívající učí především racionálním a ekonomickým motivům spotřeby, podobně škola vede k získávání a rozvíjení kompetencí spojených se spotřebním chováním (jako např. porozumění ekonomickým termínům), ve spotřebitelské socializaci však nehraje nijak významnou roli. Oproti tomu vrstevníci a masmédiá, zejména časté sledování televize a vystavení vlivu reklamy, významně ovlivňují materialistické postoje dětí a dospívajících. Další studie tato zjištění potvrdily (Churchill a Moschis, 1979; Moschis a Moore, 1979).

8.3.1 Vliv rodiny na utváření materialistických hodnot

Rodina je primárním socializačním prostředím, ve kterém si dítě utváří své postoje, hodnoty, přejímá základní sociální normy, získává vzorce chování. Rodič je pro dítě prvním vzorem, s nímž se identifikuje (Wágnerová, 2000). Většina autorů se shoduje na tom, že rozvoj materialistických hodnot je silně ovlivněn právě socializací v rodině (Kasser, 2002). Děti si osvojují hodnoty těch, jež se o ně starají, zejména skrze procesy identifikace a nápodoby (Goldberg et al., 2003; Kasser et al., 1995; Flouri, 1999, 2004). Výzkumníci poukazují rovněž na pozitivní vztah mezi materialismem dětí a výchovným stylem jejich rodičů (Flouri, 1999; Kasser, 2002; Williams et al., 2000).

Erini Flouriová (1999) zjistila vysokou korelaci mezi materialismem dospívajících a úrovní materialistické orientace jejich matek. Výzkumu, jehož cílem bylo vytvoření modelu vývoje materialismu v kontextu rodinné socializace, se zúčastnilo 246 studentů (133 žen, 113 mužů) ve věku 16 – 23 let a 137 rodičů. Mladí respondenti odpovídali na otázky, týkající se jejich ekonomické socializace (zda si jako děti spořili kapesné, jak rodiče spravují finance apod.) a kvality vztahů s rodiči, sourozenci a přáteli, zda pocházejí z úplných či neúplných rodin. Rodičům byl předložen seznam osmi hodnot, které měli seřadit podle toho, nakolik je

oceňují u svých dětí. Vyjadřovali se také dále například ke stylu komunikace v rodině a kvalitě vztahu se svými dětmi, a v neposlední řadě také k tomu, jak sami zacházejí s penězi a jaká je jejich současná ekonomická situace. U všech respondentů byl materialismus měřen škálou materialistických hodnot (Richins a Dawson, 1992). Materialismus adolescentů byl spolehlivě predikován ze skóre materialismu, které dosáhly jejich matky, a pozitivně koreloval s náchylností k podléhání interpersonálním vlivům a častou komunikací s vrstevníky. Výsledky výzkumu podpořily předpoklad, že materialistické hodnoty jsou získávány díky identifikaci dítěte s hodnotami jeho rodičů. Rodinné prostředí, které je spíše materialistické, může přímo nebo nepřímo podporovat utváření materialistických hodnot. Toto zjištění je podobné závěrům studie Kasser a jeho spolupracovníků (Kasser et al., 1995) se vzorkem 140 adolescentů. Matky dospívajících respondentů, pro něž byly důležité materialistické hodnoty, samy rovněž kladly zvýšený důraz na finanční úspěch oproti jiným oblastem svého života. V obou studiích autoři (Flouri, 1999; Kasser et al., 1995) současně zkoumali, zda má vliv na osvojování hodnot také rodičovský styl výchovy. Předpokládali, že rodičovský styl, při kterém je láskyplná péče uplatňována jen velmi málo či vůbec, povede dítě k pocitu nejistoty o jeho vlastní ceně. Děti vyrůstající v takovém prostředí se potom budou více přiklánět k materialistickým hodnotám. Z výsledků skutečně vyplynulo, že v porovnání s respondenty, kteří přikládali větší hodnotu sebezřetím, dobrým vztahům s druhými či své prospěšnosti vůči společnosti, respondenti, kteří silně inklinovali k dosažení finančního úspěchu (tedy byli více materialističtí), vyrůstali s matkami, které jim věnovaly mnohem méně péče, lásky a pozornosti. Méně podporující přístup rodičů tak může vést u dětí k pocitu nejistoty o jejich vlastní ceně a inklinaci k materialistickým hodnotám (Kasser, 2002). Tyto děti pak mají tendenci nejen upínat se na materiální úspěch, slávu a image, jako náhražku za uznání, přijetí a pocit přináležení, ale také se obracejí k jiným osobám, které na ně mají vliv.

LinChiat Changová a Robert M. Arkin (2002) charakterizují materialismus jako pokus zvládat pocit nejistoty a pochybnost o sobě a tvrdí, že se jednotlivci orientují na materiální statky zejména tehdy, jsou-li konfrontováni s nepříznivou situací. Pro dítě je bezpochyby jednou z nejnáročnějších situací rozvod rodičů. Rozpad rodiny je pro dítě velmi silným zásahem do jeho světa a může ovlivnit jeho postoj nejen k vnějšmu světu, ale také k sobě samému. Děti jsou velice citlivé na rodičovský konflikt. Psychologové a sociologové konzistentně zjišťují, že rozvod rodičů je velice stresující událostí v životě mnoha dětí, neboť je často charakterizován dramatickými změnami (v zásadě negativními), a to jak v sociálním

tak ekonomickém kontextu (Wallerstein a Lewis, 2004). Dítě se proto může snažit redukovat stres a nepohodlí spojené s touto událostí za pomoci různých strategií, aby nastalou disharmonii ve svém životě nějakým způsobem minimalizovalo.

Někteří autoři (Rindfleisch, Burroughs a Denton, 1997; Roberts, Manolis a Tanner, 2003) zjišťují, že mladí dospělí a dospívající z rozvedených rodin jsou více materialisticky orientováni než jejich vrstevníci z úplných rodin, a že k této orientaci na materialistické hodnoty může docházet v důsledku rozpadu rodiny. James Burroughs a Aric Rindfleisch (1997) vyšli z předchozích zjištění a předložili hypotézu, že zvýšené materialistické tendence mohou dětem a dospívajícím sloužit jako jedna ze strategií při zvládnání a redukování stresu spojeného s rozvodem rodičů. Materialistické hodnoty byly použity jako moderující proměnná ve vztahu mezi strukturou rodiny (úplná vs neúplná rodina) a stresem v rodině. Autoři předpokládali, že existuje korelace mezi materialismem a úrovní stresu. Výzkumu se zúčastnilo 200 mladých dospělých ve věku od 20 – 32 let, z nichž 96 pocházelo z rozvedených rodin a 104 z rodin úplných. Materialismus byl měřen škálou materialistických hodnot (Richins a Dawson, 1992).

Výsledky potvrdily hypotézu, že více materialističtí jedinci (ze vzorku účastníků z rozvedených rodin) prožívali méně stresu v rodině než ti, kteří se méně orientovali na materialistické hodnoty. To potvrzuje předpoklad, že materialismus může v náročných situacích pomoci dětem obnovit ztracený pocit identity, trvalosti a kontroly v jejich životě. Současně se však ukázalo, že stejné zjištění neplatí pro účastníky, kteří pocházeli z úplných rodin. Zde byl zjištěn pozitivní vztah mezi materialistickými hodnotami a stresem. Autoři tuto diskrepanci přisuzují rozdílnému účinku instrumentálního a terminálního materialismu (Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton, 1981).

Z výsledků jiné studie (Rindfleisch, Burroughs a Denton, 1997) rovněž vyplynulo, že kromě omezených finančních prostředků, jako důsledku sníženého příjmu ve zbytku rodiny, je zdrojem materialistických tendencí oslabení interpersonálních vztahů. Při rozpadu rodiny dochází často k narušení vztahů mezi dětmi a rodiči, kteří v již tak pro dítě stresujícím období, mu poskytují méně pozornosti, péče, vřelosti a lásky. Děti se proto obrací k materialistickým hodnotám, které jim nejen pomáhají zvládat nastalou situaci a poskytují jim pocit jistoty a bezpečí, ale také jim napomáhají navázat vztahy s druhými lidmi – vztahy, které nenacházejí ve své vlastní rodině.

8.3.2 Náchylnost k podléhání normativním vlivům

Zjištění, ke kterým dospěli badatelé ve svých výzkumech, se shodují, že existuje souvislost mezi materialistickou hodnotovou orientací dospívajících a jejich tendencí podléhat vlivu druhých osob, se kterými přichází do kontaktu (Bearden, Netemeyer a Teel, 1989; Achenreinerová, 1997; Flouri, 1999; Chaplin a John, 2010).

V souvislosti s výzkumem materialismu je často zkoumána tzv. náchylnost k podléhání interpersonálním vlivům v kontextu spotřebního chování, kterou Bearden, Netemeyer a Teel, (1989) definují jako „potřebu identifikovat nebo vylepšit svoji image v mínění druhých skrze získávání a používání produktů a značkového zboží, ochota přizpůsobit se očekávání druhých pokud jde o nákupní rozhodování a/nebo tendenci dozvídat se o produktech a službách pozorování druhých a/nebo získávání informací od druhých“. Bearden a jeho spolupracovníci (Bearden, Netemeyer a Teel, 1989) rozlišují normativní a informační vlivy.

Informační vlivy mají dvě podoby – jedinec buď vysuzuje hodnoty a normy na základě pozorování druhých, nebo se jich na jejich názory přímo ptá. U normativních vlivů rozlišují autoři – v souladu s rozlišením funkcí postojů – rovněž dvě dimenze: dimenzi „exprese hodnot“ (*value expressive*) a dimenzi „utilitární“ (*utilitarian*). *Exprese hodnot* je motivována především touhou jedince zlepšovat si nebo alespoň udržet na stejné úrovni své sebevědomí prostřednictvím identifikace s někým, kdo je významný, důležitý, vlivný atp. Základem konformity je zde tedy identifikace. *Utilitární* vlivy jsou spojeny s očekáváním odměny (včetně očekávání vyhnutí se trestu) za konformitu.

Náchylnost konzumenta k podléhání interpersonálním vlivům je definována jako

- 1) potřeba identifikovat se se signifikantními druhými lidmi a/nebo zlepšovat svůj obraz v jejich očích pomocí získávání a užívání určitých výrobků a určitých značek,
- 2) ochota přizpůsobit se při nákupu nějakého výrobku očekávání druhých a/nebo
- 3) tendence získávat informace o výrobcích nebo o službách na základě pozorování druhých a/nebo na základě získávání informací od druhých.

V souladu s touto koncepcí vypracovali autoři dotazník, v němž normativní dimenzi měří osm a informační dimenzi čtyři položky. Položky zahrnují tvrzení jako „Je důležité, že druhým se líbí produkty a značky, které kupuji“ (normativní faktor) a „Často konzultuji s druhými lidmi, aby mi pomohli vybrat nejlepší alternativu dostupnou z třídy produktů“ (informační faktor).

Interpersonální vlivy nabývají na důležitosti zejména v období socializace dětí a dospívajících. Konzumní hodnoty a konzumní chování, ať už pozitivní nebo negativní, které se vyvinuly během adolescence, mohou přetrvávat až do dospělosti. Rodiče a vrstevníci hrají jedinečnou roli v utváření těchto hodnot a chování.

Významné jsou vazby ve vrstevnických skupinách (spolužáci, kamarádi, zájmové skupiny), jejichž je jedinec členem, a také širší (referenční) skupiny, jejichž členem není, ale chce se jím stát. V mládí se význam vrstevnických skupin zvyšuje a jejich význam a vliv na osobnost dítěte vzrůstá. Identifikace s vrstevnickou skupinou je jedním z mezníků socializace. Vrstevníci uspokojují mnohé potřeby a významně podporují emoční vyrovnanost dítěte (Sullivan, 1953; Chaplin a John, 2010), jsou důležitými socializačními činiteli, kteří přispívají k psychosociálnímu vývoji dítěte (Weiss a Ebbeck, 1996). Mohou například do určité míry korigovat nepříznivé vlivy rodiny, případně je doplňovat v oblastech, kde rodina svou funkci neplní v dostatečné míře (Wágnerová, 2000, s. 191). Skupina vrstevníků vyžaduje od svých členů konformitu a za to jim poskytuje pocit jistoty, sounáležitosti a prestiže.

Jim Roberts, Chris Manolis a Jeff Tanner (2008), kteří zkoumali, do jaké míry informační a normativní vlivy hrají roli ve vývoji materialistických hodnot dospívajících ve věku mezi 11 a 19 lety, zjistili, že ve srovnání s rodičovským informačním vlivem je vrstevnický vliv normativní a relativně silně působí na vývoj materialistických tendencí ve spotřebitelském chování.

Vrstevnický tlak má tedy ve spojení s materialistickými tendencemi většinou na jedince negativní účinky. Badatelé, kteří se věnují tomuto tématu, dospívají k závěru, že zatímco dospívající se učí racionálním aspektům konzumu od svých rodičů (Churchill a Moschis, 1979; Roberts, Manolis a Tanner, 2008), od svých vrstevníků se učí sociálním aspektům konzumu (tj. také materialismu) (Achenreiner, 1997; Banerjee a Dittmar, 2008).

Normativní vlivy souvisejí s potřebou být akceptován. Výsledky výzkumů ukazují, že vliv vrstevníků je velmi důležitý v období, kdy děti vstupují do věku dospívání a že tento vliv souvisí s preferencí výběru určitých typů produktů, zejména těch, jejichž vlastnictví a/nebo konzumaci je možné prezentovat před širší veřejností (Batra, Homer a Kahle, 2001; Bachmann et al., 1993; Netemeyer, Bearden a Teel, 1992). Jednotlivci, kteří mají sklon k sociálnímu srovnávání, těmto tlakům snáze podléhají (Bearden a Rose, 1990).

Gwen Achenreinerová (1997) zkoumala vztah mezi materialismem a náchylností k ovlivnění vrstevníky u vzorku 300 dětí ve věku 8, 12 a 16 let. Studie se soustředila na normativní komponentu vlivu vrstevníků (potřebu se identifikovat se skupinovými normami,

standards a hodnotami). Nezávislými proměnnými byly věk a náchyllost k podléhání interpersonálním vlivům, která byla měřena upraveným dotazníkem (Bearden, Netemeyer a Teel, 1989) zahrnujícím sedm položek, u kterých děti uváděly svůj souhlas nebo nesouhlas na 4-bodové škále (1 - *ano*, 4 - *ne*). Materialismus, jako závislá proměnná, byl měřen škálou, podobnou škále materialismu Richinsové a Dawsona (1992). U pěti položek děti opět vyjadřovaly svůj souhlas či nesouhlas na 4-bodové škále (*ano-ne*). Položky obsahovaly tvrzení, jako např. „Je pro mě důležité mít hezké věci“ a „Chtěl/a bych být tak bohatý/á, abych si mohl/a koupit cokoliv chci“. Zjištění podpořila hypotézu, že materialismus je poměrně stabilním rysem, který se jen okrajově mění s přibývajícím věkem, a to i přes řadu změn ve vývoji, ke kterým u dítěte dochází. Významná pozitivní korelace ($r = 0,44$) byla také zjištěna mezi materialismem a náchyllostí podléhat vlivu vrstevníků. Děti, které byly více náchylné těmto vlivům podléhat, se umístily výrazně výše na škále materialismu napříč všemi třemi věkovými skupinami. Tato zjištění tak potvrdila další hypotézu autorky, že materialismus souvisí s normativním vlivem vrstevníků.

8.3.3 Vliv médií na utváření materialistických hodnot

Každá generace utváří nová přání a požadavky pro to, co je „potřeba“ (Csikszentmihalyi a Rochberg-Halton, 1981). V našem století očekáváme, jako součást „dobrého života“, že trh uspokojí všechny naše rozmary. Marketing a reklama hrají roli v utváření a zabezpečování potřeb a požadavků důležitou roli. Média a jejich obsahy včetně reklamy se již dávno staly důležitou součástí našeho každodenního života.

Přes velmi rychlý rozvoj nových technologií zůstává velice vlivným médiem televize. Po řadu let je předmětem zkoumání její role při konzumní socializaci. Výzkumy po desítky let zjišťují, že nadměrné sledování televize má vliv na vnímání sociální reality, zvláště tehdy, když divák nemá přímou zkušenost s obsahem sdělení. Divák tak může věřit, že skutečný svět je podobný tomu, jaký vidí na obrazovce.

Od poloviny 20. století se věnují badatelé zkoumání, zda a jak média ovlivňují postoje veřejnosti a nakolik jsou postoje a chování veřejnosti závislé na mediálních sděleních. Koncem 60. let 20. století začal George Gerbner z pensylvánské university spolu s dalšími spolupracovníky zkoumat, jak média, a především televize, ovlivňují vnímání reality okolního světa – tedy jak televize „kultivuje“ (usměrňuje) pohled na svět určitým směrem.

Podle Gerbnerovy kultivační teorie (Gerber, 1973) televize vytváří symbolický svět, který svým zkresleným sdělením o skutečnosti nahrazuje osobní zkušenost a jiné prostředky dozvídaní se o světě. Je-li jedinec dlouhodobě vystaven vlivu televizního vysílání, pozměňují se („kultivují“) jeho představy o světě a oslabuje se jeho smysl pro realitu a více věří, že jsou tato sdělení skutečná. Média tak podle této teorie do určité míry utváří nebo kultivují vnímání sociální reality. Reklama pak obecně vytváří obraz, který je odlišný od aktuálního stavu (Kasser, 2002; Gerbner, Morgan a Signorelli, 1986). Juliet Schorová ve své knize *Why We Want What We Don't Need* (Proč chceme to, co nepotřebujeme) uvádí, že „čím více se lidé dívají na televizi, tím více si myslí, že americké domácnosti vlastní tenisové kurty, soukromá letadla, kabriolety, služebné a bazény“ (Schor, 1999, s. 80).

Televizní svět je mnohem blahobytnější než svět reálný (O'Guinn a Shrum, 1997), diváci jsou vystaveni ideálům krásy a materiálního blahobytu, které jsou pro ně mnohdy nedosažitelné. To také vede, zejména u více materialisticky orientovaných jedinců, k jejich nespokojenosti s materiální sférou jejich života. Nespokojenost s touto jejich oblastí života se pak přelévá do pocitu nespokojenosti s životem jako celkem. Navíc vnímání vlastního neúspěchu díky srovnávání svého života s atraktivními životy zachycenými v mediálních obrazech vede ke zvýšené míře deprese (Buss, 2000).

Hromadění a spotřeba hmotných statků a služeb je v televizi glorifikována. Materialismus je přesvědčením, že získávání vlastnictví přináší úspěch a signalizuje status a úspěch (Belk, 1984; Richins, 2004). Dá se tak očekávat, že časté sledování televizních programů, ve kterých je zobrazován luxusní životní styl, šťastní a úspěšní lidé, kteří mají drahé oblečení, velké domy, luxusní automobily a jiné nákladné věci, vede k preferenci materialistických hodnot. Při nakupování jsme často ovlivněni informacemi, které jsme viděli v televizi. Stejně tak vědomě či nevědomě někteří jedinci aktualizují svoje postoje a hodnotový systém při samotném sledování televize, a to směrem k většímu důrazu na materiální hodnoty – bohatství a blahobyt jde neustále ruku v ruce se štěstím a úspěchem.

Kritici médií tvrdí, že konstrukce sociální reality diváky je do velké míry ovlivněna frekvencí sledování těchto médií. Hovoří se často o tzv. „*cultivation hypothesis*“, podle které platí, že čím častěji jedinec sleduje televizní pořady, tím více jsou jeho představy o realitě ovlivněny a zkresleny v jejich směru. Projekt (Sirgy et al., 1998) zkoumající životní spokojenost, míru materialismu a míru sledovanosti televize u vzorku více jak 1200 dospělých ve Spojených státech, Kanadě, Austrálii, Číně a Turecku, zjišťoval, jak příznivě se

respondenti cítí ve srovnání s postavami prezentovanými na televizní obrazovce a jak jsou spokojeni celkově se svým životním standardem nebo příjmem.

Sledování televize zjišťoval čtyř-položkový blok otázek (například „Jak dlouho jste včera sledoval/a televizi?“ nebo „Kolik hodin týdně sledujete televizi?“). Materialismus byl měřen škálou Belka a Richinsové a Dawsona (Belk, 1985; Richins a Dawson, 1992), k měření spokojenosti se životem byly použity dvě škály. Kromě toho byly použity dvě škály měřící obecné hodnocení životního standardu („Jaký máte celkový pocit ze svého životního standardu nebo příjmů?“ 7 = skvělý, ..., 1 = špatný) a specifické hodnocení životního standardu (srovnávání svého standardu se standardem prezentovaným v televizi, například „Průměrná rodina, kterou vidím ve většině reklam, má vyšší standard života než naše rodina.“). Z výsledků výzkumu vyplynulo, že čím častěji lidé televizi sledují, tím záporněji hodnotí svůj životní standard v jednotlivých oblastech a tím více jsou materialističtí. Materialismus je tak ovlivněn frekvencí sledování televize. Současně byly podpořeny hypotézy, že více materialisticky orientovaní jedinci vycházejí ze srovnávání s postavami na obrazovce spíše nepříznivě, jsou nespokojeni se svým životním standardem a jsou také celkově méně spokojeni se svým životem. Nejlepší shodu s daty vykazoval model jako celek u vzorku z USA.

Schrum, Burroughs a Rindfleisch (2005) zkoumali vliv častého sledování televizních programů na přejímání materialistických hodnot, a také, jak k tomuto vlivu dochází. Na základě svého výzkumu došli ke zjištění, že časté sledování programu s konkrétním obsahem (např. násilí) vede k přijetí postojů, hodnot a chování konzistentních s jeho obsahem. Pokud se týká vlivu na materialistické hodnoty, došli autoři k dalšímu důležitému zjištění, a to, že vztah mezi sledováním televize a materialismem byl významnější u účastníků, kteří byli při sledování pozornější a měli tendenci o obsahu přemýšlet. To svědčí o skutečnosti, že k účinkům dochází *během sledování* a divák přejímá materialistické hodnoty již během této doby. V druhé, laboratorní studii autoři provedli experiment, při kterém byla polovině účastníků promítnuta ukázka z filmu *Wall Street* (s vysoce materialistickým obsahem) a druhé polovině ukázka filmu *Gorily v mlze* (s nematerialistickým obsahem). Účastníci měli po ukončení promítání sestavit seznam svých myšlenek, které je napadaly během sledování programu a ohodnotit je na škále od -2 (nepříjemné) po +2 (velmi příjemné). Poté vyplňovali škály měřící, jak často sledují televizi a do jaké míry byli „pohlčeni“ filmovou ukázkou. Výsledky experimentu ukázaly, že typ sledovaného programu neměl vliv na to, zda byly myšlenky během sledování příjemné, nepříjemné nebo neutrální. Důležitějším zjištěním však

bylo, že skupina, která často sledovala televizi, měla nejvíce pozitivních reakcí na materialistická zobrazení.

Richinsová (1987) v jedné ze svých prvních studií zkoumala vztahy mezi reklamou, materiálními hodnotami a spokojeností se životem. Ve výzkumu, kterého se zúčastnilo 284 respondentů, zjistila, že pozitivní vztah mezi sledováním televize a materialismem je signifikantní pouze u těch jedinců, kteří vnímají televizní reklamy jako realistický obraz světa. Respondenti vyplňovali dotazník, který zjišťoval jejich *materiální hodnoty*, tj. nakolik jsou respondenti přesvědčeni, že více statků a peněz povede k jejich většímu pocitu štěstí. Na škále likertovského typu uváděli, do jaké míry souhlasí s tvrzením jako například „Chtěl/a bych být tak bohatý, abych si mohl/a koupit cokoli se mi zachce“ nebo „Je pravda, že za peníze si můžeš koupit štěstí“. Spolu s dotazníkem byla zjišťována *vnímaná reálnost reklam* (do jaké míry jsou lidé zobrazováni v reklamách podobni lidem v reálném životě) a míra *vystavení působení médií* („Kolik hodin týdně sledujete TV?“, „Jak často věnujete pozornost TV reklamám?“) a *spokojenost* (plat, životní standard). Materialističtí jedinci byli méně spokojeni se svým životním standardem a více se srovnávali s bohatými lidmi prezentovanými v médiích. Výsledky potvrdily hypotézu Richinsové, že média v určité míře utvářejí či kultivují vnímání sociální reality, a že časté zobrazování produktů ve spojení se šťastným spotřebitelem může vést k přesvědčení, že majetek přináší štěstí.

8.3.4 Vliv reklamy na dětského konzumenta

Reklama zaujímá v kritice konzumní společnosti čelní místo. Každý den jsme vystaveni vlivu různých druhů médií, které se nám snaží prodat nějaký produkt. Klíčem k úspěchu reklamy je její schopnost manipulace našich rozhodnutí a dojmů. Reklamní působení orientuje člověka ve světě značek a produktů, ale také vzorů, idejí, myšlenek. Nepochybně tak ovlivňuje celý hodnotový systém člověka. Říká mu, co je pro něj dobré, co má kupovat, jak se má chovat. Působí přitom na celý životní styl mnoha vrstev společnosti a výrazně jej ovlivňuje. Tvůrci reklamy musí přesvědčit zákazníka, že nákupem daného produktu stoupnou v ceně jak ve svých tak v očích druhých – jinými slovy, zvýší tím hodnotu sebe sama.

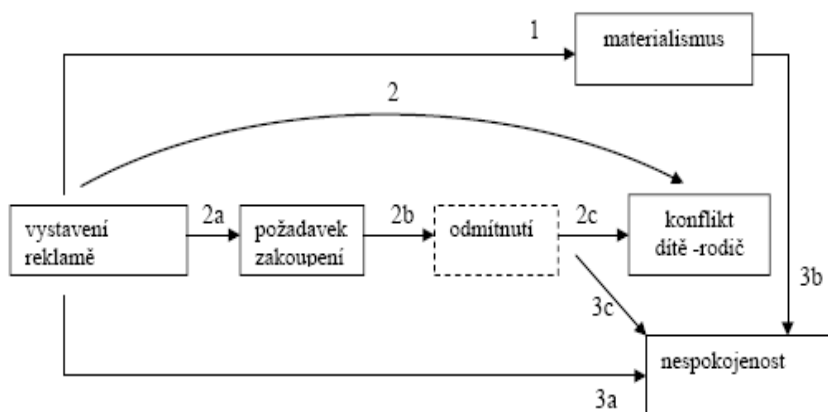
Děti představují pro obchodníky a reklamní průmysl významný marketingový segment. Nejen samy nakupují, ale ovlivňují rovněž nákupní rozhodování celé rodiny. Dětský divák je pro reklamní trh, potažmo pro obchodníky, oblíbenou cílovou skupinou. Zastánci reklamy tvrdí, že reklama slouží jako informační zdroj a učí děti spotřebitelským zkušenostem

nezbytným k fungování na trhu (jako např. hodnocení atributů různých produktů) a učí je, jak rozumně nakupovat. Argumenty, které svědčí proti reklamě směřující vůči dětským zákazníkům, vycházejí z kritiky, že reklama potlačuje kreativitu a je na překážku vývoji morálních a etických hodnot. Řada autorů také tvrdí, že reklama stimuluje u dětí materialistické hodnoty (Greenberg a Brand, 1993; Liebert, 1986; Pollay, 1986), protože vysílá taková sdělení, která mají vyvolat touhu po vlastnění určitého produktu. Přitom současně vyvolává dojem, že majetek je důležitý a že žádoucí kvality jako je krása, úspěch a štěstí mohou být dosaženy jen díky materiálním statkům.

Výzkumy vlivu reklamy, která je zaměřena na dětského diváka, jsou založeny na dvou přístupech (Buijzen a Valkenburg, 2003). V prvním jsou děti považovány za zkušené konzumenty, schopné kritického zpracování komerčních sdělení (empowered child). Výzkumy tohoto typu (povětšinou marketingové výzkumy) jsou zaměřeny na zamýšlené (intended) vlivy reklamy, tedy povědomí dětí o obchodních značkách, jejich postojů k nim a motivace k nákupu. Jiné výzkumy naopak předpokládají, že děti postrádají kognitivní dovednosti (vulnerable child), které by je ochránily před škodlivými vlivy reklamy. Řada výzkumů zkoumá, zda jsou si děti skutečně vědomy záměrů reklamy a v jakém věku dochází k pochopení těchto záměrů. Má se obecně za to, že mladší děti jsou více ovlivnitelné reklamou než děti starší. Ukazuje se, že děti ve věku 2 – 7 let jsou náchylnější k informacím obsaženým v reklamě, protože mají méně zkušeností a znalostí, které by mohly při jejím zpracování využít (Roedder, 1981), a jsou tak méně schopny kritického myšlení a používání protiargumentů při sledování reklamy (Brucks, Armstrong a Goldberg, 1988). S dospíváním se u dětí rozvíjejí kognitivní dovednosti, které vedou k lepšímu porozumění záměru reklamy. Ve věku 8 – 12 let jsou děti postupně kritičtější a tím méně náchylné k reklamním sdělením. Výsledky většiny studií ukazují, že do 6. roku věku většina dětí neumí vyjádřit záměr reklamy (např. Robertson a Rossiter, 1974; Donohue, Meyer a Henke, 1978).

Proč se reklamní trh soustředí na dětského diváka, když tento spotřebitelský segment není zákazníkem v pravém slova smyslu? Isler se svými spolupracovníky (Isler, Popper a Ward, 1987) zjistili, že jedním z účinků reklamy zaměřené na dětského spotřebitele je stimulovat u dětí touhy, které vedou k častým požadavkům na jejich rodiče. A protože děti z velké části ovlivňují nákupní rozhodování svých rodičů, jsou považovány za vhodný cíl pro reklamu. Studie ukazují, že rodiče vyhoví žádostem svých dětí a zakoupí inzerovaný produkt nejen proto, aby svému dítěti udělali radost nebo jej odměnili, ale také proto, aby se vyhnuli případnému konfliktu (např. Isler, Popper a Ward, 1987; Robertson, Rossiter a Ward, 1985).

Moniek Buijzenová a Patti Valkenburgová (Buijzen a Valkenburg, 2003) se zaměřily na zkoumání tzv. *nezamýšlených (unintended)* důsledků reklamy na dětského diváka. Všímají si nežádoucích nezamýšlených důsledků reklamy, kterými jsou konflikty v rodině a materialistické hodnoty dětí a nespokojenost.



Obrázek 7: Model tří nezamýšlených vlivů reklamy
(Podle Buijzen a Valkenburg, 2003, s. 439).

V modelu (obr. 7) dráha 1 znázorňuje hypotézu, že vystavení vlivu reklamy zvyšuje materialismus, protože je reklama vytvořena tak, aby vyvolala touhu po tom kterém produktu. Reklama zachycuje svět s krásnými lidmi a žádoucími produkty. Propaguje myšlenky, že majetek je důležitý a že žádoucí kvality – štěstí, úspěch – mohou být dosaženy díky materiálním statkům (Pollay, 1986; Richins, 1991).

Dráha 2 znázorňuje hypotézu, podle které vystavení reklamě vede ke konfliktům mezi dětmi a rodiči. Podle této hypotézy vede působení reklamy a) ke zvýšenému počtu požadavků na inzerovaný produkt ze strany dětí, b) ke zvýšenému počtu odmítnutí (za předpokladu, že ne všem požadavkům může být vyhověno), což c) vede ke konfliktu mezi dítětem a rodičem. Tento zprostředkovaný vztah je vyjádřen dráhou 2a, 2b a 2c.

Dráha 3 vyjadřuje hypotézu, že reklama vede u dětského diváka k nespokojenosti. Autorky vycházely při formulování této hypotézy z teorie sociálního srovnávání, tj. předpokladu, že děti při sledování reklamy srovnávají vlastní situaci s idealizovaným světem zobrazeným v reklamě. Diskrepance mezi těmito dvěma světy pak může vést k jejich nespokojenosti (Richins, 1991).

Na základě analýzy dostupných empirických výzkumů a experimentálních studií a rozsáhlé literatury (např. Atkin, 1978, 1980; Moschis a Churchill, 1978; Moschis a Moore,

1982, Greenberg a Brand, 1993; Ward a Wackman, 1971) dospěly autorky k závěru, že reklama zaměřená na dětského příjemce má určité nežádoucí důsledky. Korelační analýzy, podpořené experimentálními studii, prokázaly pozitivní vztah mezi vystavením účinkům reklamy a materialismem, a to většinou bez ohledu na věk dětí, jejich pohlaví, či socioekonomický status jejich rodičů. Výsledky studií podpořily také hypotézu, že reklama přispívá ke konfliktu mezi rodiči a dětmi. Děti, které jsou ve větší míře vystaveny reklamě, dávají přednost věcem (např. hračkám) před vztahy s druhými dětmi a častěji požadují zakoupení (inzerovaných) produktů. Ne vždy rodiče těmto požadavkům vyhoví. Toto odmítnutí pak vyvolává mezi nimi a dětmi konflikty.

Hypotéza o přímém vztahu mezi reklamou a nespokojeností nebyla prokázána, nicméně se ukazuje, že existují čtyři způsoby, kdy vystavení vlivu reklamy vede k nespokojenosti: (1) skrze sociální srovnávání, (2) skrze materialismus, (3) díky zklamání z kvality propagovaného zboží, a (4) díky zklamání, když rodiče odmítnou produkt zakoupit.

Nespokojenost je však také způsobena tím, jakým způsobem tvůrci reklam produkt zobrazují, jaké techniky používají a obraz upravují (např. detail pohybující se hračky, které se pohybovat nemohou, animace apod.). Taková zobrazení mohou vést u dětí k nerealistickým očekáváním výkonu a kvality produktu. Předpokládá se, že malé děti ještě nejsou schopny vidět tyto techniky jako reprezentace, které nejsou zcela consistentní s realitou. Po koupi, pokud nesplňuje produkt očekávání, jsou děti frustrovány, nespokojeny a nešťastné (Atkin, 1980; Robertson, Rossiter a Ward, 1985).

Televizní reklama zaměřená na dětského diváka je předmětem veřejného zájmu, a to jak ve Spojených státech, tak v Evropě. Ve Spojených státech se formovaly zásady omezující reklamu zaměřenou na dětského diváka od 70. let 20. století. O dvě desetiletí později podobná pravidla přijala řada evropských zemí. Například v Belgii bylo v roce 1991 přijato nařízení, tzv. *Five-minute rule*, které stanovilo, že dětským programům (pro diváky mladší 12 let) nesmí bezprostředně předcházet a ani je bezprostředně následovat (pět minut před a pět minut po vysílání) reklama zaměřená na děti. Ve stejné době vyhlásilo Řecko částečný zákaz reklam na dětské hračky mezi sedmou hodinou ranní a desátou hodinou večerní. V roce 1995 také Norsko vyhlásilo úplný zákaz televizní reklamy zaměřené na děti, který byl přijat v roce 1996 rovněž ve Švédsku. Postupně přijaly omezení tohoto typu reklamy další státy (Bandyopadhyay, Kindra a Sharp, 2001; Buijzen a Valkenburg, 2003).

9 Materialisté v interpersonálních vztazích

Umístění materialistických hodnot do čela hodnotového žebříčku má za následek, že jsou jiné hodnoty, které úzce souvisejí s kvalitou života, odsunuty na vedlejší kolej. Mezi opomíjené nebo eliminované hodnoty patří také sociální vztahy. Materialisté jsou majetníci, závistiví a nešlechtní (Belk, 1984, 1985), majetek považují za prostředek dosahování štěstí a indikátor jejich vlastního úspěchu nebo úspěchu druhých (Richins a Dawson, 1992). Lidé, kteří se primárně orientují na materiální stránku života, se méně zajímají o druhé a vztahy s nimi považují za méně důležité. Jejich vztahy jsou často poznamenány nešlechtným chováním (Belk, 1984, 1985), sebestředností (Richins a Dawson, 1992), narcisimem (Kasser a Ryan, 1996) a méně prosociálním chováním (McHoskey, 1999). Namísto utváření vztahů, které se vyznačují důvěrou, empatií a kooperací, se angažují materialisté ve vztazích, které jsou nestabilní, povrchní a krátkodobé (Kasser a Ryan, 2001).

Výzkumy ukazují, že materialismus má negativní vliv také například na spokojenost v manželských vztazích. Studie výzkumníků z Brigham Young University (Carroll et al., 2011) se zaměřila na stabilitu a kvalitu vztahů a zjistila, že materialistické páry, které mají více peněz, mohou mít také více problémů ve vztazích. Autoři studie, které se zúčastnilo více jak 1700 manželských párů, zjistili, že materialismus má negativní vliv na kvalitu manželského vztahu, a to i když oba partneři shodně zastávali materialistické hodnoty. I když byly tyto manželské páry dobře finančně zajištěny, peníze byly často zdrojem konfliktů. Materialismus souvisel se špatnou komunikací, nižší spokojeností se vztahem a jeho nižší stabilitou. Vztahy manželských párů, které nepovažovaly majetek (bohatství) za důležité, byly stabilnější a kvalitnější.

Materialisticky orientovaní jedinci se také málo zajímají o stanoviska druhých lidí. Ve studii Sheldona a Kassera (1995) byla zjišťována u vzorku vysokoškolských studentů míra empatie (schopnost vcítit se do situace jiného člověka) a schopnost či ochota přijímat názory druhých lidí ve vztahu k jejich zaměření na vnitřní nebo vnější cíle. Studenti, kteří se orientovali spíše na vnější, tj. materialistické, cíle, si jen málo přáli „být na místě jiného“ a méně potřebovali znát stanoviska druhých.

Patricia a Jacob Cohenovi (citováno dle Kasser, 2002, s. 14) vedli rozsáhlý výzkum, který přinesl podobné výsledky. Studovali rozmanitou skupinu čítající přes 700 dvanácti až dvacetiletých účastníků žijící na severu New Yorku. Ve srovnání s nematerialistickými adolescenty měli ti se silnou materialistickou orientací častěji problémy s pozorností, měli

neobvyklé myšlenky a chování, izolovali se od společnosti, byli přesvědčeni, že ostatní mají zlé úmysly, měli obtíže s emocionálním vyjádřením a kontrolou impulzů. Buď se lidem vyhýbali, nebo naopak na nich byli přehnaně závislí, snažili se nadměrně kontrolovat mnoho aspektů v jejich prostředí a jednali s lidmi pasivně-agresivním způsobem.

9.1 Manipulace a touha po obdivu

V interpersonálních vztazích bývá materialismus spojován s tendencemi využívat druhé a manipulovat jimi ke zvýšení vlastního statusu, image nebo osobního zisku. Toto „instrumentální přátelství“ (Schwartz, 1994) lze přirovnat spíše k obchodním vztahům, které jsou založeny na rozumové kalkulaci o nákladech a ziscích. Více materialističtí lidé se zajímají o druhé do té míry, do jaké jim pomáhají dosáhnout žádoucích cílů. Jejich zájem je tedy podmíněný: budou se stýkat s druhými jen potud, pokud budou pro ně druzí užiteční nebo pokud jsou prostředkem pro dosažení jejich vlastních vnějších aspirací. Tento postoj se také odráží v jejich chladném chování ve vztahu k druhým, zvýšenou mírou cynismu, narcisismu a psychopatického chování. Velmi podobné projevy jsou příznačné rovněž pro osobnostní rys, který je označován jako „machiavelismus“. Od publikování knihy *Vladař* v roce 1532 je jméno italského politika, diplomata a historika Niccola Machiavelliho spojováno s pragmatickým a cynickým chováním a vypočítavé přizpůsobivosti v mezilidských vztazích. Tradičně je machiavelista ten, kdo přizpůsobuje názory a ovládá a ovlivňuje druhé, aby dosáhl svých vlastních cílů (Výrost a Slaměník, 1998). Lidé, kteří ve studiích dosahují na škále měřící tento rys vysokých hodnot, jsou charakterizováni jako nedůvěřiví, cyničtí, sebestřední a mají tendenci s druhými lidmi manipulovat (McHoskey, Worzel a Szyarto, 1998).

Ve studii (McHoskey, 1999), která zjišťovala u vysokoškolských studentů vztahy mezi orientací na vnitřní a vnější cíle a rysy machiavellismu (MACH-IV, Christie a Geis, 1970), vyplynulo, že zatímco vnitřní cíle (rodina, potřeba sounáležitosti a sociálního citění, sebeláska) korelovaly negativně s rysy machiavellismu, snaha o dosažení *finančního úspěchu* (Deci a Ryan 1985a, 1987; Ryan, 1995; Ryan et al., 1996) s těmito rysy vykazovala pozitivní vztah. Studenti, kteří zdůrazňovali materialistické hodnoty (resp. finanční úspěch), vykazovali vyšší stupeň odcizení, spojený se sociální izolací, pocity nicoty (život postrádá smysl) a bezmoci, a současně také nedostatek sociálního citění. Vztahy s druhými lidmi pro ně byly úspěšné pouze do té míry, pokud jim pomáhaly dosáhnout materialistické cíle.

Sociální kritikové a psychologové rovněž tvrdí, že konzumní kultura vychovává narcistické osobnosti tím, že zaměřuje jednotlivce na glorifikaci konzumu. Jako narcisté jsou v psychologii označovány osoby, které zakrývají vnitřní pocit prázdnoty a spornou vlastní cenu grandiózním zevnějškem, které se vychloubají vlastní důležitostí. Narcisté jsou typicky marniví, očekávají zvláštní zacházení a obdiv od ostatních a mohou být manipulativní a nepřátelští k ostatním.

Kasser a Ryan (1996) v jedné ze studií věnované zkoumání vztahu materialismu a pocitu pohody u vzorku 192 vysokoškolských studentů z University of Rochester rovněž proto zjišťovali narcistické tendence účastníků. Účastníci se silnými materialistickými tendencemi se umístili vysoko v měření narcisismu. Souhlasili s takovým prohlášením jako „Jsem schopnější než jiní lidé“, „Rád přicházím s novou módou“, „Přál bych si, aby jednoho dne někdo napsal moji biografii“ a „Dokáži přesvědčit každého, aby věřil čemukoliv, co chci já“. Touha narcistických jednotlivců po vnějším potvrzení se shoduje podle autorů s konceptem materialistických (vnějších) cílů (Kasser a Ryan, 1993), které jsou zaměřeny na dosažení uznání a pochvaly od druhých lidí.

9.2 Sebemonitorování a sebeprezentace

Materialistická orientace může odrážet také způsob, kterým materialisticky zaměřeni jedinci průběžně kontrolují své chování v interpersonálních vztazích. Podle Snydera (1979) jsou někteří lidé ve svém chování značně závislí na *situačních* požadavcích. Chtějí se chovat v každé situaci vhodně a přiměřeně. Svě chování, které neustále sledují, se snaží uvést do souladu s požadavky dané situace. Snyder zde hovoří o **vysokém stupni sebemonitorování**. Jedinci, kteří se naopak snaží své chování uvést do maximálního souladu se svými vnitřními stavy, názory a postoji, mají podle Snydera **nízký stupeň sebemonitorování**. Tito lidé vykazují vyšší míru konzistence mezi svými názory, postoji a chováním než lidé s vysokým stupněm sebemonitorování. Jedinci s *vysoce rozvinutým sebemonitorováním* jsou více citliví vůči sociálním informacím indikujícím, že je určité chování ne/vhodné nebo ne/žádoucí. Tito lidé preferují tvar či formu před funkčností, značku před kvalitou, symboly prestiže, statusu atp. před morálními hodnotami. Věci pro ně mají především symbolickou hodnotu – symbolizují jejich prostřednicím druhým lidem, kým sami jsou. Podobně materialisticky orientovaní jedinci preferují věci, jež lze konzumovat veřejně (Richins, 1994a) a které mají spíše veřejný než subjektivní smysl. Snyder a DeBono (1985) ve své studii zjistili, že jedinci s vysokým stupněm sebemonitorování, spíše než ti, kteří vykazovali nízký stupeň

sebemonitorování, například preferovali reklamy zaměřené na produkty zvyšující image než na kvalitu produktů. Byli také ochotni za tyto produkty utratit více peněz. Pro materialisty jsou takové produkty známkou a poselstvím druhým o tom, jak úspěšní v životě jsou (Fournier a Richins, 1991; Richins a Dawson, 1992).

Beverly A. Browneová a Dennis Kaldenberg (1997) zkoumali u vzorku 387 vysokoškolských studentů vztah mezi materialismem, jako komunikací vlastní hodnoty, a sebemonitorováním. Použili Škálu sebemonitorování (*Self-Monitoring Scale*; Snyder, 1987) a dotazník materialismu (*Material Values Scale*, Richins a Dawson, 1992). Výsledky ukázaly, že respondenti s vyšší mírou sebemonitorování jsou více materialističtí.

Proces sebemonitorování úzce souvisí s procesem **sebe prezentace** – regulováním a kontrolou informací o sobě a druhých. K tomu je třeba kontrolovat a řídit své vystupování před druhými lidmi. Sebe prezentace může nabývat různých podob, nejčastěji je určena dvěma třídami sebe prezentáčnických technik - *defenzivních* a *asertivních* (např. Schlenker, 1980, Christopher a Schlenker, 2004). Cílem používání sebe prezentáčnických technik je vyvolat žádoucí dojem o své osobě. *Defenzivní* (obránné) *sebe prezentace* slouží k ochraně ohrožené identity, zatímco *asertivní sebe prezentace* jsou spojovány s utvářením nebo rozvojem identity nové. Mezi obranné taktiky patří např. vymlouvání se, ospravedlnění, omluvy, znevýhodňování. Asertivní technikou sebe prezentace může být zastrašování, zavděčování se, prosazování se. Christopher a spolupracovníci (Christopher et al., 2005) zjistili, že materialisté mají sklon vyhýbat se sebe prezentáčnickým stylům, jež by je mohly uvést do situace, kterou nemohou dostatečně kontrolovat. Více materialističtí jednotlivci jsou více nejistí a vyhýbají se prezentaci své nízké sebedůvěry, používají lichotky a pokoru, aby skryli své slabosti a bezmocnost.

Motivace, která je vedena touhou po materiálních statcích a penězích (Kasser a Ryan, 1993), snižuje u materialistů pocit spokojenosti a vede k horšímu psychickému zdraví (Kasser, 2002). Christopher a Schlenker (2004) předpokládají, že částečně je za tyto pocity odpovědný přehnaný zájem materialisticky orientovaných jedinců o to, jak se jeví ostatním lidem. Jejich hlavním zájmem je snaha o dosažení pozitivního hodnocení ze strany druhých a vyhnutí se negativnímu hodnocení. Ve výzkumu se vzorkem 277 vysokoškoláků Christopher a jeho spolupracovníci (Christopher et al., 2007) zkoumali vztah mezi materialismem a typy sebe prezentáčnických taktik. K měření autoři použili dotazník sestávající ze seznamu 80 adjektiv, ve kterém respondenti uvádí míru, do jaké by chtěli nebo nechtěli vypadat před druhými lidmi a jakým způsobem by se chtěli prezentovat. Napříč dvěma studii bylo zjištěno, že

materialističtí jedinci se spíše snažili vyhnout určitému dojmu, než aby chtěli nějaký konkrétní dojem vytvořit. Zvláště pak nechtěli působit jako bezmocní a potřební pomoci druhých a nepotřebovali se druhým zavděčit. Snahou tedy bylo vyhnout se takovým sebeprezentačním taktikám, při nichž se jedinec dostává do podřízené pozice, případně do pozice, kdy nemůže uplatnit svoji moc. Materialisté preferují sebeochraňující strategie (defenzivní taktiky), mají tedy tendenci ochraňovat svoji identitu více, než méně materialističtí jedinci.

9.3 Vyhýbání se negativním zkušenostem

Todd B. Kashdan a William E. Breen (2007) v jedné ze svých studií zkoumali, jakou roli hraje vyhýbání se negativní zkušenosti (*experiential avoidance*) ve vztahu mezi materialismem a pocitem osobní pohody. Vyhýbáním se negativní zkušenosti se jednotlivci snaží eliminovat své negativní myšlenky, nepříjemné duševní i fyzické pocity. Studie zkoumala vztah materialismu k různým dimenzím kvality života, a zda vyhýbání se negativní zkušenosti tyto vztahy zprostředkovává. Podle výsledků předchozích výzkumů materialistické hodnoty pozitivně korelují s negativními emocemi, a naopak mají záporný vztah k potřebám přináležení, autonomie, kompetence, a také vděčnosti a pocitu smyslu života (Kasser, 2002). Tendence kontrolovat a vyhýbat se nepříjemným zkušenostem vede k úzkosti, chronickým bolestem, nezdravým návykům, poruchám přijímání stravy, sebepoškozování a řadě psychologických a sociálních dysfunkcí (Hayes et al., 2006) a zabraňuje prožívání pozitivních zkušeností a událostí v každodenním životě. Studie potvrdila, že materialistické hodnoty pozitivně korelovaly se sociální anxiétou, depresí a negativními emocemi. Tyto vztahy byly zprostředkovány vyhýbáním se negativní zkušenosti. Negativní vztah byl zjištěn zejména u těch dimenzí kvality života, které reprezentují nematerialistickou hodnotovou orientaci, včetně rozvíjení významných a smysluplných vztahů s druhými lidmi (vztažnost), zvládnání požadavků kladených na jedince okolím (kompetence), schopnosti jednat v souladu s vlastními zájmy a hodnotami (autonomie).

Více materialisticky orientovaní jedinci hodnotí sami sebe a druhé podle množství majetku a peněz (Kasser, 2002; Sirgy, 1998). Lze říci, že jejich životy jsou naplněny neustálým hodnocením. Snaží se vyhýbat nežádoucím dojmům o sobě a naopak utvářet o sobě pozitivní obraz v očích druhých (Christopher et al., 2007). Tendence nadměrně kontrolovat a vyhýbat se nepříjemným zkušenostem (např. neúspěchu, odmítnutí, ztrátě), myšlenkám a nepříjemným smyslovým či fyzickým pocitům však může mít negativní sociální i

psychologické důsledky. Čas a energie, kterou materialisté věnují zvládnání, kontrole a vyhýbání se negativnímu hodnocení událostí v jejich životě, jim brání ve sledování jiných významných a smysluplných životních cílů a plném prožívání života. Jedinci, kteří se straní takovým zkušenostem, nejsou ochotni zabývat se vlastními negativními myšlenkami, pocity nebo tělesnými počitky a strategicky se vyhýbají situacím, které by mohly negativní zkušenosti a prožitky s sebou nést.

10 Vlivy kultury

Hodnoty a životní cíle jednotlivců odrážejí, alespoň částečně, ekonomické a kulturní systémy, ve kterých žijí. Mnoho autorů ve shodě s tímto tvrzením uvádí, že řada hodnot a cílů, které jsou pro lidi důležité, jsou závislé na měnících se ekonomických a společenských podmínkách a varíují tak od epochy k epoše a od kultury ke kultuře. Relativní izolace jednotlivých kultur umožňovala po celém světě rozvíjet rozmanité vzorce životních hodnot. Během posledních desetiletí však ekonomiky, založené na tržním systému, překročily různé politické a geografické hranice. Taková změna vyvolala otázku, zda a jak jsou v měnících se ekonomických podmínkách hodnoty a cíle spojené s tržní ekonomikou asimilovány jejich obyvateli a jak tyto cíle a hodnoty v těchto kulturách ovlivňují kvalitu života jednotlivce.

Výzkum ukazuje, že materialismus pozitivně koreluje s individualismem a negativně s kolektivismem (Wong, 1997; Clarke a Micken, 2002). Spojení mezi materialismem a individualistickou kulturou nalezneme v definici materialismu jako „kulturního systému, ve kterém materiální zájmy neslouží jiným společenským cílům“ (Mukerji, 1983, s. 8). Přesto například Wongová (1997) zjistila, že míra individualismu amerických vysokoškoláků nesouvisela s jejich materialismem, a to i přesto, že byl zjištěn významný negativní vztah mezi kolektivismem a materialismem. Podobně v jiné studii (Clarke a Micken, 2002) byli vysokoškolští studenti ze dvou nejvíce individualistických zemí (USA a Austrálie; Hofstede a Hofstede, 2007, s. 68) více materialističtí než studenti z mírně individualistické země jako je Mexiko, přičemž nejvíce materialistická byla Francie. Wongová, Rindfleisch a Burroughs (2003) zjistili, že individualismus pozitivně koreloval s materialismem u vzorku dospělých účastníků studie z USA, Thajska, Japonska, Koreje a Singapuru.

Hodnoty, které převažují v dané kultuře, ovlivňují hodnoty jednotlivce, kterým se v průběhu svého života učí. Je však třeba také říci, že individuální struktura hodnot se může lišit od struktury hodnot dané kultury (Schwartz, 1992). V Každé kultuře jsou někteří jedinci spíše individualističtí a někteří spíše kolektivističtí.

10.1 Rozdílná zjištění v individualistické a kolektivistické společnosti

Turecko

Jedny z raných prací o materialismu rozpoznaly důležitost mezikulturních rozdílů (Ger a Belk, 1996, 1999). Ve výzkumu, jehož součástí byla modifikace a rozšíření škály materialismu (Belk, 1985) a jehož se zúčastnilo více jak 400 respondentů z USA, Francie,

Německa, Velké Británie a Turecka, zjistili Gerová a Belk (1990), že nejvíce materialistický ze všech byl vzorek tureckých respondentů, tj. byl nejvíce *majetnický, závistivý* a ve větší míře měl sklon *zhmotňovat své zážitky*. Současně se však turecký vzorek umístil nejnižší na škále *nešlechtnosti*. Důvod toho, že Turkové jsou ochotni podílet se o svůj majetek (jsou nejméně *nešlechtní*) a současně jsou nejvíce materialističtí, vidí autoři v kolektivistickém charakteru této společnosti. Kolektivistické kultury přikládají větší důležitost společným cílům než kultury individualistické a proto účastníci z Turecka jsou ochotni sdílet svůj majetek s druhými. Na druhou stranu bylo překvapivě zjištěno, že právě tito účastníci byli nejvíce materialističtí, neboť materialismus je spojován s individualismem. Gerová a Belk nabízejí vysvětlení, že v tomto případě je pro Turky, jako členy spíše kolektivistické společnosti (Hofstede a Hofstede, 2007), důležitější bohatství a vlastnictví rodiny než jednotlivce. Podle Gerové a Belka (1990) samotné vlastnění materiálních statků a vědomí toho, že jiní lidé také vlastní hmotný majetek nebo finanční prostředky, nemusí nutně vést k materialismu. Teprve srovnávání svých vlastních prostředků a vlastnictví s majetkem druhých vede člověka k materialismu. Tato srovnání mohou být spojena s latentním pocitem relativní deprivace, úcty (k sobě, zemi, společnosti, nebo k historii), sebeaktualizace a sebeuplatnění. Na historickém pozadí, kdy se po pádu osmanské říše Turecko potýkalo s ekonomickými a politickými problémy a s obtížemi vyrovnat se se svojí minulostí, mohou být materialistické snahy podle autorů spojeny s nedostatkem pocitu důstojnosti a sebeúcty. Majetek a jeho vlastnictví se tak stává kulturně schvalovanou hodnotou. Majetnictví pak jde ruku v ruce se závistí.

Ve svém dalším výzkumu Gerová a Belk (1999) zjistili, že konzumenti v USA, Turecku, Rumunsku a západní Evropě v naprosté většině považují materialismus za negativní rys společnosti. Sami sebe však za materialisty neoznačili, ačkoliv téměř všichni prováděli konzumní praktiky, které jsou již za materialistické označovány. Svě konzumní postoje se spíše snažili omluvit a ospravedlnit. Takové vysvětlení se lišilo podle kultury, ke které účastníci náleželi. Američané mají sklon obhajovat svoji konzumní orientaci na základě *zásluh, zasloužení*: tvrdě jsme pracovali a zasloužíme si tedy užívat pár dobrých věcí v životě. Turkové omlouvali své konzumní chování tím, že to nedělají ani tak pro sebe, jako pro své děti a jiné rodinné příslušníky. Rumunští a turečtí účastníci studie uváděli, že je materialismus „*posilujícím a sebe-povznášejícím vyjádřením kontroly a svobody*“ (Ger a Belk, 1999, s. 63). Rumuni používali srovnání mezi sebou (tj. vlastní zkušenosti pod komunistickou vládou) a zbytkem světa; svůj pocit dlouhodobého strádání užívali jako omluvu. Západní Evropané měli

sklon říkat, že jsou to Američané, kteří jsou omezenými materialisty, protože nevědí, jak utrácet peníze. Oni (západní Evropané) na rozdíl od Američanů mají vkus a vědí, jak utrácet peníze za věci, které za to stojí – cestování, umění, hudbu apod. Tvrdili, že nejde o materialismus, ale o správné utrácení peněz.

Rusko a USA

Ryan s dalšími spolupracovníky (Ryan et al., 1999) provedli mezikulturní výzkum, jehož se zúčastnili univerzitní studenti ze Spojených států a Ruska, které je charakterizováno jako spíše kolektivistická společnost. Autoři se zaměřili na ověření validity konceptů vnitřních a vnějších (materialistických) hodnot či cílů v těchto dvou rozdílných společnostech a na dopady, jež mají na jednotlivce. Celkový vzorek byl tvořen 299 universitními studenty: 80 mužů a 103 žen z Ruska a 47 mužů a 69 žen ze Spojených Států. K měření aspirací byla použita revidovaná škála Kassera a Ryana (1996) sestávající z 12 kategorií aspirací/ životních cílů. Z toho čtyři kategorie aspirací byly a priori specifikovány jako vnitřní – nematerialistické (osobní růst, smysluplné vztahy, veřejná prospěšnost, intelektuálně-estetický růst) a čtyři jako vnější – materialistické (finanční úspěch, atraktivní vzhled, sláva a moc).

U obou výzkumných souborů výsledky potvrdily hypotézu, že čím důležitější jsou pro jednotlivce materialistické cíle, tím méně jsou spokojeni. Tento vztah byl zřejmý zvláště u amerického vzorku, a to jak u mužů, tak u žen. Podobně tomu bylo u ruských účastníků, i když u ruských žen byl tento vztah poněkud slabší. Nebyl také zjištěn pozitivní vztah mezi životní spokojeností a očekáváním pravděpodobného dosažení materialistických cílů. Byly však zjištěny hlavní rozdíly ve vlivu kultury a některé interakce mezi pohlavím a kulturou.

Podle předpokladu byly jak u amerického tak ruského vzorku prioritou vnitřní (tj. nematerialistické) hodnoty. Ženy oproti mužům v americkém vzorku konsistentně přikládaly těmto hodnotám / cílům větší důležitost. Naopak ženy v ruském vzorku konsistentně řadily vnitřní hodnoty níže než ruští muži. Pro ruské i americké studenty byly nejdůležitější vztahy, a to jak pro muže i pro ženy.

Americký vzorek vykazoval vyšší sebeúctu, sebe-aktualizaci a spokojenost se životem než ruský vzorek. Kromě těchto hlavních rozdílů vyšly najevo rozdíly v interakci s pohlavím. U ruských mužů byla zaznamenána vyšší sebeúcta, sebe-aktualizace a spokojenost se životem, než u ruských žen. U amerických žen byla zjištěna větší míra sebe-aktualizace než u amerických mužů.

Ruské ženy řadily důležitost materialistických hodnot a cílů výše než celý americký vzorek i výše než ruští muži. Materialistické aspirace u nich byly spojeny s nižší sebeúctou a sebeaktualizací. Tento vztah se však neodrazil v jejich spokojenosti se životem nebo absencí deprese. Tento výsledek nebyl očekáván, proto podle autorů nešlo o náhodné zjištění a interpretovali ho situací, ve které se ruské ženy (podobně jako ženy v jiných evropských zemích zažívajících ekonomické změny) nacházely: ekonomické změny související s přechodem na tržní ekonomiku byly v Rusku podle dostupných analýz doprovázeny trendem stoupající nerovnosti pohlaví, resp. zhoršení finanční situace žen. Ruské studentky na rozdíl od amerických možná proto rovněž méně očekávaly, že v budoucnu dosáhnou všech svých cílů (materialistických i nematerialistických). Pro tuto skupinu také byly nejméně důležité nejen materialistické, ale také nematerialistické cíle. Konečně ruské ženy v celém vzorku vykazovaly nejnižší úroveň spokojenosti se životem, sebeúcty a sebeaktualizace. To vše nasvědčovalo tomu, že čelí zvláště obtížnému období ve svém životě. Nicméně nebyl u vzorku ruských účastnic zjištěn žádný pozitivní vliv materialistické hodnotové orientace na kvalitu jejich života

Hodnocení důležitosti životních cílů bylo podobné u obou vzorků, ruského i amerického, u žen i mužů. Vnitřní aspirace se umístily na vrcholu seznamu priorit, což podporuje myšlenku, že dosahování vnitřních cílů přispívá k naplnění základních psychologických potřeb a že tedy přes kulturní diverzitu existují univerzální potřeby, které jsou důležité pro subjektivní kvalitu života (Ryan a Deci, 2000).

Čína

Čína je dnes považována za jednu z hospodářských velmocí světa. V posledních třiceti letech prošla důležitými společenskými změnami, doprovázenými rychlým ekonomickým rozvojem a zejména v 90. letech minulého století spojeným s pronikáním konzumního stylu života, který se šířil za pomoci masových médií a množství reklamy (Zhou a Belk, 2004). Současně je Čína kolektivistickou společností s hluboce zakořeněnými tradičními hodnotami konfuciánského učení, které kladou důraz na vzdělanost, službu, loajalitu a důvěrnost, a kdy povinností jednotlivce je sladit zájmy se zájmy společnosti. V neposlední řadě je přes řadu reforem zemí s komunistickým režimem.

Kara Chanová ve dvou studiích (2003, 2005) zkoumala u čínských dětí, zda a do jaké míry zastávají materialistické hodnoty a jaké faktory přitom působí. Vycházela ze skutečnosti, že čínské děti jsou vystaveny současně vlivu 1) levicových hodnot komunistické Číny, které

vyzdvihují hodnotu rovnosti, kladou důraz na kolektivismus a odpovědnost společnosti před odpovědností jednotlivce, 2) konfuciánských hodnot a 3) materialistických hodnot. Tyto dvě studie jsou zajímavé rovněž tím, že její účastníci pocházeli z dvou poměrně odlišných prostředí komunistického Pekingu a Hong Kongu, který byl až do roku 1997 pod správou Velké Británie a ústavou mu je zaručena na 50 let vysoká politická a ekonomická nezávislost na Čínské lidové republice.

Studie se zúčastnilo 246 dětí z Hong Kongu a 256 dětí z Pekingu ve věku 6 - 13 let. V obou souborech byli téměř rovnocenně zastoupeni chlapci i dívky. Materialismus byl měřen 15-položkovou škálou, která obsahovala tvrzení jako např. „Byl/a bych šťastnější, kdybych měl/a hezčí věci“, „Když něco chci, obvykle to dostanu“, „Je lepší mít větší kapesné“, „Rád/a se srovnávám s kamarády, abych viděl/a, kdo dostal nejlepší věci“, „Kamarádi mě mají rádi, protože mám senzační hračky“. Na 5-bodové škále děti uváděly, nakolik s tvrzením souhlasí (1 = velmi nesouhlasím, 5 = velmi souhlasím).

Výsledné skóre na škále ukázalo, že děti z Hong Kongu inklinují k některým materialistickým hodnotám. Skóre materialismu dosáhlo průměrné hodnoty 3,1 na pětibodové škále. Účastníci by byli šťastnější, kdyby měli větší kapesné a toužili po věcech, které se líbí ostatním dětem. Na druhou stranu by svým kamarádům nezáviděli jejich věci a hračky, přestože po nich sami touží, a přátelství nedávají do souvislosti s majetkem. Dívky byly stejně tak materialistické jako chlapci, žádné významné vlivy pohlaví na materialismus nebyly zjištěny. Podle autorky je tomu tak možná proto, že chlapci a dívky v Hong Kongu mají stejné cíle, pokud jde o „dobrý“ život.

V souladu s předpokladem Johnové (1999), že mladší děti mají tendenci posuzovat hodnotu věcí na základě vnějších atributů jako je například kvantita, nejvíce materialistické byly v této studii nejmladší děti. Oproti jejímu tvrzení však i tyto malé děti chápaly sociální význam a významnost majetku. To, co odlišuje tuto skupinu od dětí starších, je silné spojení majetku a přátelství. Menší děti měly za to, že mají rády své kamarády kvůli jejich majetku a naopak, jejich kamarádi je měli rádi, protože měly pěkné hračky

Ve srovnání s čínskými dětmi z Honkg Kongu byly pekingské děti méně materialistické, méně toužily po větším kapesném, nejnovějších a nejlepších věcech, a méně by chtěly věci, které mají jiné děti. Dvanáct z patnácti tvrzení na škále dosáhlo nižšího skóre než 3, průměrné celkové skóre na škále činilo 2,4 (z možných 5). Výsledek naznačuje, že čínské děti jen málo inklinují k materialistickým hodnotám. Avšak při kontrole pohlaví a věku se ukázalo, že chlapci z Pekingu byli přece jen o něco více materialističtí než dívky a více toužili po nových

a lepších věcech. Také více vnímali vztah mezi přátelstvím a věcmi a byli více závistiví. Autorka studie připisuje toto zjištění rolím, které zastávají muži a ženy v tradiční čínské společnosti a které jsou také zobrazovány v čínských médiích a reklamě (Chan, 2003). V té souvislosti Chanová na základě předchozích výzkumů (např. Buijzen a Valkenburg, 2003; Churchill a Moschis, 1979) také zkoumala, zda materialismus dětí souvisí se sledováním televize. Studie však takový vztah neprokázala. Podle Chanové mají čínské dětské televizní programy především edukativní ráz, což reflektuje důraz a význam, který konfucianismus přikládá vzdělání. Odráží se zde i centrální regulace médií a kontroly nad nimi. Navíc skromnost, která je vlastní filosofii konfucianismu, je v rozporu s materialistickými hodnotami. Rodiče dětí ve věku 6 až 14 let mají vůči televizní reklamě, a zvláště k reklamě zaměřené na dětské diváky silně negativní vztah a snaží se před jejich účinky své děti chránit.

10.2 Rozdílné cíle ve dvou individualistických společnostech

Podle sebedeterminační teorie mají všichni lidé vrozené psychologické potřeby, na jejichž uspokojení závisí míra životní pohody (Ryan, 1995). Své potřeby lidé uspokojují skrze hodnoty a životní cíle, z nichž některé přispívají k uspokojení potřeb více než jiné. Některé cíle mají v různých kulturách také různé významy. Například cíle spojené s konformitou mohou v jedné kultuře (zejména východní) znamenat integraci do komunity nebo širší společnosti, zatímco v jiné kultuře (zejména západní) představovat ztrátu autonomie (Schmuck, Kasser a Ryan, 2000). Gerová a Belk (1996) v mezikulturní studii zjistili, že zatímco američtí účastníci měli sklon vidět materialismus jako slabost, rumunští a turečtí účastníci viděli materialismus jako vyjádření kontroly a svobody. Některé cíle napříč všemi kulturami souvisí s vyšší nebo nižší kvalitou života, protože vedou k většímu či menšímu uspokojování základních psychologických potřeb. Některé cíle v různém kulturním kontextu naopak odlišně přispívají k uspokojování těchto potřeb. Tento předpoklad ověřovali Schmuck, Kasser a Ryan (2000) u vzorku 83 univerzitních studentů z Německa a 125 univerzitních studentů z USA.

Na základě předchozích zjištění (Kasser a Ryan, 1993; 1996) očekávali výzkumníci, že struktura hodnot bude napříč oběma kulturami – USA a Německem – podobná, tedy že v obou kulturách jsou životní cíle uspořádány na dimenzi vnějších a vnitřních cílů. Současně autoři předpokládali, že sledování a dosahování vnitřních a vnějších cílů bude mít na životní pohodu, štěstí a spokojenost respondentů v obou zemích podobný účinek. Jednotlivci uvnitř

obou skupin – německé a americké, budou více preferovat vnitřní cíle, které mají přímý pozitivní vliv na životní spokojenost a štěstí.

USA a Německo jsou zeměmi ekonomicky vyspělými, s demokratickým zřízením. Německo je etnicky homogennější a méně individualistickou kulturou, ve které navíc v 90. letech minulého století proběhly poměrně zásadní společenské a politické změny. Spojené státy jsou konzumní kulturou, ve které jsou její členové vystaveni velkému vlivu reklamy a médií a všeobecnému přesvědčení (mýtu o Americkém snu), že bohatství a status jsou pro dobrý a šťastný život důležité. Výzkumníci proto předpokládali, že američtí studenti budou přikládat vnějším cílům větší důležitost a naopak pro německé účastníky budou důležitější vnitřní cíle.

Materialismus byl měřen Škálou aspirací (*Aspiration Index*; Kasser a Ryan, 1993, 1996), ve které účastníci řadili podle důležitosti sedm různých typů cílů: sebezpřijetí (tj. osobní růst a možnost volby), afiliaci (tj. intimita, blízké vztahy), společenskou prospěšnost (tj. pomáhat, aby svět byl lepší), fyzickou zdatnost (tj. být zdravý), finanční úspěch (tj. mít majetek a být bohatý), atraktivní vzhled (tj. dobře vypadat) a společenské uznání (tj. být oblíbený a obdivovaný). Současně měli účastníci uvést, nakolik je pravděpodobné, že tohoto cíle dosáhnou. K odpovědím byly použity 5-položkové škály likertovského typu. Osobní pohoda byla měřena pěti různými škálami, které se týkaly sebeaktualizace, míry deprese a úzkosti a přítomnosti fyzických příznaků zdravotních problémů.

Z výsledků faktorové analýzy vyplynulo, že uspořádání cílů v obou kulturách je identické a v obou kulturách byly identifikovány stejné vnější (finanční úspěch, image a popularita) a vnitřní cíle (sebezpřijetí, blízké vztahy-afiliace, společenská prospěšnost, fyzické zdraví). Pro americké i německé účastníky byly shodně důležitější vnitřní cíle a také s větší pravděpodobností očekávali, že jich dosáhnou. Němečtí studenti, kteří se umístili na škále vnitřních cílů nejvýše, uváděli rovněž větší psychickou pohodu než ti, kteří preferovali vnější cíle. Toto zjištění replikuje předchozí výzkum v USA (Kasser a Ryan, 1993, 1996) a podporuje myšlenku, že lidé se soustředí na vnitřní cíle, protože tyto cíle reflektují univerzální vrozené psychologické potřeby a jejich dosahování přispívá k jejich uspokojení a tedy k životní spokojenosti.

Jak autoři předpokládali, němečtí studenti byli o něco méně orientováni na vnější cíle než američtí studenti, více preferovali osobní růst, možnost volby (sebe-přijetí) a fyzické zdraví. Nebylo však zjištěno, že by byli celkově významně více orientováni na vnitřní cíle, jak se předpokládalo.

Pro americké účastníky byly cíle společenského uznání a finančního úspěchu důležitější než pro německé účastníky. Byli rovněž optimističtější ve svých vyhlídkách na dosažení finančního úspěchu. Důležitost, kterou přikládali materialistickým cílům, podle autorů reflektuje vyšší míru individualismu americké společnosti a její vysokou konzumní kulturu, v níž status a usilování o dosažení bohatství jsou nejen schvalovány, ale také podporovány. Pouze pravděpodobnost dosažení cílů spojených s atraktivním vzhledem byla vyšší u německého vzorku respondentů. Podle autorů zde existuje možná souvislost s jejich orientací na dosažení cíle fyzického zdraví, o který současně usilují.

Kulturní vliv se však projevil překvapivě také v odlišnosti vnitřních cílů, kterým obě skupiny přikládaly větší důležitost. Pro americké studenty byly důležité vnitřní cíle týkající se prospěšnosti širší komunity a celé společnosti. Oproti tomu německý vzorek považoval za důležitější cíle týkající se blízkých vztahů a rodinného života (cíle afiliace). Autoři si tento rozdíl vysvětlují jako důsledek společenských změn, k nimž došlo v 90. let v období sjednocení tehdy Německé demokratické republiky a Německé spolkové republiky, a přílivu imigrantů, která přišla po „pádu železné opony“. Němci jsou proto obezřetní v tom, komu pomáhají, a nejsou si jisti, kdo je členem jejich komunity a kdo není.

Bez ohledu na výše uvedené rozdíly vysoká pravděpodobnost dosažení vnitřních cílů významně pozitivně korelovala s celkovou spokojeností se životem a sebeaktualizací a významně negativně korelovala s úzkostí a fyzickými obtížemi.

11 Materialismus jako společenská hodnota: Ronald F. Inglehart

V předchozích kapitolách jsem se věnovala teoriím materialismu, jeho měření a zkoumání z hlediska konzumního chování a účinkům materialismu na kvalitu života jednotlivce. V této kapitole se věnuji teorii Ronalda Ingleharta, který měří komplexní, multidimenzionální povahu materialismu. Na rozdíl od předchozích autorů nepostihuje individuální rozdíly v intenzitě materiálních hodnot, ale soustředí se na mezikulturní srovnání hodnot a analýzu příčin jejich změn vyvolaných komplexními celospolečenskými procesy, ke kterým dochází v industriálních společnostech.

V roce 1971 ve své práci *The silent revolution in Europe: International change in post-industrial societies* americký politolog Ronald Franklin Inglehart formuloval pojem tzv. „*tiché revoluce*“. Podle něj dochází v ekonomicky vyspělých společnostech západní Evropy k transformaci, která je výsledkem měnících se podmínek, jež mají vliv na socializaci stávajících generací a mění jejich základní hodnotovou orientaci. K této proměně dochází v důsledku dlouhodobého hospodářského růstu po 2. světové válce. Na datech z výzkumu politických hodnot z roku 1970, který byl proveden v šesti západních evropských zemích, ukázal, že mladí Evropané mají jiné hodnoty než jejich rodiče (Inglehart, 1971). Do té doby převládající hodnoty zdůrazňující bezpečí a ekonomické zajištění začaly být nahrazovány hodnotami orientovanými na lidskou pospolitost, individuální seberealizaci a kvalitu života.

Inglehartova koncepce změny hodnot vyvolala v západních společenských vědách, zejména v sociologii a politologii, značný ohlas. Dodnes jeho práce patří mezi klíčové analýzy soudobé společnosti.

11.1 Koncept materialismu / postmaterialismu

Ekonomický růst, ke kterému došlo v období po 2. světové válce, spolu se vznikem sociálního státu (*welfare state*) přinesl ve vyspělých industriálních společnostech zásadně nové podmínky. Poválečné generace strávily svá formativní léta v podmínkách prosperity a nově vzniklý sociální stát posílil jejich pocit jistoty a bezpečí. Díky měnícím se ekonomickým podmínkám dochází podle Ingleharta současně k mezigenerační změně hodnot, která postupně transformuje politiky a kulturní normy vyspělých industriálních společností. Základní Inglehartovou tezí je, že posun západních společností do postindustriální vývojové fáze s sebou musí nutně přinášet i změnu hodnotových priorit, kterou konceptualizuje jako *posun od hodnot materialistických k hodnotám postmaterialistickým* (Inglehart, 1971, 1997).

Příčiny spočívají podle jeho teorie v celé řadě socioekonomických změn včetně výrazného nárůstu vzdělanostní úrovně západních populací, změn v profesních strukturách a rozvoji komunikačních prostředků.

Tyto společnosti se začaly posunovat na nové trajektorii, kterou Inglehart (1997) popisuje jako „postmodernizaci“. Předpokládá, že ekonomický rozvoj přináší posun na společenské úrovni – od maximalizace ekonomického růstu k maximalizaci štěstí – a současně přináší proměny v hodnotové orientaci (Inglehart, 1997). Změna hodnot na společenské úrovni je spojena se změnou hodnot na úrovni jednotlivce: od přikládání priority ekonomické a fyzické jistotě a bezpečí k přikládání priority hodnotám sebevyjádření, které zdůrazňují politickou participaci, svobodu vyjádření a kvalitu života. Vznikající reorientace klade méně důrazu na tradiční kulturní normy, speciálně ty, které omezují sebevyjádření jednotlivce (Inglehart, 1997).

Ve svých pracích rozlišuje Inglehart (1971, 1977) materialistické a postmaterialistické hodnoty. **Materialistické hodnoty**²⁾ souvisejí především s potřebou bezpečí, konkrétně ekonomického zabezpečení a fyzického bezpečí a sociálního řádu. Materialisté podle Ingleharta kladou důraz na stabilní ekonomiku, právo a pořádek a zajištění obrany země, a mají zájem na svém ekonomickém zajištění. **Postmaterialistické hodnoty** souvisejí především s potřebou sebevyjádření a sounáležitosti. Tento termín podle Ingleharta označuje soubor hodnot, které jsou pro jedince důležité až tehdy, když dosáhne materiální (ekonomické) jistoty. Pokud se jim tato jistota zhroutí, pak se navrátí postupně zpět k materialistickým prioritám. Postmaterialisté, jak Inglehart současně vysvětluje, nejsou *ne-materialisté* ani *anti-materialisté*. Nepřikládají ekonomické a fyzické jistotě negativní hodnotu. Hodnotí ji pozitivně, jako každý jiný, ale na rozdíl od materialistů dávají větší prioritu sebevyjádření a kvalitě života (Inglehart, 1997, s. 35). Nejedná se tedy o polaritu hodnot mezi materialismem a postmaterialismem, ale o změnu priorit (Inglehart, 2006).

Za postmoderní proměnou hodnot a jejich posunem k postmaterialistickému pohledu na svět stojí podle Ingleharta mezigenerační obměna hodnot, která je založena na dvou hypotézách: hypotéze nedostatku a socializační hypotéze.

²⁾ Inglehart ve svém článku z roku 1971 používá pro materialistické hodnoty pojem akvizitivní hodnoty (*acquisitive values*) a pro hodnoty postmaterialistické používá termínu post-buržoazní hodnoty (*post-bourgeois values*).

11.2 Teorie změny hodnot

Inglehartova teorie o změně hodnot vychází ze dvou hypotéz: z hypotézy vlivu nedostatku na charakter hodnot (*scarcity hypothesis*) a z hypotézy o stabilitě hodnot v dospělosti (*socialization hypothesis*). Inglehart (1971) předpokládá, že priority jednotlivce reflektují jeho socioekonomické prostředí. Člověk přiřazuje nejvyšší subjektivní hodnotu věcem, kterých má relativní nedostatek (hypotéza nedostatku). Dále předpokládá, že základní hodnoty jednotlivce se utvářejí za podmínek, které převažují v jeho formativním období, tedy během let dospívání (socializační hypotéza).

11.2.1 Hypotéza nedostatku

Při formulaci své první hypotézy vychází Inglehart (1971) z koncepce Abrahama Maslowa (Maslow, 1954) o hierarchii lidských potřeb jakožto základu motivace jednání. Maslow tvrdí, že lidé jednají tak, aby uspokojovali své potřeby, přičemž toto uspokojování se děje v hierarchickém pořadí – vysoká priorita je dáвана uspokojování fyziologických potřeb spolu s potřebou fyzického bezpečí. Teprve později v ontogenezi vznikají potřeby (vývojově „vyšší“, ve kterých se zejména upevňuje vazba jedince na sociální podmínky jeho existence (potřeby přináležení, vztahů s druhými a další). Vývojově nejvyšší jsou „potřeby růstu“ (growth needs), které tvoří komplex organizovaný kolem potřeby seberealizace.

Podle **hypotézy nedostatku** (*scarcity hypothesis*) stojí v centru pozornosti jednotlivců cíle, které pro ně představují v daném čase nejdůležitější neuspokojené potřeby. Poté, co byly tyto potřeby saturovány, zaměřují se jedinci na uspokojení vyšších potřeb. Priority jednotlivce vznikají reflexí konkrétních ekonomických a sociálních podmínek prostředí. Lze tedy očekávat, že období ekonomického dostatku povede k přesunu důrazu na hodnoty postmaterialistické, tedy na hodnoty sebereflexe a seberealizace, a také na hodnoty kvality života v kvalitním životním prostředí. Naopak období ekonomického úpadku by mělo mít efekt zcela opačný a mělo by orientovat jedince na zdůrazňování ekonomické prosperity. Zatímco pro generace, které zažily obě světové války a Velkou krizi, budou důležitější ekonomické a fyzické bezpečí, poválečné generace v západní Evropě budou mít odlišné priority hodnot, neboť vyrůstaly za ekonomicky příznivějších formativních podmínek.

Hypotéza nedostatku současně předpokládá **krátkodobé změny** nebo **vliv periody** (*period effect*): období prosperity vede k růstu postmaterialistických hodnot; ekonomický úpadek a období nedostatku může mít opačný efekt. Existuje řada faktorů, které jsou příčinou takových změn, jež mají vliv na krátkodobé změny v hodnotové orientaci. Inflace, vysoká

nezaměstnanost, vysoká kriminalita, která vede ke zvýšenému zájmu o udržení pořádku, mohou stimulovat materialistické hodnoty. Inlace však má mnohem větší vliv než jiné krátkodobé faktory (Abramson a Inglehart, 1986).

11.2.2 Socializační hypotéza

Vztah mezi socioekonomickým rozvojem a posunem směrem k postmaterialistickým hodnotám však není přímočarý. Tyto hodnoty odrážejí nejen objektivní ekonomickou úroveň, ale jsou formovány také kulturními faktory (Inglehart, 1977). Inglehart proto současně předkládá **socializační hypotézu** (*socialization hypothesis*), podle které mají lidé tendenci uchovat si v průběhu celého svého života v podstatě takovou sadu hodnotových priorit, jakou si vytvořili v průběhu svých formativních let. Poté se mění relativně málo. Různé generace jsou totiž stejnými podmínkami ovlivněny různě. Podle této hypotézy *reflektují hodnoty jedince v dospělosti v podstatě situaci, s níž se vyrovnával před dosažením dospělosti, tedy v klíčových formativních etapách ontogenetického vývoje*. Pak již zůstávají relativně neměnné.

Vzhledem k těmto tvrzením budou k postmaterialistickým hodnotám inklinovat především mladí lidé ze zámožných rodin ze střední třídy, tedy jedinci, kteří prožili formativní období v podmínkách relativního blahobytu. K postmaterialistickým hodnotám budou také inklinovat především vzdělanější mladí lidé. Vyšší vzdělání indikuje ekonomické zajištění, díky kterému mohli rodiče svým dětem dopřát lepší vzdělání, a navíc je předpokladem k získání lukrativnějšího povolání a tím k vyšší míře budoucího ekonomického zajištění. Samotné vzdělání působí jako indoktrinace. Vzdělanější lidé budou více postmaterialisticky orientováni, neboť jsou k těmto hodnotám ve škole vedeni svými učiteli. Díky vzdělání mohou navíc získat další znalosti a dovednosti, které jim umožní přijímat nové hodnoty a ideje (Inglehart, 1977).

11.2.3 Střídání generací: změna hodnot ve společnosti

Hypotéza nedostatku a socializační hypotéza vedou Ingleharta (1971, 1977) k dalším předpokladům. Za prvé, zatímco hypotéza nedostatku předpokládá, že prosperita přispívá k šíření postmaterialistických hodnot, socializační hypotéza předpokládá, že k podstatné změně hodnot dochází postupně. K této změně dochází z velké míry, když mladší generace nahrazují v populaci generace starší. Do svého modelu tak zasazuje další faktor – **účinek kohort** (*cohort effect*).

Po období, během kterého se zvyšuje ekonomické a fyzické bezpečí, bychom měli tedy podle Ingleharta nalézt podstatný rozdíl mezi prioritami hodnot starších a mladších kohort (generací), protože členové obou kohort byli ve svých formativních letech utvářeni za rozdílných podmínek a zkušeností. Dochází tak k závěru, že díky přetrvávajícímu období prosperity bude ve společnosti docházet ke zvyšování míry postmaterialistických hodnot. Nikoliv však v důsledku změny hodnot dospělých jedinců, ale v důsledku střídání generací, když ve společnosti zaujme v dospělé populaci skupina později narozených místo dříve narozených. Protože však vztah mezi socio-ekonomickými podmínkami a převládajícími hodnotami není okamžitý, tato hypotéza předpokládá **dlouhodobé změny** v hodnotové orientaci (Inglehart, 1985, 1990, 1997).

Alternativní interpretací rozdílů v zastoupení hodnotových typů mezi jednotlivými věkovými kohortami je *účinek životního cyklu*, který spočívá v tom, že z různých příčin jsou mladší věkové kohorty postmaterialističtější než starší věkové kohorty. Díky svému idealismu a romantismu jsou mladí méně realističtí než dospělí (Rabušic, 1990). Jak však stárnou, přebírají materialistické tendence typické pro starší kohorty. I když Inglehart nevylučuje, že na změně hodnot ve společnosti se tento faktor podílí, nicméně s ním ve své teorii nepracuje a zdůrazňuje především vliv periody a účinek střídání věkových kohort.

11.3 Operacionalizace materialismu / postmaterialismu

Inglehart podpořil své hypotézy řadou empirických výzkumů. Pro tento účel vyvinul instrument, který měří hodnotovou orientaci respondentů. K měření materialistických a postmaterialistických hodnot Inglehart postupně vyvinul dvě verze dotazníku.

11.3.1 První verze dotazníku (1970)

První verze Inglehartovy baterie, která byla použita ve výzkumu v roce 1970, sestává ze čtyř cílů, z nichž respondenti vybírají dva, o kterých si myslí, že jsou důležité pro společnost (Inglehart, 1971).

V první verzi zněla položka dotazníku zjišťující hodnoty takto: „Kdybyste musel/a volit mezi následujícími alternativami, kterou byste označil/a za nejvíce žádoucí? Který z cílů by byl druhý nejdůležitější?“

- 1) Udržování řádu v zemi.
- 2) Aby lidé mohli více mluvit do důležitých politických rozhodnutí.

- 3) Boj proti zvyšování cen.
- 4) Ochrana svobody projevu.

Cíle vyjadřují různé hodnoty. “Udržení pořádku” (č. 1) a “boj proti růstu cen” (č. 3) jsou indikátory materialistických hodnot a naopak znaky “občanské společnosti” (č. 2) a svoboda projevu (č. 4) jsou hodnoty postmaterialismu. Vybere-li respondent z těchto cílů 1. a 3., tj. klade-li hlavní důraz na udržování řádu a na boj s inflací, je klasifikován jako *materialista*. Vybere-li 2. a 4. alternativu, tj. zdůrazňuje-li především možnosti větší politické participace a svobodu projevu, je klasifikován jako *postmaterialista*. Vybere-li některé jiné kombinace cílů, je klasifikována jeho hodnotová orientace jako “*smíšená*” (tj. smíšená z hodnot materialistických i postmaterialistických).

Pro výpočet distribuce hodnot ve společnosti používá Inglehart tzv. „*index procentuálních rozdílů*“ (PDI, *Percentage Difference Index*), tedy jako rozdíl procentuálního podílu postmaterialistů a materialistů (% postmaterialistů - % materialistů).

11.3.2 Druhá verze dotazníku (1973)

V roce 1973 Inglehart (1977) rozšířil svůj dotazník a vyvinul dvanáctipoložkovou baterii. Pět položek této baterie měří postmaterialistické hodnoty, ostatní položky měří hodnoty materialistické nebo jsou víceznačné. Ve výzkumech se tato baterie předkládá ve třech čtyř-položkových sadách (Rabušic, 2000).

Respondenti, stejně jako v první verzi dotazníku, jsou dotázáni: „Kdybyste musel/a volit mezi následujícími alternativami, kterou byste označil/a za nejvíce žádoucí? Který z cílů by byl druhý nejdůležitější?“

Postmaterialistické položky:

- 1) Dbát na to, aby lidé mohli více mluvit do rozhodování v práci a ve své komunitě.
- 2) Umožnit lidem, aby mohli více mluvit do důležitých rozhodnutí vlády.
- 3) Ochrana svobody projevu.
- 4) Pokrok k méně neosobní, více humánní společnosti.
- 5) Pokrok ke společnosti, v níž myšlenky platí více než peníze.

Ostatní položky:

- 6) Snažit se zkrášlit naše města a venkov.
- 7) Udržování vysoké úrovně ekonomického růstu.

- 8) Zajištění mocné obranné síly naší země.
- 9) Udržování řádu v zemi.
- 10) Boj s rostoucími cenami.
- 11) Stabilní ekonomika.
- 12) Boj proti kriminalitě.

Procedura: Před respondentem jsou postupně předloženy sady otázek a on má vybrat jednu (na první kartě) nebo dvě (na ostatních dvou kartách), které představují základní priority pro jeho zemi na příštích deset let. Na první kartě jsou položky 1, 6, 7 a 8, na druhém kartě položky 2, 3, 9 a 10 a na třetí kartě zbývající položky (tj. 4, 5, 11 a 12).

Skórování: 0 – 5 podle počtu voleb postmaterialistických hodnot.

Hodnoceny jsou pouze zvolené postmaterialistické hodnoty. Pro výpočet zde Inglehart používá sumovaný index postmaterialismu (*PM index*). U každého respondenta načítá, kolik postmaterialistických položek zvolil (v intervalu <0; 5>). Dále kategorizuje respondenty tak, že ti, kteří nevybrali žádnou postmaterialistickou položku, jsou označeni jako slabí postmaterialisté, ti, kdo v součtovém indexu zvolili tři a více postmaterialistických položek, jsou označeni jako silní postmaterialisté. Index postmaterialismu pak vzniká jako rozdíl mezi procentuálním podílem silných a slabých postmaterialistů (Rabušic, 2000).

11.4 Střídání generací a posun v hodnotách

K ověření své teorie shromáždil Inglehart se svými spolupracovníky postupně velké množství empirického materiálu (např. Inglehart, 1971, 1985, 1990, 1997, 2000, 2008; Abramson a Inglehart, 1986, Inglehart a Baker, 2000; Inglehart a Welzel, 2005). Z velké části se opírá jeho práce o data shromážděná v rámci dvou rozsáhlých projektů - celosvětového výzkumu hodnot *World Values Survey* (WVS) a evropského výzkumu hodnot *European Value Study* (EVS).

Inglehart (1971) své hypotézy ověřoval poprvé v roce 1970 na reprezentativním vzorku šesti zemí západní Evropy – Velké Británii, Francii, Západním Německu, Itálii, Belgií a Nizozemí. Ve všech těchto státech došlo v období po 2. světové válce k rychlému ekonomickému růstu. Prosperita se neprojevila ve změně hodnot všech věkových skupin populace, v každé z těchto zemí se projevíly očekávané rozdíly v hodnotové orientaci mezi generacemi. Generacemi zde rozumí Inglehart věkové skupiny rozdělené po 10 letech (Inglehart, 1971). Čím byla generace starší, tím více byla materialisticky orientovaná.

Celkově převyšovali v roce 1970 materialisté postmaterialisty v poměru 3,4 : 1. Mezi respondenty ve věku 65 let a starší převažovali lidé s materialistickými prioritami nad postmaterialisty dokonce v poměru 12 : 1. Poprvé však tehdy došlo k převaze postmaterialistické orientace u generace narozené po 2. světové válce (věková skupina 15 – 24 let). V roce 1984 se snížil celkový poměr materialistů nad postmaterialisty na 2 : 1 (Inglehart, 1985).

Data z výzkumů, které byly provedeny v letech 1973 a 1990 v osmi evropských zemích, potvrdily rostoucí trend v zdůrazňování postmaterialistických hodnot. Během 17 let vzrostl poměr postmaterialistů ve sledovaných zemích ze 41 % v roce 1973 na 54 % v roce 1990. Tato zjištění ukázala, že k posunu směrem k postmaterialistickým hodnotám skutečně dochází (Inglehart, 1997). Podle socializační hypotézy (Inglehart, 1971, 1977) se uvnitř generací hodnoty příliš nemění, ke změně dochází mezi generacemi. Starší generace, preferující materialistické hodnoty, vymírají a jsou nahrazovány mladšími generacemi, které vyrůstaly v období ekonomické jistoty a které se nyní orientují na postmaterialistické cíle. Pro posouzení, zda a do jaké míry v období let 1970 až 1984 došlo k mezigenerační obměně, byla použita statistická data sledovaných států západní Evropy - Velké Británie, Francie, Západního Německa, Itálie, Belgie a Nizozemí. Z těchto údajů vyplynulo, že podíl dospělých narozených před rokem 1946 se v roce 1984 snížil o několik desítek procent. Mladší kohorty (narozené po roce 1955) nebyly v roce 1970 ještě součástí dospělé populace. Do roku 1984 však tvořily tyto věkové skupiny už téměř 30 %. Více jak čtvrtina dospělé populace byla mezi lety 1970 – 1984 vystřídána.

K ověření vlivu generační výměny na změnu hodnot Inglehart spolu s Paulem Abramsonem (Abramson a Inglehart, 1986, 1987) porovnávali skutečné změny, ke kterým docházelo mezi dospělou populací (v letech 1982, 1983 a 1984), se změnami, ke kterým by došlo, kdyby do populace nevstoupily žádné nové věkové kohorty a přitom by staré věkové kohorty nevymřely. Porovnáním skutečné a uměle navozené situace zjistili, že pokud by nedošlo k žádnému střídání generací, v celkovém rozložení hodnot by byly patrné jen velmi malé změny. Autoři tak došli k závěru, že dochází k posunu k postmaterialistickým hodnotám, avšak nikoliv v důsledku změny hodnot dospělých jedinců (tj. jako projev životního cyklu), ale v důsledku střídání generací (Abramson a Inglehart, 1987).

Čím jsou kohorty starší, tím výraznější je v nich převaha materialistů. Ještě v 90. letech 20. století preferovala většina lidí ze starší generace materialistické cíle a hodnoty, když kladli v poměru 14 : 1 častěji do popředí ekonomické zajištění a fyzické bezpečí. Pro mladší

generace oproti tomu již byly důležitější hodnoty sebevyjádření a politické participace, tedy hodnoty postmaterialistické (Inglehart, 2000). Tento trend potvrdila data z výzkumu hodnot za období let 1981 – 2006. Z údajů vyplývá, že na počátku této časové řady byly hodnoty sebevyjádření důležitější pro mladší věkové kohorty než pro ty starší. Od těchto hodnot se neodvrátily ani dokonce sledovaného období v roce 2006 (Inglehart, 2008).

Zjištění tak podpořila hypotézu, že v zemích západní Evropy neustále dochází ke změně hodnot. Protože mladší lidé v těchto zemích na rozdíl od starších generací vyrůstali v období existenční jistoty, mění se jejich vnímání života i jejich postoje. Jejich základní potřeby jsou naplněny. Díky tomu a také právě proto se obrací k hodnotám, které jsou spojeny s potřebou seberealizace a sebevyjádření. Naopak v zemích, ve kterých nedošlo v posledních několika desetiletích k výraznějšímu ekonomickému růstu, nebyly tyto rozdíly zjištěny. Pro mladší i starší kohorty jsou téměř stejně důležité materialistické hodnoty (Inglehart 2008).

Počátkem 90. let publikoval Inglehart (1990) studii o vývoji hodnot ve vyspělých industriálních společnostech na konci 20. století. Tato studie zahrnuje data, shromážděná v letech 1970 - 1988 od téměř 200 tisíc respondentů z 26 zemí celého světa, a analyzuje kulturní změny, ke kterým došlo v těchto společnostech v důsledku střídání generací. V práci shrnuje Inglehart výsledky svých zjištění o postupné proměně industriálních společností a analyzuje její příčiny a důsledky. Na základě dostupných dat potvrzuje své hypotézy, že v podmínkách dlouhodobého hospodářského růstu dochází k postupnému posunu od materialistických hodnot k hodnotám postmaterialistickým v důsledku toho, jak mladší generace nahrazují v dospělé populaci generace starší. Dochází však současně k širším změnám, které proměňují celou kulturu vyspělých států – od náboženství po sociální postoje lidí. Jako politolog poukazuje na jeden z významných důsledků této kulturní změny, kterým jsou i změny v politických preferencích a v politickém chování. Oba hodnotové typy - materialisté a postmaterialisté – vnímají rozdílným způsobem různé aktuální společenské jevy. Podle Ingleharta jsou ti, pro které jsou důležitější postmaterialistické hodnoty a cíle, politicky angažovanější jak v konvenčních tak nekonvenčních politických aktivitách (účast na protestních akcích, peticích apod.), zajímají se o ekologická a mírová hnutí a hnutí za ženská práva (Inglehart, 1990; Abramson a Inglehart, 1992). Podporují tedy takové politické strany a/nebo hnutí, v jejichž programu je zabudována sociální změna. Takže i když mají postmaterialisté spíše vyšší socioekonomický status než materialisté, preferují často levicové strany. V evropských zemích i ve Spojených státech vedla tato situace k rozdělení politické

levice a ke vzniku nově definovaných levicových politických proudů tzv. nové levice (Abramson a Inglehart, 1986).

Výsledky mezikulturního srovnání hodnot, které se uskutečnilo v letech 1981 – 1983 a 1990 – 1991 ve 40 zemích světa, potvrdily předchozí zjištění o vzestupu postmaterialistických hodnot (Inglehart a Abramson, 1994). A to i přes kulturní odlišnost jednotlivých zemí, které rozhodují o tom, jaké potřeby „vyššího“ řádu budou formovat kulturně jedinečnou podobu postmaterialismu. Neboť jak Inglehart ve svém výzkumu u japonského reprezentativního vzorku poznamenal „*mír a prosperita přispěly u japonské i západní veřejnosti k vyššímu důrazu na materiální cíle*“, i když se neobrátily „*ke stejným nemateriálním cílům*“ (Inglehart, 1990, s. 153).

11.5 Mezikulturní rozdíly: Polarizace hodnot

Již od 70. let minulého století Inglehart (1971, 1977) poukazuje na to, že ve vyspělých demokratických zemích dochází v důsledku rostoucí ekonomické jistoty, jež přináší nové politické podmínky, ke kulturní změně, která posunuje společnost po nové trajektorii. Navazuje tak na tradiční teorie modernizace (Marx, Weber, Durkheim). Na rozdíl od zastánců teorií modernizace, kteří zdůrazňují roli ekonomických, nebo naopak kulturních faktorů (např. Marx, Weber), tvrdí Inglehart, že tyto změny jsou vzájemně provázané a že výsledná sociální změna společnosti je výsledkem interakce ekonomického a sociálního rozvoje a kulturního kontextu společnosti, která prochází procesem modernizace. Vhodné kulturní prostředí umožňuje fungování a setrvání ekonomického a politického systému. Proces modernizace však není lineární a není ani poslední fází či vývojovým vrcholem, jak tvrdily modernizační teorie. Vývoj společnosti se může začít ubírat jiným směrem. Tomu se také stalo v posledních desetiletích, kdy vyspělé industriální společnosti již vyčerpaly své možnosti a posunují se po trajektorii modernizace do fáze, kterou Inglehart nazývá **postmodernizace**. Snaha o maximalizaci ekonomického zisku a materiálního zabezpečení, která byla typická pro období modernizace, je vystřídána úsilím o zlepšení neekonomických aspektů života. Protože jsou ekonomické, sociální a politické trajektorie propojené, měly by země, které stojí na podobném stupni rozvoje, zažívat obdobné kulturní a politické změny (Inglehart, 1977, 1990, 1997; Inglehart a Baker, 2000).

Ve své práci z roku 1997 *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies* (Inglehart, 1997) analyzuje Inglehart empirická data

reprezentativních národních vzorků 43 zemí reprezentujících 70 % světové populace a pokrývajících období let 1990 – 1991. Výzkum pokrýl širokou varietu společností, s různou mírou hrubého domácího produktu na obyvatele (od 3 tisíc amerických dolarů ročního příjmu po více jak 300 tisíc ročního příjmu), od států se stabilní demokracií po autoritářské státy a post-komunistické země, od společností s tržní ekonomikou po společnosti, které teprve stojí na jejím prahu. Zjistil, že pohled obyvatel těchto zemí na svět, stejně jako jejich hodnoty, se systematicky liší. Bohaté společnosti zastávají jiné hodnoty než společnosti chudé. Stupeň ekonomického rozvoje má tedy v utváření hodnot zásadní význam.

Inglehart identifikoval dvě hlavní dimenze hodnot, které se podle jeho mínění objevily ve všech sledovaných společnostech v období 1990 – 1991 (Inglehart, 1997). První dimenze je spojena s ranou industrializací a vznikem dělnické třídy; druhá dimenze reflektuje změny spojené s prosperujícími podmínkami rozvinuté společnosti a vzestupem služeb a znalostních sektorů. Každá z dimenzí odráží tedy jednu ze dvou etap modernizace (modernizace – postmodernizace), které transformují svět ekonomicky, společensky a politicky.

K identifikaci hlavních dimenzí použil Inglehart (1997) faktorovou analýzu, která identifikovala dvě nejvýznamnější dimenze odrážející polarizaci mezi:

1. hodnotami **tradičními** *versus* **sekulárně-racionálními** (*traditional/secular-rational*) a
2. hodnotami **přežití** *versus* **sebe-vyjádření** (*survival/self-expression*).

V raných fázích modernizace spjatých s transformací agrárních společností ve společnosti industriální dochází k přechodu od *tradičních* hodnot k hodnotám *sekulárně-racionálním*: ke snížení subjektivní důležitosti náboženství v životě jednotlivce, k úpadku náboženské víry a nahrazení náboženských autorit těmi světskými, k úpadku tradičních rodinných hodnot a mezigenerační solidarity. V druhé fázi modernizace, ve které dochází k přechodu od společností industriálních k postindustriálním (postmoderním) se šíření sekulárně-racionálních hodnot zpomaluje. Toto období je spojeno s posunem od hodnot *přežití* k hodnotám *sebevyjádření*: od opouštění důrazu na fyzické přežití a ekonomického zabezpečení k důrazu na kvalitu života, sebevyjádření a seberealizaci, autonomii a svobodnou volbu člověka.

Obě dimenze jsou úzce spojeny s ekonomickým rozvojem. Ekonomicky vyspělé země, tedy ty s vysokým příjmem, dosahují v obou dimenzích vysokých hodnot. Charakterizuje je jak vysoký důraz na sekulárně-racionální hodnoty, tak důraz na hodnoty sebevyjádření.

Inglehart (1997) zjistil, že dimenze vysvětlují více jak polovinu rozptylu mezikulturních rozdílů týkajících se základních hodnot napříč širokým spektrem od politiky přes ekonomickou sféru po sexuální normy (Inglehart a Welzel, 2005). Navíc je Inglehart přesvědčen, že jsou stálé, neměnné, neboť další analýza v letech 1995 - 1998 potvrdila existenci dimenzí zjištěnou v letech 1990 – 1991, a to i přesto, že do analýzy bylo zahrnuto dalších 23 zemí (Inglehart a Baker, 2000). Stejně dimenze byly zjištěny i v analýzách dat výzkumů světových a evropských hodnot v letech 2000 – 2001. V tomto případě se navíc šetření nově zúčastnila řada zemí, včetně osmi převážně islámských společností (Inglehart a Welzel, 2005).

11.5.1 Dimenze tradičních / sekulárně-racionálních hodnot

Dimenze *tradičních / sekulárně-racionálních hodnot* je spojena s přechodem agrární společnosti ke společnosti industriální. Na této dimenzi se odráží kontrast mezi zeměmi, pro které je důležité náboženství, a těmi, ve kterých nehraje náboženství příliš významnou roli. Přechod od agrární k industriální společnosti s sebou nese posun k větší sekularizaci a racionalizaci. Zatímco agrární společnosti mají tendenci zdůrazňovat tradiční hodnoty, industriální společnosti mají tendenci zdůrazňovat sekulárně-racionální hodnoty.

Je třeba poznamenat, že pojem „tradiční“ je v tomto kontextu pojímán jako společná charakteristika. Přestože jsou „tradice“ společností různé, předindustriální společnosti mají řadu společných rysů. Všem je podle dostupných dat společná například tendence klást důraz na mužskou dominanci v ekonomickém a politickém životě, podřízenost rodičovské autoritě, důležitost rodinného života (Inglehart a Baker, 2000).

Tradiční hodnoty souvisí se silným důrazem na náboženství a respektem k autoritě. Společnosti, ve kterých převládají tyto hodnoty, zastávají pro-životní postoj a odmítají potraty, eutanazii či sebevraždu. Tyto společnosti jsou relativně uzavřené vůči vnějším vlivům, jsou relativně málo tolerantní k vnějším skupinám (*out-groups*) jako jsou cizinci, etnické skupiny a téměř zcela odmítají homosexualitu. Tradiční hodnoty jsou také spojeny se zdůrazňováním mužské dominance v ekonomickém a politickém životě (Inglehart a Norris, 2003). Silné rodinné vazby, které jsou pro tuto dimenzi typické, vyžadují podrobení se rodičovské autoritě a vyzdvihují důležitost rodinného života. Společnosti, u nichž tyto hodnoty převládají, zdůrazňují společenskou konformitu spíše než individualistické snahy a dávají přednost konsensu před politickým konfliktem. Jsou relativně autoritářské

s nacionalistickými názory. Jejich obyvatelé jsou přesto poměrně hrdí na svoji národní příslušnost. Tyto charakteristiky se mění spolu s tím, jak se společnosti stávají sekulárnějšími a racionálnějšími. **Sekulárně-racionální** hodnoty mají opačnou charakteristiku ve všech výše uvedených oblastech.

11.5.2 Dimenze hodnot přežití a hodnot sebevyjádření

Dimenze *hodnot přežití a sebevyjádření* je spojena s industrializací a vznikem postindustriálních společností a vzestupem sektoru služeb. Ústřední komponentou této dimenze je **polarizace mezi materialistickými a postmaterialistickými hodnotami**. Tato polarizace je citlivým indikátorem, protože podmínky podporující postmaterialistické tendence přispívají k hodnotám sebevyjádření. Odráží kulturní změnu, k níž dochází díky mezigenerační obměně hodnot. Starší generace, pro kterou bylo prioritou přežití, je nahrazována mladšími generace, pro které se stává přežití samozřejmostí a obrací se k hodnotám zdůrazňujícím sebevyjádření a kvalitu života (Inglehart, 1977, 1990, 1997).

S **hodnotami přežití** je spojen důraz na ekonomické a fyzické zajištění (materialistické hodnoty) a konformní sociální normy. Společnosti, které mají tyto priority, se vyznačují nejistotou a nízkou úrovní kvality života, včetně nízké úrovně zdraví. V těchto společnostech je obvykle tedy ohrožena kulturní diverzita, protože pokud „není dost, aby to vystačilo pro nás“ jsou cizinci považováni za nevídané (Inglehart, 2000). Lidé inklinují k tradičním genderovým rolím a sexuálním normám a zdůrazňují absolutní pravidla a rodinné normy ve snaze maximalizovat předpověditelnost v nejistém světě. V nejistých dobách jsou lidé rovněž ochotni vzdát se svých osobních cílů a podrobit se cílům vnější autority. Pod hrozbou napadení nebo vnitřních nepokojů ve společnosti, případně v období skutečných hospodářských krizí, hledají lidé silné autority, které by je před nebezpečím ochránily.

Hodnoty sebevyjádření jsou charakteristické pro společnosti, které dosáhly vysoké úroveň jistoty a bezpečí, a pro které jsou příznačné takové postmaterialistické cíle jako je důraz na občanské a politické svobody a individuální svobodnou volbu, intelektuální a estetické naplnění, kvalita života a ochrana životního prostředí. Etnická a kulturní diverzita je přijímána, někdy i vítána jako stimulující (Inglehart, 2000). Mění se genderové a sexuální normy. Ženy zaujímají pracovní (i politické) pozice dosud vyhrazené mužům. To vytváří prostředí důvěry a tolerance, ve kterém lidé přikládají lidem relativně vysokou hodnotu individuální svobodě a sebevyjádření, což přispívá k jejich politické aktivitě. Posun směrem

k zdůrazňování hodnot sebevyjádření tak přispívá k rozvoji a rozkvětu demokracie (Inglehart, 2006).

11.5.3 Měření hodnot

Pro měření hodnot na dimenzi tradičních / racionálně sekulárních hodnot a na dimenzi hodnot přežití / sebevyjádření použili Inglehart a Baker (2000) vlastní položky. Z široké řady otázek, které byly respondentům položeny v rámci dotazníkového šetření tří vln WVS (1981 – 1982, 1990 – 1991, 1995 – 1998), za použití faktorové analýzy identifikovali proměnné, které nejlépe charakterizují obě dvě dimenze hodnot. Položky jsou formulovány pouze pro hodnoty tradiční a hodnoty přežití (tab. 10). Nesouhlas s tvrzením znamená zdůraznění hodnoty, která leží na protipólu dané dimenze.

Tabulka 10: Příklady položek charakterizujících dimenze hodnot

Dimenze tradičních /sekulárně-racionálních hodnot: Tradiční hodnoty
Bůh je v životě respondenta důležitý.
Je důležitější, aby se dítě učilo poslušnosti a náboženské víře než nezávislosti a samostatnému rozhodování.
Potrat je vždy neospravedlnitelný.
Respondent pociťuje silnou národní hrdost.
Respondent silněji pociťuje respekt k autoritě.
Dimenze hodnot přežití/ sebevyjádření: Hodnoty přežití
Respondent přikládá vysokou prioritu ekonomické jistotě a fyzickému bezpečí před sebevyjádřením a kvalitou života.
Respondent se popisuje jako ne příliš šťastný.
Homosexualita je neospravedlnitelná.
Člověk musí být opatrný, než někomu důvěřuje.

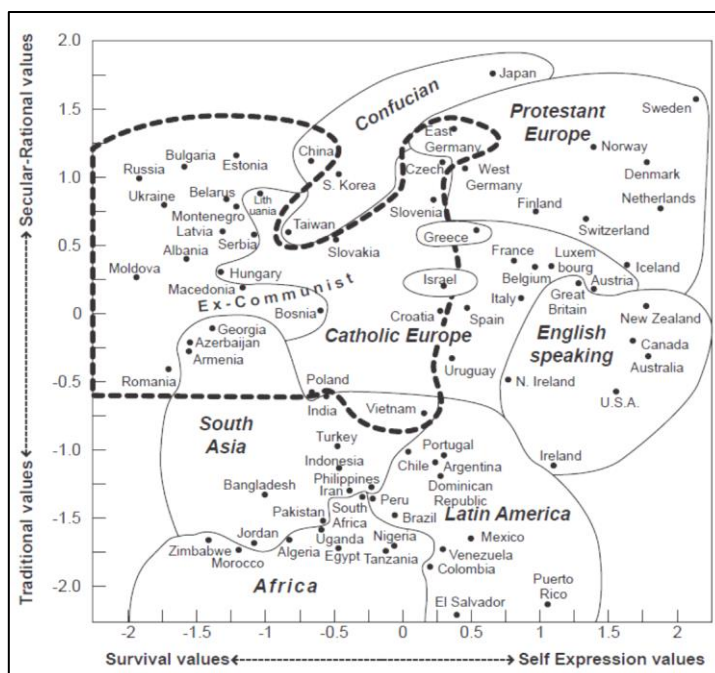
(Podle Inglehart a Baker, 2000, s. 24)

11.5.4 Kulturní mapa

Dvě základní dimenze hodnot podle Ingleharta (2000, 2006; Inglehart a Welzel 2010) umožňují určit pozici jakékoliv společnosti na tzv. „**kulturní mapě**“, dvou-dimenzionální mapě, která odráží její postavení v daném čase. Na obrázku (obr. 8) je znázorněna kulturní mapa světa z roku 2000, která byla vytvořena na základě analýzy dat pokrývajících čtyři vlny

světového výzkumu hodnot (WVS) během let 1981 – 2001 a reprezentujících národní vzorky 80 zemí světa (Inglehart, 2006).

Vertikální osa na této mapě znázorňuje polarizaci mezi tradičními a sekulárně-racionálními hodnotami. Na horizontální ose je zobrazena polarizace mezi hodnotami přežití a sebevyjádření.



Obrázek 8: Kulturní mapa světa v roce 2000 (80 společností)
(Zdroj: Inglehart, 2006, s. 122)

Je třeba zdůraznit, že umístění jednotlivých společností neodpovídá jejich skutečnému geografickému umístění. Společnosti jsou na kulturní mapě rozděleny do koherentních kulturně-historických zón. Tyto konzistentně kulturní klastry jsou vyznačeny za použití Huntingtonovy teze o osmi hlavních civilizacích, které se zformovaly především na základě náboženských tradic a rozdílů mezi nimi přetrvávaly po staletí navzdory modernizaci (Huntington, 2001). Na mapě můžeme odlišit protestantskou či katolickou Evropu, Latinskou Ameriku, subsaharskou Afriku a islámský a konfuciánský svět, oblast anglicky hovořících zemí, a také evropské země bývalého východního bloku. Relativní vzdálenost mezi nimi je ovlivněna dalšími faktory, jako je například náboženství, vliv koloniální historie, komunistického režimu. Ekonomická vyspělost společnosti má na umístění společností zřejmý výrazný vliv. Jak můžeme vidět, velice blízko mají k sobě země ze zcela odlišných kulturních zón.

Různé společnosti se vyvíjejí různě a pohybují se po odlišných trajektoriích, a to i v případě, že jsou vystaveny stejným ekonomickým podmínkám. To je způsobeno specifickými faktory, které lze souhrnně označit jako historické dědictví společnosti a které dlouhodobě ve společnosti přetrvává (např. Inglehart 1990, 1997, 2000, 2006; Inglehart a Baker, 2000; Inglehart a Welzel, 2005).

Historické faktory nejsou vždy shodné a umístění zemí v jednotlivých klastrech může působit jako anomálie, přesto podle Ingleharta (2000) společnosti se společným kulturním dědictvím spadají obecně do jedné zóny. Jejich umístění reflektuje jejich úroveň ekonomického rozvoje, profesní strukturu pracovní síly, náboženství a další hlavní historické vlivy. Koherence socioekonomických a kulturních podmínek podporuje podle Ingleharta revidovanou teorii modernizace (Inglehart, 1997; Inglehart a Baker, 2000; Inglehart a Welzel, 2005; Inglehart et al., 2008).

Vliv ekonomického rozvoje. Mezikulturní srovnání potvrzují, že bohaté a chudé společnosti mají odlišné hodnotové systémy (Inglehart, 1997, 2006; Inglehart a Baker, 2000). Německo, Francie, Británie, Itálie, Japonsko, Švédsko, USA a další země, které dosahují HDP na obyvatele více jak 15 tisíc USD, jsou umístěny poměrně vysoko na obou dimenzích. Oproti tomu společnosti, které dosahují nepoměrně nižšího ročního příjmu (méně jak 2 tisíce amerických dolarů) jsou umístěny v levém dolním kvadrantu mapy (např. Indie, Bangladěš, Pákistán a další). Obě dimenze jsou tedy úzce spojeny s ekonomickým rozvojem jednotlivých společností. Indikátorem úrovně ekonomického rozvoje společnosti je v tomto případě hrubý domácí produkt (HDP *na obyvatele*). S mírou ekonomického rozvoje společnosti hraje roli při utváření hodnot společnosti také její profesní struktura pracovní síly, která rovněž charakterizuje tři odlišné stupně ekonomického rozvoje: agrární společnost, industriální a postindustriální společnost (Inglehart a Baker, 2000). Podíl pracovní síly v průmyslovém sektoru je spojen s dimenzí hodnot tradičních a sekulárně-racionálních. Jak přechází společnost od převážně zemědělské produkce k průmyslové výrobě, dochází k posunu od tradičních hodnot k hodnotám sekulárně-racionálním (dimenze je spojena s přechodem od agrární společnosti ke společnosti industriální). Společnosti s vysokým procentem obyvatel zaměstnaných v sektoru zemědělství nacházíme ve spodní části mapy, společnosti s vysokým procentem pracovní síly v průmyslu jsou umístěny v horní části mapy (dimenze je spojena s přechodem od industriální společnosti ke společnosti postindustriální). Na této dimenzi také najdeme společnosti s vysokým procentem zaměstnaných v sektoru služeb. Umístění těchto

společností v horní pravé části mapy naznačuje prosperující podmínky spojené s posunem k postmoderním hodnotám.

Vliv kulturní tradice a historické zkušenosti. Přesto, že ekonomické faktory mají bezpochyby velký vliv na hodnotový systém dané společnosti a lze říci, že jej v podstatě kopírují. Existují významné a časté odchylky od tohoto trendu, ty je třeba připsat na vrub kulturní tradici a historické zkušenosti dané společnosti.

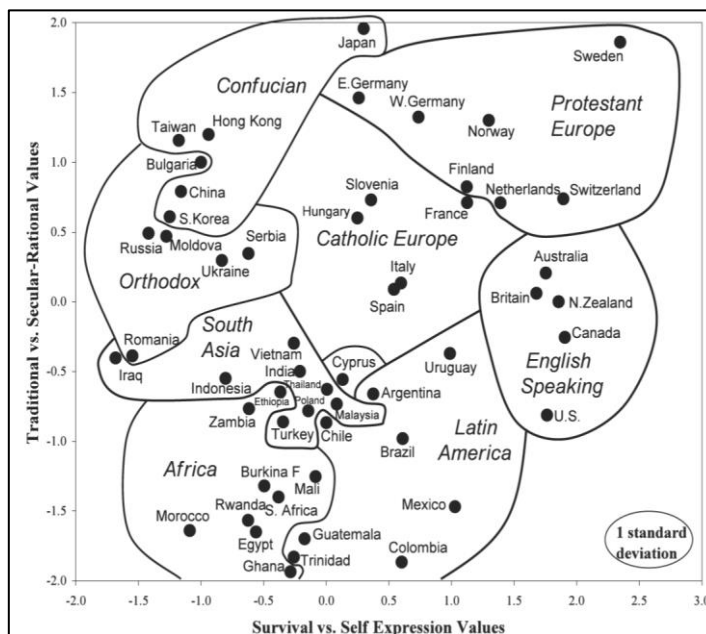
Vliv náboženské tradice se ukazuje například v klastru anglicky hovořících zemí, které jsou ekonomicky vyspělé a dosahují vysokých příjmů, ale jejich obyvatelé vyznávají spíše tradiční hodnoty. Přetrvávající vlivy můžeme pozorovat také v případě Spojených států amerických, kde se prosazují hodnoty sebevyjádření, aniž by zde současně docházelo k šíření sekulárně-racionálních hodnot. Na dimenzi tradičních/sekulárně-racionálních hodnot zaujímají (spolu s vysokou úrovní religiozity a vysokou mírou národní hrdosti) místo na úrovni některých rozvojových zemí. To vede také Ingleharta a Bakera (2000) k přesvědčení, že je zavádějící pohlížet na kulturní změnu jako na „amerikanizaci“. Proces modernizace neznámá, jak předpokládaly tradiční teorie modernizace, že nakonec budou všechny společnosti podobné Spojeným státům. Jejich obyvatelé zastávají tradičnější hodnoty a jsou více věřící než obyvatelé jiných stejně prosperujících společností. Pokud může být nějaká země příkladem kulturní změny, pak jsou to severské státy (Inglehart a Baker, 2000). O fenoménu „americké výjimečnosti“, který má své kořeny v protestantské morálce, diskutuje řada autorů (např. Lipset, 2003; Baker, 2005). Spojené státy se také sice řadí mezi nejvyspělejší státy, ale Švédsko, Dánsko a další země mají k vrcholu kulturní změny blíže (Inglehart, 2006).

Z mapy můžeme rovněž vidět, jak se historická událost, již je komunismus, odráží na hodnotách. Jak vidíme, do zóny ovlivněné komunismem spadá i Čína, která je součástí konfuciánského klastru. Podobně mají také kulturní charakteristiky země s koloniální minulostí. Přesto, že je od sebe dělí půl světa, jsou umístěny v jedné zóně – anglicky hovořících zemí (např. Austrálie a Velká Británie).

Přesto, že ekonomický rozvoj posunuje společnosti zhruba po stejných trajektoriích (od agrární společnosti přes společnost industriální po společnost postindustriální) a směr kulturní změny s ní související lze v hrubých rysech předvídat, stále jsou jakékoliv předpovědi podmíněny historickým a kulturním kontextem společnosti (Inglehart a Baker, 2000).

Inglehartovy kulturní mapy vykazují již od roku 1997 stabilitu, ve všech se objevují stejné kulturní zóny, podobně umístěné. Mění se pouze počet zemí, které tyto zóny zahrnují.

Pro porovnání se můžeme podívat na kulturní mapu světa (obr. 9), která byla vytvořena na základě dat výzkumu hodnot WVS z let 2005 – 2007 (Inglehart a Welzel, 2010).



Obrázek 9: Kulturní mapa světa v letech 2005 – 2007 (53 společností)
(Zdroj: Inglehart a Welzel, 2010, s. 554)

11.6 Vliv ekonomického růstu na spokojenost a štěstí

Ekonomický rozvoj má velký vliv na to, jakým hodnotám přikládají lidé důležitost a v co věří. I když jsou často zjištěny statisticky významné vztahy mezi úrovní ekonomického rozvoje a hodnotami, nejsou tyto vztahy téměř nikdy všeobecně platné, vždy jsou zjištěny odchylky. Přesto, že ekonomický rozvoj posunuje sociokulturní změnu předvídatelným směrem, každá společnost zůstává jedinečná. Mezikulturní rozdíly, jak jsme viděli, odráží historickou zkušenost lidí, včetně politických, sociálních, technologických, geografických a řady dalších faktorů (Inglehart a Baker, 2000). Jak ukazují výsledky výzkumů, s úrovní ekonomického rozvoje jsou spojeny také mezikulturní rozdíly ve spokojenosti se životem a štěstím. Mají i v tomto vztahu vliv jiné faktory?

Přechod od extrémní chudoby k prosperitě má na pocit štěstí a spokojenosti bezpochyby vliv. Proto společnosti zdůrazňují ekonomický růst za každou cenu zvláště v raných stádiích ekonomického vývoje, kdy je hlavní otázkou naplnění základních potřeb a pocit existenciální jistoty a bezpečí (Inglehart, 1997; Diener a Seligman, 2004). Lidé z bohatších zemí jsou šťastnější než lidé v zemích chudých. V období přechodu od agrární k industriální společnosti je zaznamenán vzestup podílu obyvatel, kteří se považují za šťastné nebo velmi spokojené se

životem jako celkem. Nad určitou hranicí příjmů se však již vzájemný vztah mezi ekonomickou úrovní země a pocitem štěstí jejích obyvatel významněji neprojevuje. V roce 1998 tak například byli Irové šťastnější než Němci, přestože Němci jsou dvakrát bohatší, a obyvatelé Tchaj-wanu byli stejně tak šťastní jako Japonci, přestože Japonci jsou třikrát bohatší (Inglehart, 2000). V této fázi dochází rovněž k postupnému mezigeneračnímu posunu v základních hodnotách a lidé mají jiné, nemateriální priority.

V článku, který vychází z dat pěti vln Světového výzkumu hodnot (*World Values Survey*) a Evropského výzkumu hodnot (*European Values Survey*) uskutečněného v letech 1981 – 2007, zkoumali Inglehart a jeho spolupracovníci (Inglehart et al., 2008), zda významné ekonomické, společenské a kulturní změny, ke kterým v daném období docházelo, přispěly ke zvýšení pocitu štěstí a spokojenosti na úrovni společnosti. Autoři ve svém výzkumu pracovali s daty shromážděnými v 52 zemích, reprezentujících téměř 90 % světové populace. Spokojenost se životem byla zjišťována u respondentů za použití dotazníku, ve kterém uváděli, jak jsou spokojeni se svým životem jako celkem na škále 1 (*zcela nespokojen*) po 10 (*velmi spokojen*). Pocit štěstí byl vyjádřen za použití čtyř kategorií: *velmi šťastný, spíše šťastný, ne příliš šťastný, nešťastný*. Pro měření *subjektivního pocitu pohody* (*Subjective well-being*, SWB), který zahrnuje dva aspekty – štěstí a spokojenost, stanovili autoři index SWB (SWB = spokojenost se životem x 2,5 štěstí). Podle nich se často tyto dva pojmy používají zaměnitelně, protože jsou úzce spojeny. Přesto však každý z těchto pojmů reflektuje různé aspekty subjektivního pocitu pohody. Spokojenost se životem je spíše spojena s ekonomickou úrovní společnosti a štěstí je více zatíženo emocemi jednotlivce.

Výsledky analýzy potvrdily, že míra ekonomického rozvoje má vliv na pocit osobní pohody. Lidé z bohatých zemí jsou šťastnější než ti, kteří žijí v podmínkách ekonomicky méně příznivých. V dánském národním vzorku 52 % respondentů uvedlo, že jsou velmi spokojeni se svými životy a 45 % se označilo za velmi šťastné, v arménském vzorku bylo jen 5 % dotázaných velmi spokojeno se svým životem a jen 6 % bylo velmi šťastných. Rozdíly mezi zeměmi byly velké, uvnitř těchto společností se však významněji neprojevily. Srovnávací analýzy rovněž přinesly další zajímavé zjištění. Všech 13 zemí Latinské Ameriky vykazuje vyšší úroveň štěstí a spokojenosti než některé bývalé komunistické země, jejichž ekonomická situace je nepochybně příznivější. Zatímco 45 % obyvatelstva v zemích Latinské Ameriky se považuje za „velmi šťastné“ a 42 % uvádí, že jsou velmi spokojeni se svým životem jako celkem, v post-komunistických zemích je toto procento nesrovnatelně nižší. Pouze 12 % respondentů uvedlo, že jsou „velmi šťastní“ a jen 14 % bylo velmi spokojených

se svým životem. K vysvětlení těchto rozdílů je tedy opět třeba zkoumat další faktory, které mohou mít vliv na úroveň štěstí a spokojenosti. Jedním z faktorů při zkoumání spokojenosti je historická minulost společnosti. Téměř všechny země, které zažily komunistický režim, měly relativně nízkou úroveň subjektivního štěstí, a to dokonce i ve srovnání se zeměmi s mnohem nižší ekonomickou úrovní jako je Indie, Bangladéš či Nigérie. V roce 1990 významně poklesla v Rusku úroveň štěstí a spokojenosti. Více jak polovina obyvatel byla celkově se svými životy nespokojena. Brzy poté se Sovětský svaz rozpadl na 18 nástupnických států, což mělo mimo jiné za následek pokles životní úrovně jejich obyvatel. Ale nespokojenost klesala i poté a v roce 1995 byla naprostá většina obyvatelstva se svými životy nespokojena. Podobně tomu bylo u většiny států bývalého východního bloku. Přestože tyto země po dlouhé době zažívaly přechod ke svobodě a pro ně po dlouhá léta nepředstavitelné tržní ekonomice, byl tento proces doprovázen ekonomickým poklesem. Důsledkem toho jejich pocit štěstí vzrůstal, ale se životem jako celkem byli nespokojeni. Zde se projevila odlišnost komplementárních aspektů subjektivního pocitu pohody.

Ekonomický rozvoj však není jediným faktorem, který má vliv na míru vnímaného štěstí a životní spokojenosti ve společnosti. Výsledky výzkumů ukazují, že pokud má člověk pocit svobodné volby a možnost kontrolovat svůj život, bude to mít významný vliv na růst nebo pokles jeho štěstí a spokojenosti (Inglehart et al., 2008; Hofstede, 1984). Štěstí a spokojenost pak zase přispívají ke vzniku demokracie (Inglehart 1990, Inglehart a Klingemann, 2000) a demokracie přináší možnost svobodné volby, což opět přispívá k většímu štěstí a spokojenosti lidí (Inglehart a Welzel, 2005, Veenhoven, 2000). Tento vztah se tak jeví jako reciproční. Podobně jako demokratizace, rovněž sociální tolerance rozšiřuje možnost svobodné volby a přispívá většímu štěstí.

11.6.1 Svobodná volba a kontrola nad životem

V jádru postmoderního posunu leží změna hodnotové orientace spojená s rostoucím důrazem na svobodnou volbu člověka ve všech aspektech jeho života - včetně výběru partnera, generových rolí, výchovy dětí, pracovních návyků, náboženské orientace, vzorců spotřebního chování, občanské angažovanosti, volebního chování a sebevyjádření (Inglehart a Welzel, 2005).

Welzel, Inglehart a Klingeman (2003) jsou přesvědčeni, že hlavním důvodem změn, ke kterým došlo ve sledovaných zemích během posledních desetiletí, je větší důraz na

svobodnou volbu člověka. Pro svobodnou volbu jsou podle nich důležité dvě podmínky: 1) *zdroje*, díky kterým si lidé mohou vybírat z různých možností, a 2) takové *hodnoty*, které vedou k tomu, že lidé přikládají vysokou prioritu svobodě (postmaterialistické hodnoty). Zdroje poskytují lidem objektivní prostředky k jednání. Ekonomické zajištění a vzdělání jim poskytují nezávislost. A tato nezávislost umožňuje vybírat si a volit z celé řady alternativ jednání ve všech oblastech jejich života. Mohou si sami volit, jak žít svůj život.

Pocit svobodné volby a kontroly nad životem se v mnoha zemích zvýšil. Svobodná volba sama o sobě vysvětlovala 30 % změny v subjektivním štěstí a byla vůbec nejsilnějším faktorem, který měl vliv na jeho zvyšování. Výsledky longitudinálního výzkumu 52 zemí ukázaly, že pocit svobodné volby od roku 1981 do roku 2007 vzrostl a pocit subjektivního pocitu pohody se v převážné většině těchto zemí zvýšil o 77 % (Inglehart et al., 2008). Tento vztah ovlivnily tři proměnné – ekonomický rozvoj, demokratizace a rostoucí tolerance. Také Amartya Sen (2001) tvrdí, že význam ekonomického rozvoje spočívá ve zvyšování svobodné volby. Spokojenost a pocit štěstí jednotlivce je podle něj více ovlivňován atmosférou ve společnosti než jeho individuálním pocitem svobody. Demokratické instituce pak vedou k hodnotám sebevyjádření. Podle Ingleharta (Inglehart, 2006) však nelze jednoznačně tvrdit, že demokracie s sebou přináší kulturní změnu, která tyto hodnoty zdůrazňuje. Příkladem tomu mohou být opět některé postkomunistické státy, které se od svého přechodu k demokracii v 90. letech 20. století nestaly ani šťastnějšími, tolerantnějšími či více postmaterialistickými (např. Inglehart, 2006).

11.6.2 Demokratizace

Demokracie je podle Ingleharta jedním z faktorů, které příznivě ovlivňují kvalitu života, protože poskytuje možnost seberealizace, možnost podílet se na věcech veřejných a vytvářet humánní společnost, pro kterou jsou důležitější obecně lidské cíle než peníze (Welzel a Inglehart, 2009). S tím, jak se stává přežití jistějším, nabývá důležitosti touha po svobodě a autonomii, které jsou v období existenční jistoty podřízeny potřebě přežít. Lidé začínají klást také větší důraz na svobodnou volbu v politice a začínají požadovat občanské a politické svobody a demokratické instituce.

Silná korelace mezi úrovní ekonomického rozvoje a demokracií nasvědčuje tomu, že ekonomický růst přispívá k ustavení demokracie (Inglehart a Baker, 2000). Neznamená to ovšem, že k takové změně dojde automaticky, pokud společnost dosáhne určitého příjmu

(HDP na obyvatele). Lepší ekonomické podmínky spíše vedou k tomu, že se mění chování, názory a hodnoty lidí, což následně vede k sociálním a politickým změnám. Ekonomický růst napomáhá vzniku vzdělané střední třídy, která je zvyklá samostatně myslet a lépe artikulovat své zájmy. Růst vzdělanosti a změna profesní struktury vyžadující nezávislé myšlení, to vše přináší masový požadavek na ustavení demokratických institucí. Za více než čtvrtstoletí byl ve většině sledovaných zemí zjištěn posun ke zdůrazňování hodnot sebevyjádření. Je proto pravděpodobné, že demokracie se objeví tam, kde dosud neexistuje, a tam, kde již existuje, se stane efektivnější. Avšak ne každý politický režim, který umožní svobodné volby, je demokracií. Do jaké míry je demokracie efektivní, se odvíjí od toho, do jaké míry respektuje občanská a politická práva, tedy do jaké míry jsou tyto svobody skutečně praktikovány (Inglehart a Baker, 2000; Inglehart, 2006; Inglehart a Klingemann, 2000).

Otázkou je, zda vedou tyto hodnoty k rozvoji demokratických institucí, nebo je tomu naopak. Vede ekonomický rozvoj spojený se vzestupem znalostní společnosti k důrazu na hodnoty sebevyjádření, které vyvolávají požadavek po liberalizaci a demokracii? Nebo je tomu tak, že demokratické instituce podporují hodnoty sebevyjádření, tedy díky demokracii jsou lidé šťastnější, tolerantnější a zastávají ve větší míře postmaterialistické hodnoty? Pokud by tomu tak bylo, „*pak by přijetí demokracie vedlo k řešení většiny světových problémů*“ (Inglehart, 2006, s. 133). Tato interpretace však podle Ingleharta neobstojí. Příkladem toho může být zkušenost nástupnických států po rozpadu bývalého Sovětského svazu. Přestože tyto společnosti učinily krok k demokracii a lidé v nich měli možnost svobodě si zvolit své politické lídry, nebyli šťastnější. Jejich pocit ekonomické a fyzické nejistoty naopak vedl k větší nespokojenosti.

11.6.3 Sociální tolerance a změna postojů ve společnosti

Podobně jako demokratizace, také sociální tolerance rozšiřuje možnost volby a tak zvyšuje pocit štěstí. Inglehart a Welzel (2005) zjistili, že podpora genderové rovnosti a tolerance vnějších skupin silně koreluje se štěstím – nejen proto, že jsou tolerantní lidé šťastnější, ale protože tolerantní společnost pozdvihuje svobodu volby každého jednotlivce. A lidé žijící v tolerantní společnosti jsou šťastnější, bez ohledu na jejich vlastní přesvědčení (Inglehart a Norris, 2003).

Posun v sociálních normách týkajících se rolí žen a mužů ve společnosti, otázek etnické diverzity nebo postoj k homosexualitě, zvyšuje sociální toleranci ve společnosti. Tento posun

se projevuje na dimenzi hodnot přežití a hodnot sebevyjádření. Materialisté, kteří vyrůstají v podmínkách ekonomické a fyzické nejistoty, tíhnou spíše k tradičním společenským normám, které podporují výchovu dětí v tradiční rodině, a k normám, které stigmatizují sexuální aktivity vně těchto rodinných vztahů. Mají poměrně nízkou toleranci k jiným skupinám než vlastním, například k cizincům, etnickým menšinám a homosexuálům. Postmaterialisté, kteří vyrůstali během svých formativních let v jistotě a bezpečí, jsou tolerantnější ve svých postojích k akceptaci potratů, rozvodů, nemanželským vztahům, prostituci nebo eutanazii. Na dimenzi dosahují nejvyšších skóre na pólu hodnot sebevyjádření (Inglehart, 2008; Inglehart et al., 2004, 2008).

Jedním z důležitých aspektů hodnot sebevyjádření je vzestup genderové rovnosti (Inglehart a Norris, 2003). Odlišné generové role, které charakterizují předindustriální společnost, ustupují genderovým rolím ve vyspělých industriálních společnostech. Tato změna v postojích k otázce rovnosti mezi muži a ženami vede také k šíření antidiskriminačních hnutí a zavádění různých antidiskriminačních opatření. Výzkum hodnot zjistil značné rozdíly v postoji obyvatel k rovným příležitostem v zaměstnání žen (Inglehart a Norris, 2003). Obyvatelé ekonomicky úspěšných zemí obecně spíše podporují genderovou rovnost. Mimo tyto vyspělé země většina světa stále považuje za samozřejmé, že prakticky každý žije v tradiční rodině, ve které je muž hlavním živitelem. Ti, kteří pohlíží na genderové role z této perspektivy, také spíše souhlasí se zvýhodněním pracovních příležitostí pro muže. V Africe, Asii a především v islámských zemích velká část veřejnosti nebo dokonce absolutní většina má za to, že muži mají větší právo na práci než ženy. V Evropě, Kanadě a USA je naopak většina veřejnosti přesvědčena, že muži nemají větší právo na práci než ženy. Zatímco tak například v Egyptě souhlasí 90 % veřejnosti s tím, že muži mají větší právo na práci než ženy, ve Švédsku s tímto názorem souhlasí jen 2 % veřejnosti (Inglehart et al., 2004). K podpoře genderové rovnosti, jak ukazuje výzkum, přispívá také ekonomický status a hodnotová orientace jednotlivce. Materialisté souhlasí s tvrzením, že muži mají větší právo na práci než ženy. Čím jsou respondenti vzdělanější a čím vyšší je příjmová skupina, ze které pocházejí, tím více podporují genderovou rovnost. V roce 1990 celých 34 % obyvatel Francie, Velké Británie, západního Německa, Itálie a Holandska souhlasilo s tvrzením, že "Když je nedostatek práce, mají na ni větší právo muži než ženy". V roce 2006 s tímto tvrzením souhlasilo již jen 20 % dotázaných (Inglehart, 2008).

Mění se také postoje k homosexualitě (Inglehart, 2006). V roce 1981 k ní měla ještě téměř polovina respondentů v pěti západních státech negativní postoj, v západní Evropě téměř

50 % a v USA 65 % respondentů odmítalo homosexualitu jako zcela neospravedlnitelnou. Postoje se však v následujících letech změnilly. V roce 2000 tento extrémní postoj zastávalo v západní Evropě zhruba 25 % a v USA 32 % dotázaných. Větší tolerance, ke které dochází prostřednictvím střídání generací v populaci, vedla k takovým společenským změnám, jako je legalizace homosexuálních sňatků jak v západní Evropě, tak i v některých částech USA.

11.7 Vliv náboženství na hodnoty

Z předchozích zjištění je zřejmé, že posun na dimenzi hodnot tradičních a sekulárně racionálních představuje především posun k sekularizaci společnosti a změně hodnot ve směru vyššího důrazu na hodnoty individuální. To s sebou nese významnou změnu v tom, jaké autoritě lidé přikládají důležitost. Zatímco v preindustriálních/agrárních společnostech poskytuje lidem pocit jistoty a předpověditelnost víra v Boha a náboženské instituce, ve fázi modernizace jsou tyto náboženské instituce nahrazovány autoritami ryze světskými. V období postmodernizace jsou odmítány všechny autority, tedy jak náboženské tak byrokratické. Je zdůrazňována autonomie jedince a upřednostňována snaha o individuální sebenaplnění (Inglehart et al. 2008).

Podle Norrisové a Ingleharta (2004) pro obyvatele chudých zemí, vystaveným nepříznivým podmínkám, ať již jde o podmínky ekonomické nebo sociální, jsou důležité náboženské přesvědčení a víra, které jim poskytují pocit předpověditelnosti a jistoty. Tomuto tvrzení odpovídá zjištění, že vysoká úroveň religiozity predikuje relativně vysokou úroveň spokojenosti a štěstí. To je případ Latinské Ameriky, kde tradiční víra v Boha přetrvává, a kde všech 13 zemí vykazuje vyšší úroveň spokojenosti a štěstí. A to i přesto, že ekonomická úroveň těchto zemí je nižší, než je tomu u řady bývalých post-komunistických států, jejichž obyvatelé jsou naopak méně spokojeni a šťastní, ale také nejméně věřící: pro 76 % respondentů ze zemí Latinské Ameriky hraje náboženská víra v jejich životě významnou roli („Bůh je v mém životě velice důležitý“), v postkomunistických zemích toto tvrzení platí pouze pro 27 % respondentů. Důraz na náboženství poklesl ve většině ekonomicky vyspělých zemí (např. Rakousko, Kanada, Francie, Německo a další) a naopak vzrostl ve většině rozvojových zemí (např. Bangladéš, Brazílie, Mexiko). Výsledky výzkumu potvrzují tezi o mezigeneračním posunu od materialistických k postmaterialistickým hodnotovým preferencím jako důsledku zvyšující se úrovně existenční jistoty a bezpečí. Protože pro postmaterialisticky orientované jedince se stalo přežití již samozřejmostí, nemusejí se obracet k náboženské víře, ve které by hledali útěchu v období nejistoty. Zjištění nasvědčují tomu, že

především v postindustriálních společnostech postmaterialisté výrazně méně zdůrazňují hodnotu náboženství než materialisté. Ženy zůstávají religióznější než muži. Podobně, přes obecnou představu, že starší lidé více inklinují k náboženství, to platí jen v některých zemích. Pro mladé lidi je náboženství stejně tak důležité jak pro starší, v některých zemích dokonce i důležitější (např. Makedonie, Tanzanie). Je však pravdou, že zejména v ekonomicky vyspělých státech byly zjištěny rozdíly mezi respondenty staršími 50 let a respondenty mladšími 30 let. To však Inglehart připisuje spíše mezigeneračním posunu k sekularizaci než obecné tendenci k náboženství u starších lidí. V ekonomicky vyspělých zemích je také méně důležité náboženství pro lidi s vyšším vzděláním a vyšším příjmem. V zemích, které nedosahují takového blahobytu, je náboženství důležité bez ohledu na vzdělání a příjem. Tato skutečnost také odpovídá zjištěním, že materialisté zdůrazňují hodnotu náboženství více než postmaterialisté, protože jim poskytuje útěchu a naději v době nejistoty. Nicméně byly zjištěny odchylky od tohoto vzorce. Pro obyvatele USA a Irska je náboženství v životě důležitější, než by předpokládala jejich ekonomická úroveň. Výzkum přinesl také další významné zjištění, že náboženské přesvědčení je spojeno pocitem **národní hrdosti** (Inglehart et al., 2008). Nejrozšířenějším měřením národní hrdosti je otázka, která se ptá, jak jsou respondenti hrdí, že jsou obyvateli své země. Vysoká míra náboženského přesvědčení a hrdosti na příslušnost ke své zemi byly zjištěny zejména v méně rozvinutých společnostech. V latinsko-amerických státech 77 % respondentů uvedlo, že jsou velmi hrdí na svoji příslušnost, ve srovnání s 39 % respondentů v post-komunistických zemích.

11.8 Kritika měření postmaterialismu

Vytvoření Inglehartova indexu materialismu / postmaterialismu vyvolalo nemalé diskuze. Přes výsledky, které zkoumání změn postmaterialistických / materialistických hodnot přinesly, někteří autoři se na základě vlastních výzkumů snaží zpochybnit platnost Inglehartových hypotéz a/nebo jeho nástroj měření materialismu / postmaterialismu.

První oblast kritiky se týká otázky měření a vhodnosti použitých indikátorů (Clarke, Dutt a Rapkin, 1997, 1999; Davis a Davenport, 1999). Darren Davis a Christian Davenport (1999) namítají, že index měří pouze stávající politické otázky. V případě, že dojde k růstu míry inflace, zvýší se míra materialismu. Vyšší nezaměstnanost (se kterou Inglehart ve svém indexu neoperuje) by naopak vedla k vyššímu počtu postmaterialistů a smíšených typů, neboť vyšší nezaměstnanost způsobuje nižší míru inflace. Herold Clarke a jeho spolupracovníci (Clarke, Dutt a Rapkin, 1997) tvrdí, že v obdobích vysoké nezaměstnanosti mají respondenti

tendenci vybírat postmaterialistické cíle. Respondenti, kteří se obávají nezaměstnanosti, jsou nuceni vybírat mezi položkami, kterých se obávají méně. Následkem toho mohou být klasifikováni jako postmaterialisté nebo jako hodnotově smíšené typy. Dlouhodobý posun k postmaterialismu je proto podle těchto autorů v posledních desetiletích v západní Evropě výsledkem rostoucí úrovně nezaměstnanosti. Navíc by měly být vzaty v úvahu další proměnné, jako vzdělání, pohlaví a příjem respondentů. Inglehart a jeho kolegové (Abramson, Ellis a Inglehart, 1997) připouštějí, že rostoucí inflace má krátkodobý účinek na pokles postmaterialismu, ale trvají na tom, že myšlenka pozitivního vztahu mezi nezaměstnaností a postmaterialismem je nepodložená a spekulativní.

Jiní autoři diskutují o tom, zda skutečně dochází k posunu od materialistických k postmaterialistickým hodnotám. Dlouholetý Inglehartův kritik Scott Flanagan (1987) se v zásadě shoduje s Inglehartovou koncepcí postmaterialistických hodnot, používá však pro tyto hodnoty termín *liberální* či *libertariánské* (*libertarian*). Zatímco Inglehart pracuje pouze s jednou dimenzí, Flanagan definuje dvě odlišné dimenze, ve kterých se mění hodnoty. První dimenze se týká rozložení hodnot, na základě kterých identifikuje materialisty a “nematerialisty” (*nonmaterialists*) a odlišuje tak zastánce “staré politiky” od “nové politiky”. Materialisté mají tendenci spojovat politiku s ekonomickými zájmy, což podle něj koresponduje se zájmy tradičních pravicových a levicových stran. Naopak “nematerialisté” zdůrazňují buď autoritářské nebo “libertariánské” hodnoty, tedy hodnoty, které zastávají hnutí nové levice a nové pravice. Druhá dimenze se dotýká rozdělení hodnot nematerialisticky orientovaných typů. Autoritářské typy se přiklání k nové pravici vyznačující se nacionalistickými tendencemi (antifeministická hnutí, podpora tradičních morálních a náboženských hodnot, patriotismus, právo a pořádek, nesouhlas s imigrací a právy menšin, respekt k tradičním symbolům). Indeterministicky orientovaní jedinci oproti tomu spíše podporují tzv. novou levici a důraz kladou na hodnoty, které Inglehart označuje jako postmaterialistické. Materialismus se v pojetí Flanagana týká pouze ekonomické sféry; jde o důraz na stabilní ekonomiku, ekonomický růst, boj s inflací, vlastní lukrativní zaměstnání atp. Oproti tomu se autoritářství týká otázek bezpečí, řádu, boje se zločinností, disciplíny, netolerantních postojů k etnickým menšinám, podpory tradičních a religiózních hodnot atp. Inglehart tak podle Flanagana směšuje dva teoreticky i empiricky nesourodé pojmy.

Flanagan navíc považuje za vhodnější každou položku v baterii zvlášť hodnotit (*rating*) než položky řadit (*ranking*). Podobně kriticky přistupují k měření materialistických-postmaterialistických hodnot také Clive Bean a Elim Papadakis (1994), kteří ve svém

výzkumu použili namísto řazení hodnot jejich hodnocení (přidělením určitého počtu bodů). Výsledkem tohoto způsobu měření bylo setřetí rozdílů mezi materialistickými a postmaterialistickými položkami. Podle Ingleharta (1997) však není tento způsob hodnocení vhodný, protože nemůže ve skutečnosti zjistit hodnotové priority respondentů, protože většinu cílů označí lidé za žádoucí. Při řazení cílů musí vyjádřit svůj názor, které dva z nich jsou pro ně nejdůležitější. Je tak možné zjistit jejich *priority* mezi více pozitivně hodnocenými cíli.

Přes tyto a další kritiky má Inglehartův index měření materialistických a postmaterialistických hodnot řadu zastánců a je dodnes jako validní měřicí nástroj používán ve výzkumech po celém světě.

11.9 Shrnutí

Ronald Inglehart vnesl do západní společenské vědy ojedinělou koncepci hodnotové změny od materialismu k postmaterialismu. Původním termínem postmaterialismu označuje syndrom hodnotových preferencí v současných vyspělých západních společnostech vstupujících do jejich postindustriální vývojové fáze.

Jak tradiční, tak moderní hodnoty jsou utvářeny nedostatkem. Přejít od materialistických k postmaterialistickým hodnotám je ve vyspělých průmyslových společnostech pouze jedním z aspektů mnohem rozsáhlejších změn vedoucích k tomuto přechodu. Nové hodnoty ve vyspělých zemích tak reflektují podmínky ekonomického bezpečí (Inglehart, 2000). Posun k postmaterialistickým hodnotám se zdá být součástí procesu kulturní změny.

Je ovšem otázkou, zda je vůbec možné uskutečnit mezinárodně srovnatelný výzkum takového rozsahu ve společnostech s různou tradicí, kulturou, náboženstvím a žebříčkem hodnot. Zda nejde o přirozený vývoj společnosti, postmoderní konec pokroku, přičemž materiální zajištění s tím nemá co dělat. Zda nejde o jednu z fází cyklického střídání období, kdy čas materialistický je nahrazen ideačním stejně, jako tomu bylo již v dějinách lidstva několikrát (Sorokin, 1947; Spengler, 2010; Toynbee, 1955).

12 Empirická část

12.1 Úvod do empirické části

V empirické části své práce testuji několik *hypotéz*, které jsem vyvodila z teorií uvedených v části první. Využila jsem k tomu data, která na svých webových stránkách nabízí výzkumná agentura World Values Survey (WVS). WVS je mezinárodním výzkumem, ve kterém jsou národně reprezentativním souborům z několika desítek států z celého světa administrovány stejné dotazníky. Z této databáze jsem získala data od souboru cca 100 000 respondentů ze 70 států celého světa. Řada proměnných v této databázi se týká i *kvality života* a jejích determinant.

Data získaná od jedinců, kteří jsou „uhnízdění“ uvnitř jednotlivých států, lze analyzovat několika různými způsoby. Za prvé umožňují zkoumat *průměrné hodnoty* mezi různými skupinami **uvnitř států**. Jsou muži se svými životy spokojenější než ženy? Podobně můžeme porovnávat i *korelační a regresní koeficienty*. Ve kterých státech je souvislost mezi příjmy a spokojeností se životem nejsilnější a ve kterých nejslabší? Ve kterých státech jsou se svými životy spokojenější spíše jedinci orientovaní materialisticky a ve kterých spíše jedinci postmaterialisticky?

Tato data umožňují obdobně zkoumat *průměry* a *korelace* a jiné vztahy mezi proměnnými měřenými **na úrovni států**. Tedy *mezikulturní* (mezinárodní) *srovnání*. Zde jsou kladeny například otázky: Ve kterých státech jsou se svými životy lidé v průměru nejspokojenější a ve kterých nejméně? Ve kterých státech jsou lidé více a které méně materialističtí? Ve kterých státech mají lidé nejsilnější a ve kterých nejslabší pocit autonomie? Jak souvisí HDP/c (hrubý domácí produkt na obyvatele) s průměrnou spokojeností se životem v různých státech?

Konečně třetí možností je zkoumat tzv. *meziúrovňové interakce*. Můžeme pak například dospět k překvapivému zjištění, že platí, že čím jsou státy v průměru více postmaterialistické, tím jsou v nich lidé se svými životy v průměru spokojenější, avšak že zároveň platí, že v postmaterialistických státech jsou se svými životy spokojenější lidé orientovaní materialisticky než postmaterialisticky. Jinými slovy: Co platí na úrovni států, to nemusí platit na úrovni jedinců; a naopak. Můžeme si pak občas uvědomit, že to, co platí v naší společnosti a pro co máme někdy tendenci hledat „univerzální vysvětlení“, v jiných společnostech neplatí, nebo že v nich platí dokonce pravý opak. Tato zjištění jsou tedy nejen „zajímavá“, ale jsou i teoreticky významná.

12.2 Hypotézy

Ve výzkumu jsem formulovala několik hypotéz týkajících se faktorů, které ovlivňují kvalitu života. Kvalitu života zde – v souladu se způsobem jejího zjišťování v uvedených databázích – chápu jako *spokojenost se životem*. Tam, kde to teoretická východiska dovozovala, jsem se pokusila formulovat hypotézy na úrovni jedinců (uvnitř států) i na úrovni států. Otázku meziúrovňových interakcí jsem zpravidla nechala otevřenou pro *exploraci*. Zde zpravidla chybí teoretická východiska. Je to zřejmě tím, že všechny teorie, ze kterých vycházím, jsou vytvořeny liberálními autory z bohatých západních států, zejména z USA. Například hypotéza, podle níž je autonomie podmínkou spokojeností se životem, je patrně myslitelná pouze v tomto kulturním okruhu. A patrně pouze v něm bude platit. Ale to je pouze domněnka; nemohu zdůvodněně tvrdit, že by neměla platit v jiném kulturním okruhu.

Některé z faktorů, které v hypotézách uvádím do vztahu se spokojeností se životem, jsou dosud spíše „popisného“ charakteru – například věk, pohlaví, příjmy či vzdělání. Ačkoli jsou po léta zjišťovány určité souvislosti, není jasné, čím lze tyto souvislosti vysvětlit, ani jaký „teoretický status“ tyto proměnné vlastně mají. V USA se například po desetiletí ukazovalo, že jsou muži se svými životy spokojenější než ženy, dnes se naopak ukazuje, že jsou s nimi v průměru spokojenější ženy (Smith a Baltes, 1998; Mroczek a Kolarz, 1998; Wood, Rhodes a Whelan, 1989; Frey a Stutzer, 2000). Různí autoři samozřejmě *ex post facto* nabízejí různá vysvětlení; žádný z nich však tyto změny nepredikoval. Není totiž dosud úplně jasné, proč jsou někteří lidé spokojenější než jiní, a jak toto „proč“ souvisí s pohlavím (či věkem atd.). Ani to, zda je toto „proč“ univerzální, platné ve všech kulturách.

Věk a pohlaví

První dvě hypotézy jsem vyvodila z teorie R. Easterlina (2001). Podle tohoto autora budou v mladém dospělém věku se svými životy spokojenější ženy než muži, ve středním věku dojde k obratu a ve stáří budou se svými životy spokojenější muži než ženy. Easterlin tato očekávání zdůvodňuje tím, že muži mají v mladším věku vyšší aspirace než příjmy, což vede k negativní diskrepanci a k nespokojenosti. Ve středním věku se tyto dvě proměnné dostanou zhruba na stejnou úroveň a ve stáří se muži – díky kariéře – dokonce dočkají toho, že mají vyšší zdroje než materiální aspirace (které již mezitím větším dílem satureovali). U žen je průběh přesně obrácený. Jejich materiální aspirace jsou mnohem lépe satureovány v mládí než v dospělosti a ve stáří. Proto u nich s věkem narůstá diskrepance a ubývá spokojenosti.

Jak jsem ale již zmínila, ukazují současné výzkumy, že jsou v průměru ženy se svými životy o něco spokojenější než muži. Inglehart (2002) to vysvětluje tím, že posun ve společnosti směrem ke genderové rovnosti má tendenci zvyšovat subjektivní spokojenost žen. Proč by ale měly být ženy spokojenější než muži, tato hypotéza nevysvětluje.

H1: Ženy budou se svými životy spokojenější než muži

H2: Ženy budou se svými životy spokojenější především v první polovině života, muži především v polovině druhé.

Příjem a HDP/c

V souladu s výsledky řady výzkumů jsem formulovala hypotézu týkající se příjmů na úrovni jedinců:

H3: Čím budou mít jedinci vyšší příjmy, tím budou celkově spokojenější se svými životy

I v tomto šetření jsem očekávala, že lidé z bohatších zemí budou v průměru šťastnější než lidé ze zemí chudších, a že po dosažení určité výše HDP/c tento vztah přestane platit.

H4: Čím vyšší bude HDP/c státu, tím budou jeho obyvatelé se svými životy spokojenější.

H5: Tento vztah však nebude pouze lineární, ale i záporně exponenciální: spokojenost se životem bude růst lineárně, bude-li se HDP/c zvyšovat exponenciálně.

Kromě toho jsem formulovala exploračně jednu další hypotézu, která se týká meziúrovňové interakce. V souladu s hypotézou marginální utility lze očekávat, že

H6: Čím vyšší bude HDP/c v daném státu, tím méně bude spokojenost života jejich obyvatel závislá na výši osobních příjmů

Vzdělání

Vyšší vzdělání poskytuje jedinci možnost lepšího uplatnění v dalším životě a mělo by se projevat v jeho lepším hmotném zabezpečení. To vše se může promítat i do větší autonomie jedince. Kromě toho vzdělání souvisí s řadou dalších kulturních hodnot, zážitků a příležitostí. Lze proto očekávat, že

H7: Čím budou jedinci vzdělanější, tím budou se svými životy spokojenější.

Na úrovni států lze rovněž očekávat, že čím více jsou v něm v průměru lidé vzdělaní, tím je stát bohatší, tím více jedinců bude vyznávat postmaterialistické hodnoty, tím vyšší bude míra autonomie v něm atp. Analogicky lze proto očekávat, že

H8: Čím vyšší bude průměrná vzdělanost na úrovni státu, tím v něm budou v průměru lidé se svými životy spokojenější.

Hodnoty

V souladu s Inglehartem (2000) lze očekávat, že ekonomický rozvoj napomáhá šíření postmaterialistických hodnot. Očekávala jsem proto, že bude jejich rozšíření jak na osobní úrovni, tak na úrovni států spojeno s relativně vysokou úrovní subjektivního pocitu pohody.

H9: Jedinci budou se svými životy tím spokojenější, čím více budou orientováni postmaterialisticky.

H10: Čím budou společnosti více postmaterialistické, tím více v nich budou obyvatelé v průměru spokojenější se svými životy.

Autonomie: Míra svobody při volbě a kontrole

Jak jsem uvedla v teoretické části této práce, je podle teorie sebedeterminace (Ryan a Deci, 2000) autonomie jednou z univerzálních základních psychologických potřeb. Její uspokojení může být spojeno s životní pohodou, zatímco její zmaření může mít negativní důsledky.

Očekávala jsem, že se tento vztah prosadí jak na úrovni jedinců, tak na úrovni států.

H11: Čím autonomnější se jedinec bude cítit ve svém jednání a chování, tím bude spokojenější se svým životem.

H12: Ve státech s vyšší mírou autonomie budou lidé v průměru se svými životy spokojenější.

Hodnoty a autonomie

Lze ovšem předpokládat, že čím více bude společnost postmaterialistická, tím více se v ní budou lidé cítit autonomní. A protože očekávám, že obě proměnné budou mít vliv na spokojenost se životem, a to jak na úrovni jedinců, tak i na úrovni států, vzniká otázka, zda budou tyto účinky platit i při jejich vzájemné kontrole. Protože jsou postmaterialistické

hodnoty (svoboda slova atp.) do určité míry hodnotami, které vyznávají autonomní jedinci, očekávala jsem, že bude jejich účinek na spokojenost se životem touto proměnnou buď zcela, nebo alespoň částečně (neboť zahrnuje i jiné komponenty) zprostředkovan. Formulovala jsem tuto hypotézu:

H13: Vliv hodnotové orientace na spokojenost se životem bude (částečně nebo plně) zprostředkovan autonomií jedince.

Exploračně jsem tuto hypotézu formulovala i pro úroveň států. Jsem si ovšem vědoma, že z jedné úrovně na druhou usuzovat nelze.

H14: Vliv hodnotové orientace na spokojenost se životem bude i na úrovni států (částečně nebo plně) zprostředkovan mírou autonomie na úrovni států.

12.3 Soubor a metoda

World Values Survey (WVS, Světový výzkum hodnot) je celosvětovým zkoumáním sociokulturních a politických změn. Do výzkumu jsou zapojeni vědci, kteří reprezentují širokou škálu vědních disciplín a řadu kultur, a kteří mají společný zájem: porozumět sociálním změnám, které transformují světónázor lidí a základní motivace. Výzkum poskytuje data reprezentativních národních vzorků obyvatelstva desítek společností, s různou úrovní příjmů, od demokratických států po státy autoritářské, od společností s tržní ekonomikou po společnosti, které stojí teprve na jejím prahu. Pokrývá země, které jsou historicky utvářeny různými náboženstvími a kulturními tradicemi, od křesťanství přes islám po hinduismus; společnosti, které zdůrazňují společenskou konformitu po společnosti, kde je hlavní důraz kladen na lidskou emancipaci a sebevyjádření.

Světový výzkum hodnot je pokračovatelem projektu *European Values Study* (EVS, Evropský výzkum hodnot), který byl poprvé uskutečněn v roce 1981. Evropský výzkum hodnot byl uskutečněn v 10 západoevropských zemích. Úspěch prvního šetření EVS dal vzniknout i obdobnému celosvětovému šetření v letech 1981 až 1984. Na konci osmdesátých let se řešitelské týmy oddělily, druhá vlna výzkumů probíhající v letech 1990 až 1993 probíhala v některých zemích jako současný výzkum EVS i WVS v některých (například právě u nás) se konala obě šetření odděleně, ačkoliv oba výzkumy byly téměř totožné. Tematicky výzkumy hodnot zkoumají například hodnoty, morálku, náboženství, vztahy k různým sociálním skupinám i mnoho dalších souvisejících témat. Oba druhy šetření v

současné době probíhají do značné míry nezávisle na sobě a kontakty mezi oběma výzkumy a řešitelskými týmy samozřejmě existují a nadále se posilují. Koordinace a distribuce dat probíhá v Institutu pro sociální průzkum (Institute for Social Research) na Michiganské univerzitě pod vedením Ronalda Ingleharta.

Výsledky z první vlny WVS probíhající v letech 1981 - 1983, která zahrnovala šetření v 22 zemích, poukázaly na to, že dochází k mezigenerační změně základních hodnot, které se vztahují k politickým otázkám, ekonomickému životu, náboženství, generovým rolím, rodinným a sexuálním normám. Hodnoty mladších generací se liší od hodnot, které přetrvávají mezi staršími generacemi – zvláště ve společnostech, které zažily rychlý ekonomický růst.

Druhá vlna výzkumů WVS, která probíhala v rozpětí let 1990 – 1991 měla za cíl zkoumat, zda skutečně k těmto změnám dochází a analyzovat jejich příčiny. Tato druhá vlna výzkumů proběhla v letech 1990 – 1991 a od samého počátku byla pojata na úrovni celosvětového zkoumání změny hodnot. Protože bylo zřejmé, že jsou tyto změny spojeny s ekonomickým a technologickým rozvoje, bylo důležité zahrnout společnosti, které jsou na různém rozvojovém stupni, tedy jak společnosti s nízkým příjmem tak bohaté státy. Zájem o účast na projektu vzrůstal a výzkum v této druhé vlně zahrnoval již 43 zemí s více jak 70% světové populace.

Třetí vlna výzkumů se uskutečnila v letech 1995 – 1998. Data z let 1990 – 1991 ukázala, že od roku 1981 došlo ke změně hodnot. Až na pár výjimek docházelo ke změnám stejným směrem: mnoho klíčových hodnot se lišilo podle úrovně ekonomického rozvoje; společnosti, které bohatly, se ubíraly předvídatelným směrem a ve velké míře byly tyto kroky spojeny s mírou ekonomického růstu. Několik zemí zažilo těžký pokles a téměř všechny se obrátily opačným směrem. Tyto výsledky přináší důkaz o tom, že tyto změny mají důležitý politický a společenský / sociální význam. Jedna základní dimenze se úzce vztahovala ke změnám v náboženství, generových rolích a míře porodnosti. Další základní dimenze se vztahovala ke vzniku a přežití demokratických institucí. Třetí vlna výzkumu proběhla v letech 1995 – 1998. Výzkum se tentokrát uskutečnil již v 55 zemích, pokrývající vznikající demokracie ve východní Evropě, Latinské Americe a Asii. Pozornost byla věnována v tomto výzkumu také analýze kulturních podmínek, které přispívají k demokracii.

Cílem výzkumů čtvrté vlny WVS za období let 1999 – 2001 bylo lépe zmapovat africké a islámské země. Celkem byl proveden výzkum v 66 nezávislých zemích. Tyto země zahrnují téměř 80 % světové populace. Výzkum světových hodnot poskytuje široký rejstřík změn,

který vůbec kdy byl k dispozici pro analýzu vlivu hodnot na politický a společenský život. Unikátní databáze umožňuje zkoumání spojitostí mezi hodnotovou orientací a ekonomickým růstem, mezi znečišťováním životního prostředí a postojem veřejnosti k ochraně životního prostředí, nebo mezi politickou kulturou a demokratickými institucemi.

Pátá vlna výzkumu se uskutečnila v letech 2005 až 2007 a zahrnovala tři základní koncepty: Inglehartův koncept materialismu / postmaterialismu (1977), Inglehartův a Welzelův koncept dimenze sekulárních – racionálních hodnot a dimenze hodnot sebevyjádření (2005), a poprvé také kruhový model hodnot S. Schwarz (Schwarz, 1992, 1994). Výzkum reprezentuje data 97 zemí a zahrnuje téměř 90% celkové světové populace.

Data z tohoto šetření nebyl však v době zpracování této části práce dostupná.

12.4 Analyzovaná data

V analýzách jsem využila data shromážděná v letech 1999 – 2004 v rámci Světového výzkumu hodnot (WVS), která byla postupně zpřístupňována pro odbornou veřejnost na webových stránkách agentury realizující tento výzkum.

Celkem se šetření zúčastnilo 101172 respondentů, z toho 51738 žen a 49387 mužů, ze sedmdesáti států z pěti kontinentů. Pro mne bylo důležité, že v něm bylo zahrnuto i značné množství států z bývalého „socialistického bloku“, včetně Česka a Slovenska.

12.5 Statistická pomoc a statistický software

O spolupráci při analýze dat jsem požádala svého školitele doc. Karla Hnilicu, CSc. Ten data analyzoval v souladu s mými hypotézami. K analýze dat použil statistický software SPSS.

12.6 Jednotlivé soubory

V následující tabulce jsou uvedeny všechny státy, ve kterých šetření probíhala, a počty respondentů v každém z nich. Státy jsem v ní seřadila podle abecedy v rámci jednotlivých kontinentů.

Tabulka 11: Přehled jednotlivých států a počty respondentů v šetřeních WVS

SVĚTADÍL	STÁT	N	SVĚTADÍL	STÁT	N
EVROPA	Albánie	1000		Velká Británie	1000
	Belgie	1912	SEVERNÍ AMERIKA	Kanada	1931
	Bělorusko	1000		USA	1200
	Bosna a Hercegovina	1200	JÍŽNÍ AMERIKA	Argentina	1280
	Bulharsko	1000		Chile	1200
	Česko	1908		Mexiko	1535
	Dánsko	1023		Peru	1501
	Estonsko	1005		Portoriko	720
	Finsko	1038		Venezuela	1200
	Francie	1615	ASIE	Bangladéš	1500
	Holandsko	1003		Čína	1000
	Chorvatsko	1003		Filipíny	1200
	Irsko	1012		Indie	2002
	Island	968		Indonésie	1004
	Itálie	2000		Irák	2325
	Litva	1018		Irán	2532
	Lotyšsko	1013		Izrael	1199
	Lucembursko	1211		Japonsko	1362
	Maďarsko	1000		Jordán	1223
	Makedonie	1055		Korea	1200
	Malta	1002		Kyrgyzstán	1043
	Moldávie	1008		Pákistán	2000
	Německo	2036		Saudská Arábie	1502
	Polsko	1095	Singapur	1512	
	Portugalsko	1000	Turecko	4607	
	Rakousko	1522	Vietnam	1000	
	Rumunsko	1146	AFRIKA	Alžír	1282
	Rusko	2500		Egypt	3000
	Řecko	1142		Jihoafriická republika	3000
	Severní Irsko	1000		Maroko	2264
	Slovensko	1006		Nigerie	2022
Slovinsko	1331	Tanzanie		1171	
Srbsko a Černá Hora	2260	Uganda		1002	
Španělsko	2409	Zimbabwe		1002	
Švédsko	1015	CELKEM	101172		
Ukrajina	1195				

13 Výsledky analýz

13.1 Spokojenost se životem (SWL)

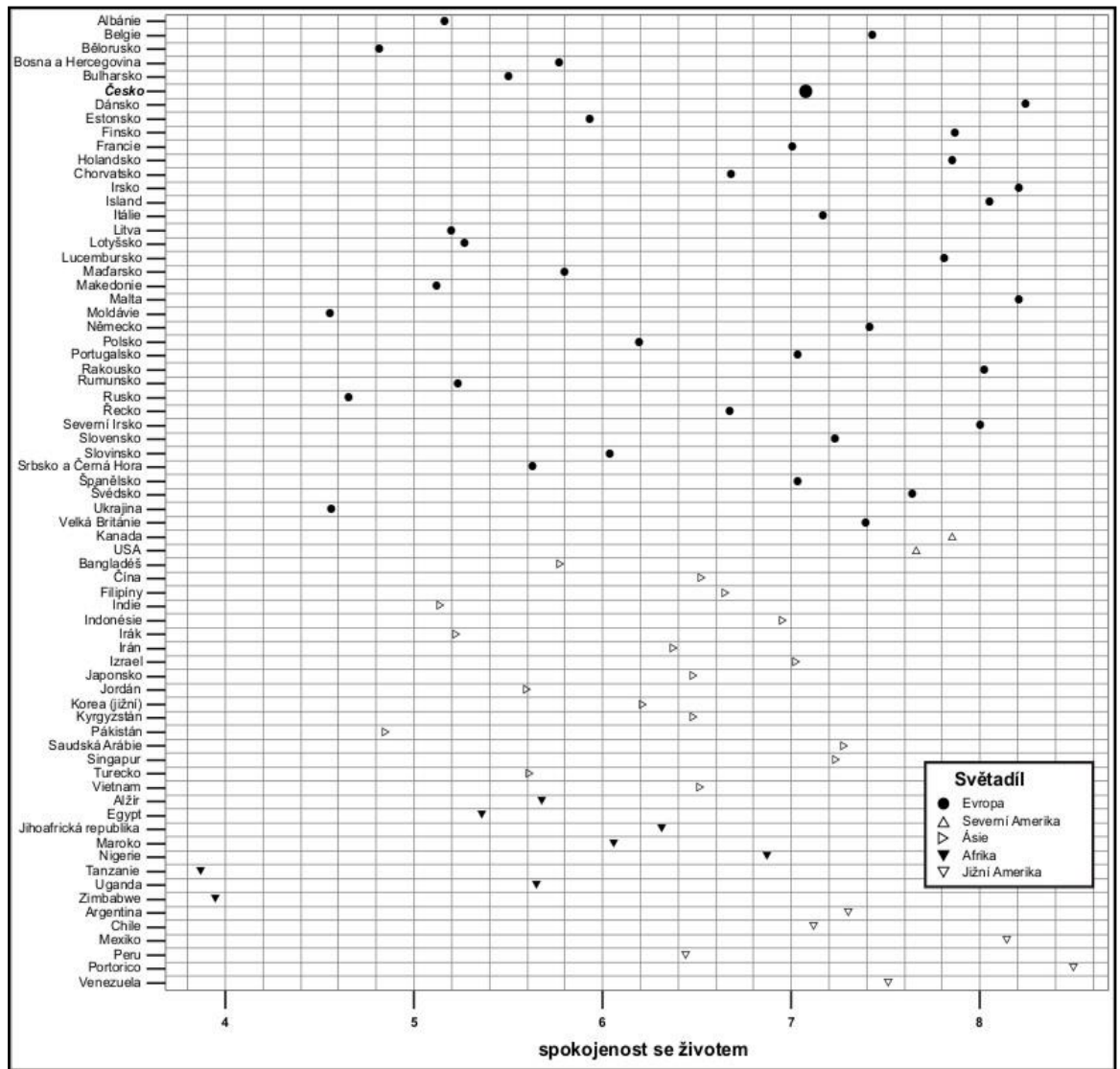
V šetření byla ve všech státech položena otázka „*Jak jste celkově spokojen/a se svým životem?*“ K odpovědi byla použita stupnice od 0 (= vůbec ne) po 10 (= naprosto). V tabulce uvádím průměrné hodnoty za jednotlivé státy. Uvnitř jednotlivých kontinentů jsou hodnoty seřazeny podle velikosti.

Tabulka 12: Spokojenost se životem v jednotlivých státech

SVĚTADÍL	STÁT	SWL	SVĚTADÍL	STÁT	SWL
EVROPA	Dánsko	8,240	SEVERNÍ	Kanada	7,801
	Malta	8,206	AMERIKA	USA	7,654
	Irsko	8,165	JIŽNÍ AMERIKA	Portorico	8,494
	Severní Irsko	8,069		Mexiko	8,133
	Island	8,053		Venezuela	7,518
	Rakousko	8,019		Argentina	7,325
	Holandsko	7,877		Chile	7,122
	Lucembursko	7,871	Peru	6,440	
	Finsko	7,870	ASIE	Saudská Arábie	7,282
	Švédsko	7,653	Singapur	7,134	
	Německo	7,608	Izrael	7,026	
	Belgie	7,560	Indonésie	6,958	
	Velká Británie	7,397	Filipíny	6,670	
	Slovensko	7,233	Čína	6,530	
	Itálie	7,171	Vietnam	6,517	
	Česko	7,057	Japonsko	6,484	
	Španělsko	7,042	Kyrgyzstán	6,482	
	Portugalsko	6,984	Írán	6,377	
	Francie	6,930	Jižní Korea	6,214	
	Řecko	6,673	Bangladéš	5,778	
	Chorvatsko	6,462	Jordán	5,645	
	Polsko	6,374	Turecko	5,623	
	Slovinsko	6,027	Írák	5,227	
	Estonsko	5,899	Indie	5,142	
	Bosna a Hercegovina	5,769	Pákistán	4,853	
	Maďarsko	5,692	AFRIKA	Nigerie	6,874
	Srbsko a Černá Hora	5,623	Maroko	6,046	
	Bulharsko	5,339	Jihoafriická republika	5,812	
Lotyšsko	5,268	Alžír	5,675		
Rumunsko	5,230	Uganda	5,619		
Albánie	5,165	Egypt	5,357		
Makedonie	5,123	Zimbabwe	3,936		
Litva	5,089	Tanzanie	3,866		
Bělorusko	4,815				
Rusko	4,737				
Moldávie	4,572				
Ukrajina	4,560				

Čím vyšší průměrná hodnota, tím vyšší míra průměrné spokojenosti se životem v dané zemi. Výsledky za všechny státy ukazují, že průměrná spokojenost se životem činí 6,481 (při standardní odchylce 1,151). Rozpětí hodnot sahá od 3,866 (Tanzanie) po 8,494 (Portoriko).

Výsledky dále ukazují, že v Evropě jsou se svými životy nejméně spokojeni obyvatelé států z bývalého „socialistického bloku“. Rozdíl mezi na jedné straně Dánskem ($M = 8,24$) a na druhé straně Ukrajinou ($M = 4,56$) a Moldávií ($M = 4,57$) je značný.



Graf 1: Spokojenost se životem v jednotlivých státech

Grafické vyobrazení stejných dat navíc ukazuje, že v rámci každého kontinentu existuje značná variabilita. Největší je však patrně v Evropě. Jako kontinenty, v nichž jsou obyvatelé současně nejvíce spokojeni se svými životy a v nichž jsou mezi státy i nejnižší rozdíly, lze identifikovat Severní Ameriku a Jižní Ameriku.

13.2 Věk, pohlaví, příjmy a HDP/c

V následujících analýzách jsem se zaměřila na souvislosti mezi základními demografickými proměnnými a spokojeností se životem.

Všechny analýzy jsem realizovala pomocí programu SPSS pro Windows (v. 15). Použila jsem modul Mixed models, který umožňuje realizovat současně analýzy na úrovni jedinců i států. Tyto analýzy umožňují empiricky identifikovat vlivy „kultury“ na spokojenost se životem. Kromě toho umožňuje analyzovat i tzv. meziúrovňové interakce. Tedy položit si například otázku, zda v bohatších zemích je souvislost mezi příjmy a spokojeností se životem stejně silná jako ve státech méně bohatých.

Všechny kontinuální proměnné – kromě *Spokojenosti se životem* – jsem před vložením do rovnic vystředila. Tím jsem vyrušila případné rozdíly mezi státy. Rozdíly mezi státy se v podobě průměru prosadí v analýzách na druhé úrovni – tedy na úrovni států/kultur.

13.2.1 Regresní analýzy: věk, pohlaví

V první analýze jsem do modelu zahrнула údaje o pohlaví a věku.

Tabulka 13 : Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na věku a pohlaví

	B	SE(B)	df	t	p
průsečík	6,472	0,135	68,665	47,813	0,000
pohlaví	-0,073	0,015	99204,924	-4,947	0,000
věk	-0,013	0,001	99204,339	-18,530	0,000
věk ²	0,000	0,000	99226,865	10,805	0,000
pohlaví x věk	0,007	0,001	99204,966	7,615	0,000

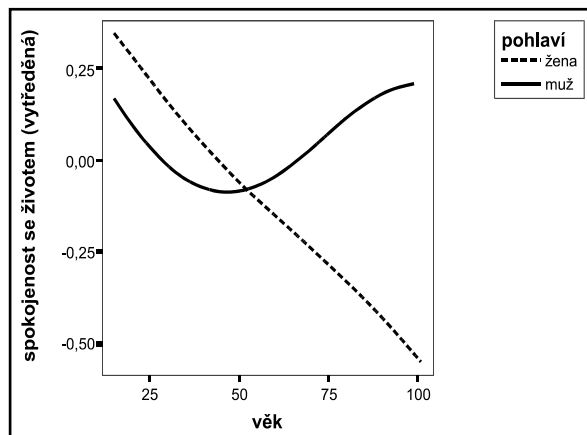
Kódy: pohlaví: 0 = žena, 1 = muž

Výsledky analýzy přes věk a pohlaví ukazují, že

- ženy jsou v průměru se svými životy spokojenější než muži ($B = -0,073$; $p < 0,001$)
- s věkem v průměru ubývá spokojenosti se životem ($B = -0,013$; $p < 0,001$)
- jak ukazuje následující údaj o nestandardizované betě ($B = 0,000$; $p < 0,001$), tento úbytek není čistě lineární, ale má i kvadratickou komponentu
- informace o signifikantní interakci věku a pohlaví ukazuje, že s věkem se u mužů stává negativní vztah mezi věkem a spokojeností se životem méně negativní než u žen.

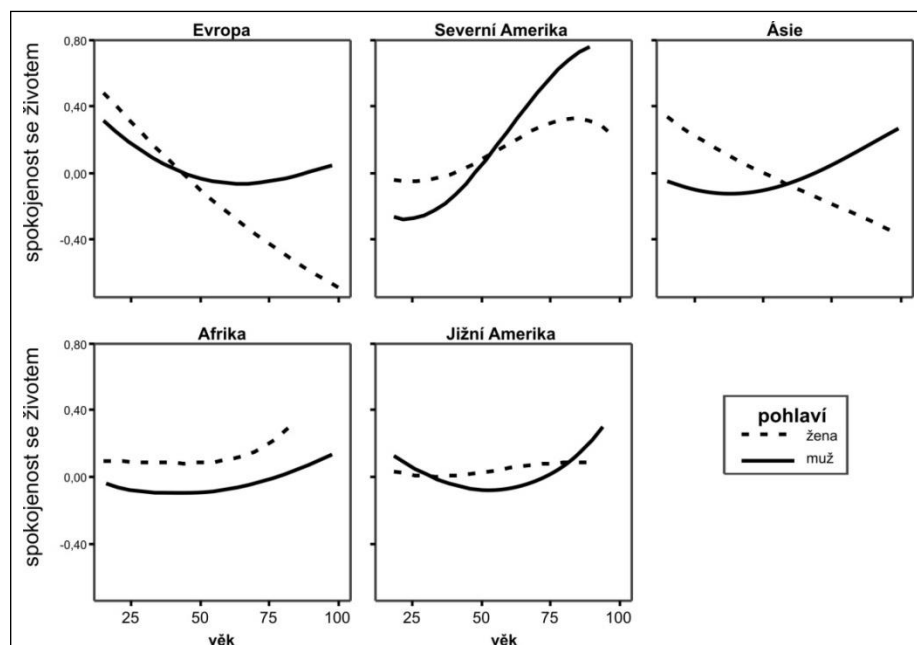
Celkové výsledky (jde o průměrné hodnoty za všechny státy) ukazuje následující obrázek. Je z něj patrné, že ženy jsou po delší část svých životů (cca do 50 až 55 let)

v průměru se svými životy spokojenější než muži. U mužů dochází po 50. roku k obratu k lepšímu, avšak u žen dochází k úbytku spokojenosti takřka lineárně. Data jsou tedy v dokonalé shodě s Easterlinovými hypotézami.



Graf 2: Průměrná spokojenost se životem: interakce věku a pohlaví

Výsledky za jednotlivé kontinenty tento obraz upřesňují – a mírně pozměňují. Zdá se, že Easterlinovy hypotézy platí, i když ne zcela přesně, v kontinentech, v nichž převažují industriální a postindustriální společnosti. V rozporu s touto hypotézou jsou však ženy výrazně spokojenější se svými životy v Africe než v ostatních kontinentech. Zde patrně ekonomické nebo politické vysvětlení selhává.



Graf 3: Průměrná spokojenost se životem podle kontinentů: interakce věku a pohlaví

13.2.2 Příjmy a HDP/c

V jednotlivých databázích jsou uvedeny údaje o průměrných příjmech jedinců (v přepočtu na tisíce US dolarů), kteří se zúčastnili šetření. V databázi chybí údaj za Srbsko a Černou Horu.

V následující tabulce jsou uvedeny korelace mezi příjmy a spokojeností se životem uvnitř jednotlivých států.

Tabulka 14: Korelace mezi příjmy a spokojeností se životem v jednotlivých státech

SVĚTADÍL	STÁT	r	SVĚTADÍL	STÁT	r
EVROPA	Ukrajina	0,405		Srbsko a Černá Hora	...
	Maďarsko	0,370	SEVERNÍ	USA	0,187
	Makedonie	0,360	AMERIKA	Kanada	0,134
	Bulharsko	0,322	JIŽNÍ AMERIKA	Venezuela	0,168
	Bosna a Hercegovina	0,321		Chile	0,160
	Moldávie	0,316		Peru	0,145
	Bělorusko	0,294		Argentina	0,108
	Portugalsko	0,276		Mexiko	0,083
	Albánie	0,272	Portorico	0,052	
	Polsko	0,258	ASIE	Bangladěš	0,347
	Rusko	0,240		Vietnam	0,296
	Estonsko	0,217		Indonésie	0,271
	Slovinsko	0,210		Pákistán	0,262
	Finsko	0,205		Filipíny	0,259
	Belgie	0,201		Korea (jižní)	0,244
	Lotyšsko	0,192		Izrael	0,242
	Česko	0,186		Irák	0,232
	Island	0,186		Irán	0,205
	Litva	0,179		Jordán	0,191
	Francie	0,176		Saudská Arábie	0,191
	Švédsko	0,172		Indie	0,183
	Španělsko	0,167		Čína	0,164
Dánsko	0,166		Japonsko	0,162	
Slovensko	0,146		Turecko	0,150	
Severní Irsko	0,137		Singapur	0,131	
Holandsko	0,135		Kyrgyzstán	0,110	
Itálie	0,134	AFRIKA	Jihoafrická republika	0,390	
Německo	0,128		Maroko	0,269	
Řecko	0,128		Nigerie	0,257	
Lucembursko	0,127		Alžír	0,169	
Velká Británie	0,110		Zimbabwe	0,119	
Rakousko	0,106		Tanzanie	0,080	
Chorvatsko	0,094		Uganda	0,040	
Rumunsko	0,087		Egypt	-0,030	
Malta	0,086				
Irsko	0,070				

Korelační koeficienty jsem v rámci kontinentů seřadila podle velikosti. Výsledky ukazují, že v některých státech je korelace velmi silná (za povšimnutí stojí korelace ve státech bývalého komunistického bloku), s nejsilnější hodnotou na Ukrajině ($r = 0,405$) a nejslabší v Egyptě ($r = -0,03$). Střední hodnotou (mediánem) je $r = 0,179$.

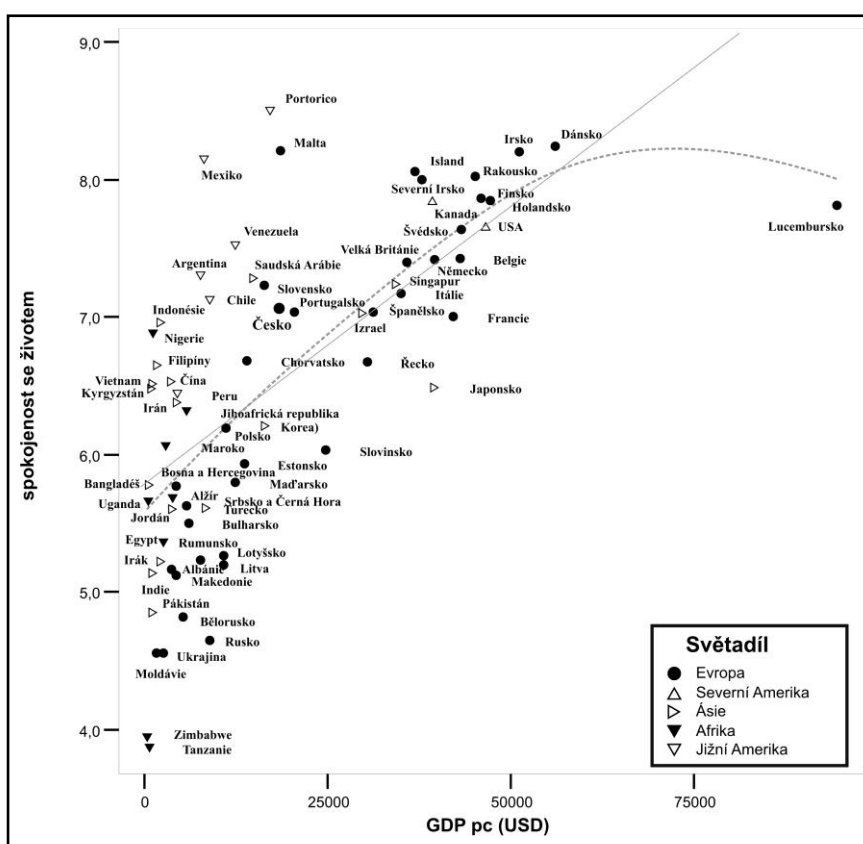
Kromě toho jsem v analýzách pracovala s údaji o HDP/c (hrubý domácí produkt na hlavu, HDP pc, HDP/c), které jsou uveřejněny na internetových stránkách daných států nebo Světové banky a které platily v daných letech. Zjištěné údaje uvádím v tabulce.

Tabulka 15: HDP/c v jednotlivých státech (v USD)

SVĚTADÍL	STÁT	HDP/c	SVĚTADÍL	STÁT	HDP/c
EVROPA	Albánie	3681		Velká Británie	35728
	Belgie	42965	SEVERNÍ AMERIKA	Kanada	39217
	Bělorusko	5122		USA	46443
	Bosna a Hercegovina	4236	JÍŽNÍ AMERIKA	Argentina	7508
	Bulharsko	5916		Chile	8853
	Česko	18194		Mexiko	8040
	Dánsko	55942		Peru	4377
	Estonsko	13509		Portorico	17100
	Finsko	45876		Venezuela	12354
	Francie	42091	ASIE	Bangladěš	559
	Holandsko	47042		Čína	3566
	Chorvatsko	13913		Filipíny	1721
	Irsko	51128		Indie	1033
	Island	36873		Indonésie	2224
	Itálie	34955		Irák	2245
	Litva	10775		Irán	4477
	Lotyšsko	10701		Izrael	29672
	Lucembursko	94418		Japonsko	39573
	Maďarsko	12386		Jordán	3766
	Makedonie	4281		Korea	16450
	Malta	18531		Kyrgyzstán	872
	Moldávie	1496		Pákistán	1017
	Německo	39442		Saudská Arábie	14871
	Polsko	11098	Singapur	34346	
	Portugalsko	20655	Turecko	8427	
	Rakousko	45090	Vietnam	1052	
	Rumunsko	7503	AFRIKA	Alžír	3816
	Rusko	8874		Egypt	2450
	Řecko	30305		Jihoafrická republika	5635
	Severní Irsko	37700		Maroko	2847
	Slovensko	16315		Nigerie	1089
	Slovinsko	24583		Tanzanie	547
Srbsko a Černá Hora	5742	Uganda		472	
Španělsko	31142	Zimbabwe		303	
Švédsko	43147				
Ukrajina	2538				

Hodnoty HDP/c (v USD) jsou v rozpětí od 303 (Tanzanie) do 94418 (Lucembursko). Střední hodnotou (mediánem) je 18773,4, průměrem 18011,6. (Tedy hodnoty, které odpovídají v principu HDP/c České republiky.)

V následujícím obrázku jsou uvedeny souvislosti mezi hrubým domácím produktem a průměrnou spokojeností se životem v jednotlivých státech. Z obrázku je patrné, že v bohatších státech jsou lidé v průměru se svými životy spokojenější než ve státech chudších ($r = 0,674$; $p < 0,001$). Současné je patrné, že tento trend není pouze lineární, ale i kvadratický. Kromě toho je patrné, že průměrný trend vystihuje nejlépe státy v Evropě a v Severní Americe. Platí však ve všech kontinentech.



Graf 4: HDP/c a spokojenost se životem

Současné stojí za povšimnutí, že na nejnižších úrovních HDP/c jsou největší rozdíly v průměrné spokojenosti se životem. Je tedy zřejmé, že nespokojenost na nižších úrovních HDP/c nelze vysvětlit samotnou velikostí tohoto HDP/c. Ve státech bývalého Sovětského svazu – ale i v ostatních státech z postkomunistického bloku – jsou obyvatelé výrazně méně spokojeni se svými životy než ve státech, které nemají komunistickou minulost a jsou přitom ekonomicky stejně nebo ještě méně efektivní.

13.2.3 Regresní analýzy: příjmy a HDP/c

V následující analýze jsem se věnovala otázce vlivu příjmů (v tisících dolarů) a hrubého domácího produktu na osobu (HDP/c nebo HDP pc; v US dolarech) na spokojenost se životem při kontrole pohlaví a věku respondentů.

Tabulka 16: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na příjmech a HDP/c

	B	SE(B)	df	t	p
průsečík	6,611	0,117	66,091	56,656	0,000
pohlaví	-0,116	0,016	85144,727	-7,467	0,000
věk	-0,009	0,001	85142,575	-11,390	0,000
věk ²	0,000	0,000	85172,275	13,661	0,000
pohlaví x věk	0,005	0,001	85144,177	4,738	0,000
příjmy	0,562	0,014	85140,140	39,702	0,000
pohlaví x příjmy	-0,016	0,020	85140,082	-0,804	0,421
HDP pc	0,000	0,000	64,968	7,385	0,000
(HDP pc) ²	-0,000	0,000	65,390	-2,589	0,012
příjmy x HDP pc	-0,000	0,000	85140,080	-11,843	0,000

Kódy: pohlaví: 0 = žena, 1 = muž

Výsledky analýz ukazují, že

- čím vyšší má jedinec osobní příjmy, tím je spokojenější se svým životem
- tento vztah platí pro muže i ženy v principu stejně
- čím vyšší je HDP/c, tím jsou v průměru v dané zemi lidé se svými životy spokojenější
- průměrná spokojenost se životem v rámci státu není pouze lineární, ale také kvadratickou funkcí HDP/c; vztah mezi HDP/c a spokojeností se životem je tím slabší, čím je daná země bohatší
- čím vyšší je HDP/c v dané zemi, tím méně je v ní spokojenost se životem závislá na výši osobních příjmů.

13.3 Vzdělání

V databázích ESS i WVS je vzdělání jedinců uvedeno v počtech let dosaženého vzdělání. Tato formální charakteristika jistě skrývá obrovské rozdíly kvalitativní.

13.3.1 Korelace uvnitř států

V následující tabulce uvádím korelace (r) let formálního vzdělávání se spokojeností se životem v jednotlivých státech. Korelace jsem opět seřadila v rámci kontinentů podle jejich velikosti.

Tabulka 17: Korelace mezi spokojeností se životem a formálním vzděláním

SVĚTADÍL	STÁT	r	SVĚTADÍL	STÁT	r
EVROPA	Bulharsko	0,342	SEVERNÍ	USA	0,063
	Makedonie	0,229	AMERIKA	Kanada	0,013
	Portugalsko	0,208	JÍŽNÍ AMERIKA	Chile	0,144
	Maďarsko	0,202		Venezuela	0,076
	Ukrajina	0,200		Peru	0,054
	Srbsko a Černá Hora	0,187		Argentina	0,051
	Albánie	0,184		Mexiko	0,015
	Bosna a Hercegovina	0,180		Portorico	-0,006
	Slovinsko	0,158		ASIE	Pákistán
	Slovensko	0,153	Indie		0,182
	Moldávie	0,153	Bangladéš		0,163
	Rusko	0,152	Izrael		0,137
	Polsko	0,141	Jordán		0,121
	Česko	0,139	Indonésie		0,119
	Litva	0,137	Vietnam		0,114
	Bělorusko	0,135	Irán		0,097
	Lotyšsko	0,133	Korea (jižní)		0,093
	Finsko	0,131	Japonsko		0,085
	Estonsko	0,125	Saudská Arábie		0,072
	Chorvatsko	0,120	Filipíny		0,044
	Belgie	0,116	Turecko		0,008
	Španělsko	0,116	Irák		0,007
	Island	0,104	Čína	0,000	
	Rumunsko	0,100	Singapur	-0,017	
	Řecko	0,094	Kyrgyzstán	-0,046	
	Německo	0,076	AFRIKA	Jihoafriická republika	0,189
	Dánsko	0,067		Nigerie	0,143
	Lucembursko	0,065		Zimbabwe	0,137
	Rakousko	0,057		Maroko	0,073
	Severní Irsko	0,055		Uganda	0,068
	Holandsko	0,051		Alžír	0,054
	Itálie	0,048		Tanzanie	0,039
Irsko	0,042	Egypt		0,005	
Francie	0,026				
Malta	0,020				
Velká Británie	0,013				
Švédsko	-0,025				

Výsledky ukazují, že uvnitř kontinentů existuje vysoká diversita, a že celkově nejsou tyto korelace příliš vysoké. Hodnoty sahají od 0,342 (Bulharsko) po -0,046 (Kyrgyzstán). Průměrnou hodnotou (mediánem) je $r = 0,098$.

13.3.2 Korelace na úrovni států

Při analýze vztahu mezi průměrnou délkou vzdělávání v jednotlivých státech a průměrnou spokojeností v těchto státech jsem obdržela koeficient $r = 0,123$, který je při 68 stupních volnosti nesignifikantní. Ve vzdělanějších státech tedy nejsou lidé v průměru se svými životy spokojenější než ve státech méně vzdělaných.

13.3.3 Regrese na úrovni jedinců a států

Klíčovou otázkou ovšem je, zda bude vzdělání souviset se spokojeností se životem i při kontrole ostatních proměnných (tj. věku, pohlaví a příjmů). Výsledky regresní analýzy věnované této otázce uvádí následující tabulka.

Tabulka 18: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na vzdělání

	B	SE(B)	df	t	p
průsečík	6,447	0,103	66,215	62,410	0,000
pohlaví	-0,123	0,016	84511,470	-7,813	0,000
věk	-0,005	0,001	84512,893	-9,052	0,000
věk ²	0,000	0,000	84539,362	14,216	0,000
příjmy	0,529	0,011	84508,166	49,516	0,000
vzdělání (J)	0,035	0,006	84511,234	6,369	0,000
pohlaví x vzdělání (J)	0,001	0,007	84512,157	0,162	0,872
vzdělání (S)	0,042	0,124	64,906	0,338	0,737
vzdělání (S) x vzdělání (J)	0,021	0,005	84511,622	4,578	0,000
HDP pc	0,000	0,000	65,074	7,195	0,000
příjmy x HDP pc	-0,000	0,000	84508,073	-11,953	0,000

Kódy: pohlaví: 0 = žena, 1 = muž

vzdělání: J = vzdělání na úrovni jedinců; S = průměrné vzdělání na úrovni státu

Výsledky této analýzy ukazují, že při vložení údajů o vzdělání na úrovni jedinců a o průměrné vzdělanosti na úrovni států

- zůstává velikost účinků pohlaví, věku i příjmů na spokojenost se životem takřka stejná (tj. jejich účinek není zprostředkován vzděláním)
- čím jsou jedinci vzdělanější, tím jsou se svými životy spokojenější
- tato souvislost je stejně silná pro muže i pro ženy (interakce není signifikantní)
- ve vzdělanějších státech nejsou lidé v průměru se svými životy spokojenější než ve státech méně vzdělaných
- při kontrole příjmů, pohlaví a věku se současně ukazuje, že ve státech, v nichž jsou lidé v průměru vzdělanější, je souvislost mezi vzděláním a spokojeností se životem na úrovni jedinců silnější (směrnice je strmější; $B = 0,021$; $p < 0,005$).

Vzdělání tedy přispívá dalším dílem k vysvětlení spokojenosti se životem, jeho účinek nelze vysvětlit jeho asociací s příjmy, věkem ani pohlavím a je patrný ve všech kulturách.

13.4 Hodnoty

V šetřeních WVS byly použity dotazníky zjišťující dimenzi materialistických-postmaterialistických hodnot. Data v dotaznících byla upravena a převedena na škálu samotným profesorem Inglehartem.

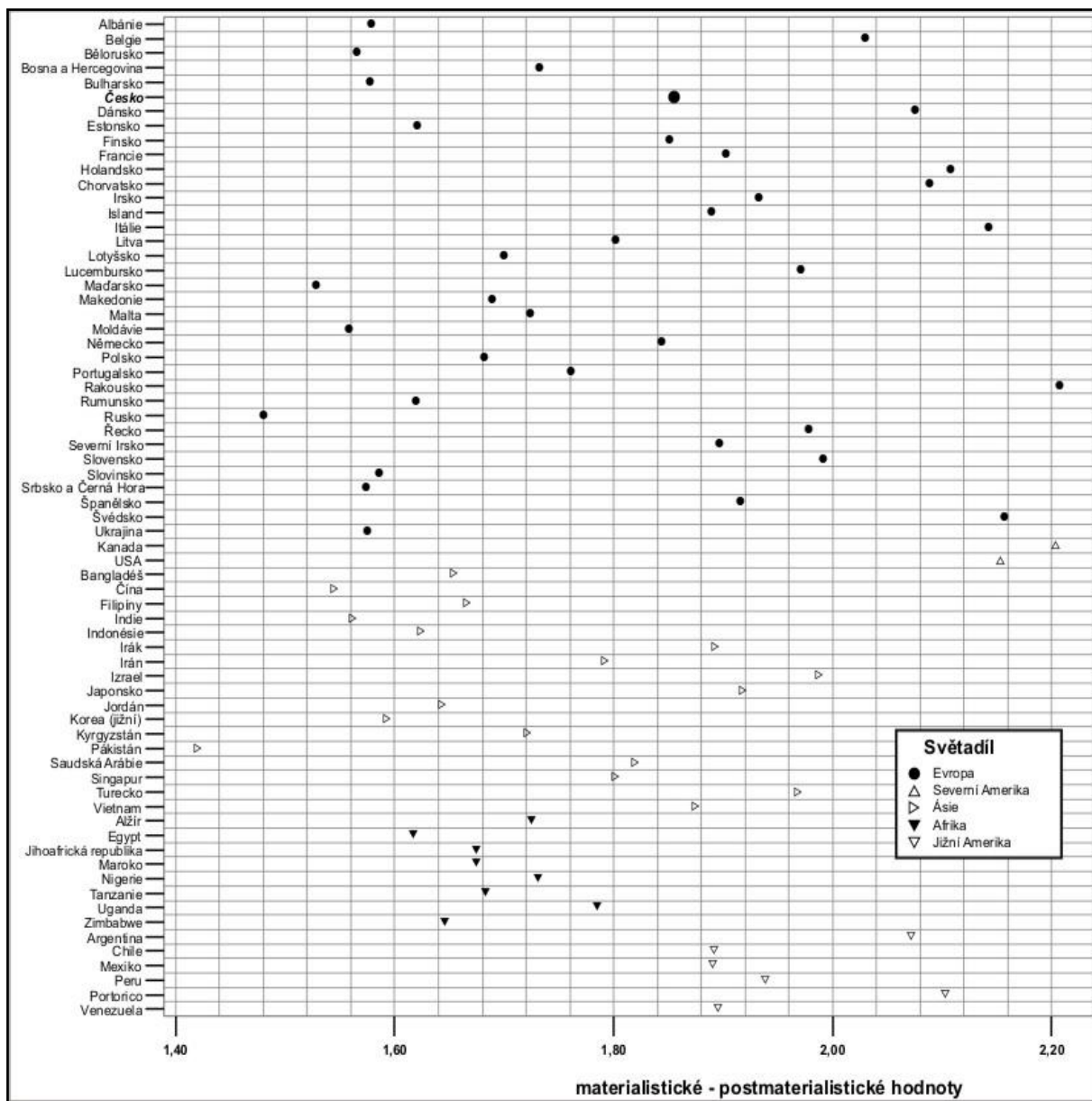
V následující tabulce uvádím průměrné hodnoty v této škále v jednotlivých státech. Čím vyšší průměrná hodnota, tím více je stát postmaterialistický nebo – řečeno obráceně – tím méně je materialistický. (Za Velkou Británií nejsou data v databázi uvedena.) Hodnoty sahají od 1,421 (Pákistán) po 2,207 (Rakousko) s průměrem 1,802.

Tabulka 19: Průměrné hodnoty na škále materialismu – postmaterialismu v jednotlivých státech

SVĚTADÍL	STÁT	MPH	SVĚTADÍL	STÁT	MPH
EVROPA	Rakousko	2,207	SEVERNÍ AMERIKA	Kanada	2,203
	Švédsko	2,158		USA	2,153
	Itálie	2,143	JÍŽNÍ AMERIKA	Portoriko	2,103
	Holandsko	2,108		Argentina	2,072
	Chorvatsko	2,089		Peru	1,938
	Dánsko	2,076		Venezuela	1,895
	Belgie	2,030		Chile	1,891
	Slovensko	1,992		Mexiko	1,891
	Řecko	1,979	ASIE	Izrael	1,987
	Lucembursko	1,971		Turecko	1,969
	Irsko	1,932		Japonsko	1,918
	Španělsko	1,916		Irák	1,893
	Francie	1,903		Vietnam	1,876
	Severní Irsko	1,896		Saudská Arábie	1,819
	Island	1,889		Singapur	1,802
	Česko	1,853		Irán	1,793
	Finsko	1,852		Kyrgyzstán	1,721
	Německo	1,844		Filipíny	1,666
	Litva	1,802		Bangladéš	1,655
	Portugalsko	1,761		Jordán	1,644
	Bosna a Hercegovina	1,732		Indonésie	1,624
	Malta	1,723	Korea	1,592	
	Lotyšsko	1,699	Indie	1,562	
	Makedonie	1,688	Čína	1,545	
	Polsko	1,682	Pákistán	1,421	
	Estonsko	1,620	AFRIKA	Uganda	1,785
	Rumunsko	1,619		Nigerie	1,731
	Slovinsko	1,585		Alžír	1,724
	Albánie	1,579		Tanzanie	1,683
	Bulharsko	1,577		Maroko	1,674
	Ukrajina	1,575		Jihoafrická republika	1,674
	Srbsko a Černá Hora	1,574		Zimbabwe	1,647
Bělorusko	1,565	Egypt		1,618	
Moldávie	1,558				
Maďarsko	1,528				
Rusko	1,480				

Výsledky jsem opět vyjádřila i graficky. Grafické vyobrazení lépe ukazuje na značný rozptyl uvnitř jednotlivých kontinentů a umožňuje rychlé srovnání.

Stojí za všimnutí, že mezi nejvíce postmaterialistické kontinenty patří Severní a Jižní Ameriky.



Graf 5: Materialistické – postmaterialistické hodnoty uvnitř států

13.4.1 Korelace uvnitř států

V následující tabulce uvádím korelace mezi dimenzí materialistických-postmaterialistických hodnot a spokojeností se životem. Korelace jsem i zde seřadila v rámci kontinentů podle jejich velikosti. Výsledky ukazují, že celkově jsou tyto korelace slabé. Většina z nich leží v pásmu kolem nuly; řada z nich je slabě záporných. Jejich hodnoty sahají od -0,071 (Německo) po 0,176 (Bělorusko) s průměrnou hodnotou (mediánem) 0,030.

Tabulka 20: Korelace mezi dimenzí M/PM hodnot a spokojeností se životem

SVĚTADÍL	STÁT	r	SVĚTADÍL	STÁT	r
EVROPA	Bělorusko	0,176	SEVERNÍ	USA	0,025
	Srbsko a Černá Hora	0,151	AMERIKA	Kanada	0,025
	Polsko	0,140	JÍŽNÍ AMERIKA	Portoriko	0,091
	Ukrajina	0,129		Venezuela	0,056
	Bulharsko	0,112		Chile	0,036
	Moldávie	0,104		Argentina	0,032
	Estonsko	0,097		Peru	0,022
	Portugalsko	0,091		Mexiko	-0,018
	Rusko	0,090	ASIE	Pákistán	0,129
	Česko	0,086		Indonésie	0,075
	Litva	0,075		Čína	0,058
	Irsko	0,073		Indie	0,048
	Slovinsko	0,066		Jordán	0,045
	Malta	0,066		Kyrgyzstán	0,039
	Albánie	0,065		Korea (jižní)	0,028
	Maďarsko	0,054		Irán	0,022
	Slovensko	0,048		Vietnam	0,015
	Rakousko	0,040		Japonsko	-0,001
	Španělsko	0,038		Izrael	-0,002
	Rumunsko	0,037		Irák	-0,008
	Bosna a Hercegovina	0,035		Singapur	-0,012
	Dánsko	0,034		Filipíny	-0,017
	Lotyšsko	0,034	Saudská Arábie	-0,028	
	Makedonie	0,030	Bangladéš	-0,041	
	Chorvatsko	0,030	Turecko	-0,047	
	Lucembursko	0,004	AFRIKA	Tanzanie	0,025
	Belgie	0,001		Uganda	0,009
Francie	0,000	Alžír		-0,001	
Řecko	-0,005	Egypt		-0,002	
Itálie	-0,008	Jihoafrická republika		-0,016	
Finsko	-0,014	Zimbabwe		-0,023	
Švédsko	-0,030	Nigerie		-0,048	
Holandsko	-0,051	Maroko		-0,054	
Island	-0,063				
Severní Irsko	-0,064				
Německo	-0,071				

13.4.2 Korelace na úrovni států

Zcela odlišný obraz poskytuje korelace mezi úrovní materialismu-postmaterialismu a průměrnou *spokojeností se životem* na úrovni států. Ta je velmi vysoká: $r = 0,719$; $p < 0,001$. Čím je společnost více postmaterialistická, tím jsou v ní obyvatelé v průměru se svými životy spokojenější.

Tato hodnotová dimenze současně koreluje s HDP/c – čím jsou společnosti ekonomicky vyspělejší, tím jsou více postmaterialistické: $r = 0,630$; $p < 0,001$.

13.4.3 Regrese na úrovni jedinců a států

V následující analýze jsem testovala souvislosti spokojeností se životem a dimenzí materialistických-postmaterialistických hodnot při kontrole věku a pohlaví respondentů.

Tabulka 21: Regresní analýza: spokojenost v závislosti na hodnotách

	B	SE(B)	df	t	p
průsečík	6,648	0,115	64,940	57,726	0,000
pohlaví	-0,095	0,015	93076,271	-6,250	0,000
věk	-0,009	0,001	93076,121	-16,604	0,000
věk ²	0,000	0,000	93109,657	11,943	0,000
M-P hodnoty (J)	0,122	0,018	93070,140	6,779	0,000
pohlaví x M-P hodnoty (J)	-0,099	0,026	93070,537	-3,868	0,000
M-P hodnoty (S)	2,581	0,564	63,943	4,576	0,000
M-P hodnoty (S) x M-P hodnoty (J)	-0,453	0,066	93068,989	-6,846	0,000
M-P hodnoty (S) x HDP pc	-0,000	0,000	63,902	-2,369	0,021
HDP pc	0,000	0,000	63,962	4,325	0,000

Kódy: pohlaví: 0 = žena, 1 = muž

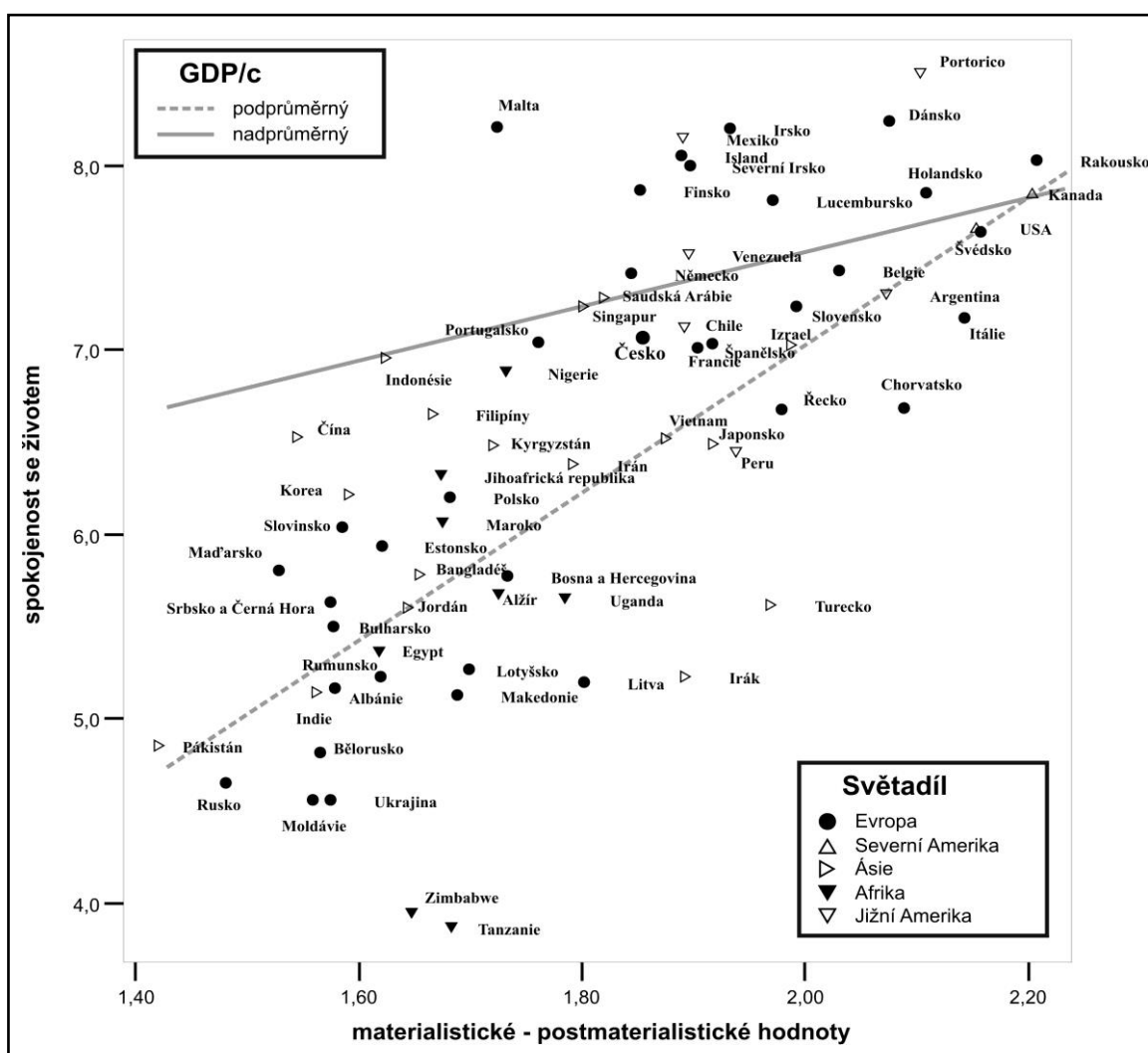
M-P hodnoty: J = na úrovni jedinců; S = na úrovni států

Výsledky ukazují, že

- jedinci jsou se svými životy tím spokojenější, čím méně jsou materialističtí (nebo – jinak řečeno – čím více jsou orientováni postmaterialisticky)
- u žen je tento vztah silnější než u mužů ($B = -0,099$; $p < 0,001$)
- čím je společnost méně materialistická, tím jsou v ní obyvatelé se svými životy v průměru spokojenější
- čím jsou společnosti méně materialistické, tím slabší jsou v nich souvislosti mezi touto hodnotovou orientací a spokojeností se životy na úrovni jedinců

- současně se ukazuje, že čím jsou společnosti bohatší, tím slabší jsou v nich souvislosti mezi touto hodnotovou orientací na úrovni států a průměrnou spokojeností jedinců se svými životy.

Tato souvislost je patrná z následujícího grafu. Na ose X jsou uvedeny průměrné hodnoty na dimenzi materialistických-postmaterialistických hodnot na úrovni států. Na ose Y je uvedena průměrná spokojenost se životem v těchto státech. Státy jsem v něm navíc rozdělila podle mediánu na státy s nadprůměrným a podprůměrným HDP/c. Směrnice pro tyto dvě skupiny států vykazují zřetelný rozdíl ve strmosti – v bohatších státech je tento sklon výrazně nižší než ve státech chudších.



Graf 6: Spokojenost se životem a dimenzí M/PM hodnot

Je ovšem možné, že čím jsou společnosti bohatší, tím méně jsou materialistické, a že vztah mezi hodnotami a spokojeností se životem je nepravý, těžící z těchto souvislostí. Tatož otázka se navíc týká i vztahů na úrovni jedinců. Zde vstupuje do hry i vliv vzdělání. Proto jsem v následující analýze kontrolovala navíc údaje o těchto proměnných.

Tabulka 22: Regresní analýza: spokojenost v závislosti na hodnotách při kontrole příjmů a vzdělání

	B	SE(B)	df	t	p
průsečík	6,648	0,117	64,030	56,693	0,000
pohlaví	-0,138	0,016	79781,734	-8,533	0,000
věk	-0,005	0,001	79781,081	-8,726	0,000
věk ²	0,000	0,000	79814,571	15,744	0,000
příjmy	0,535	0,011	79774,656	48,857	0,000
vzdělání (J)	0,031	0,004	79777,915	7,504	0,000
M-P hodnoty (J)	0,051	0,019	79774,877	2,648	0,000
pohlaví x M-P hodnoty (J)	-0,114	0,027	79775,215	-4,180	0,000
M-P hodnoty (S)	2,625	0,573	62,933	4,582	0,000
M-P hodnoty (S) x M-P hodnoty (J)	-0,362	0,070	79774,165	-5,175	0,000
M-P hodnoty (S) x HDP pc	-0,000	0,000	62,873	-2,247	0,028
HDP pc	0,000	0,000	63,090	4,211	0,000

Kódy: pohlaví: 0 = žena, 1 = muž

M-P hodnoty: J = na úrovni jedinců; S = na úrovni států

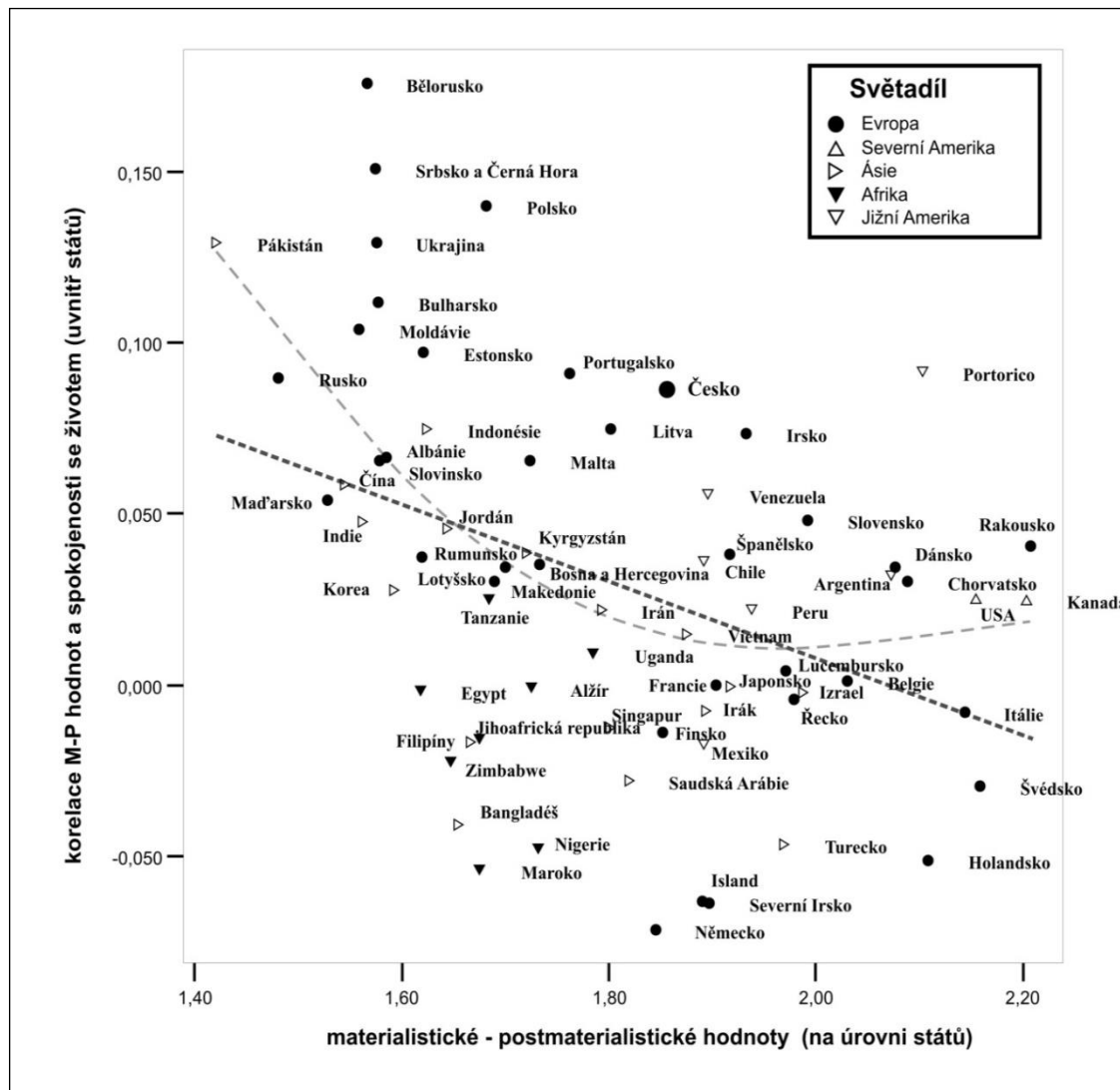
Výsledky této analýzy jsou však v principu shodné s výsledky analýzy předchozí. Ukazují sice, že na úrovni jedinců skutečně došlo k redukci bety cca na polovinu, ale že i v kontextu těchto proměnných zůstala signifikantní ($B = 0,051$; $p < 0,001$). Klíčové zjištění však zůstalo beze změny – hlavní účinky má tato hodnotová orientace na úrovni států, nikoli jedinců.

Rovněž tato analýza vede ke zjištění, že čím méně materialistické společnosti jsou, tím slabší jsou v nich souvislosti mezi touto hodnotovou orientací a spokojeností se životy na úrovni jedinců ($B = -0,362$; $p < 0,001$).

Tento vztah je vyjádřen v následujícím grafu. Na ose X jsou v něm opět uvedeny průměrné hodnoty na dimenzi materialistických-postmaterialistických hodnot na úrovni států. Na ose Y jsou vyneseny údaje o korelacích (r) škály materialistických-postmaterialistických hodnot (MPV) se škálou spokojenosti se životem (SWL) uvnitř jednotlivých států.

Z grafu je patrné, že čím je stát v průměru méně materialistický – respektive čím je více postmaterialistický – tím nižší v něm v průměru tato korelace je. O tom informuje směrnice, která je negativní.

Současně je však patrné, že je tato souvislost výrazně silnější ve státech, které jsou nadprůměrně materialistické (levá polovina grafu). Ve státech, které jsou spíše postmaterialistické, tento vztah v principu neplatí (viz kvadratická komponenta).



Graf 7: M/PM hodnoty a spokojenost se životem v jednotlivých státech

13.6 Autonomie

V dotazníku byla respondentům položena rovněž otázka týkající se toho, jakou *mají míru svobody při volbě a kontrole*. Tato otázka podle mého soudu zahrnuje možnosti jedince realizovat ve společnosti svoje potenciality a vnitřně motivované aktivity. Je dobré upozornit, že zde nejde o žádoucí míru svobody (tj. o hodnotu), ale o její míru *skutečnou*.

Tabulka 23: Průměrné hodnoty míry autonomie v jednotlivých státech

SVĚTADÍL	STÁT	N	SVĚTADÍL	STÁT	N
EVROPA	Island	7,600	SEVERNÍ AMERIKA	USA	7,983
	Rakousko	7,507		Kanada	7,633
	Severní Irsko	7,466	JIŽNÍ AMERIKA	Portorico	8,273
	Finsko	7,444		Venezuela	8,257
	Malta	7,426		Mexiko	8,186
	Švédsko	7,407		Argentina	7,439
	Německo	7,360		Peru	7,233
	Dánsko	7,337		Chile	7,183
	Irsko	7,322	ASIE	Vietnam	7,492
	Velká Británie	7,215		Jordán	7,257
	Slovensko	7,165		Indonésie	7,246
	Lucembursko	7,018		Čína	7,149
	Řecko	7,000		Korea	7,141
	Chorvatsko	6,893		Singapur	7,073
	Česko	6,858		Kyrgyzstán	7,064
	Portugalsko	6,809		Filipíny	6,837
	Španělsko	6,781		Irán	6,618
	Holandsko	6,728		Saudská Arábie	6,604
	Rumunsko	6,722		Japonsko	5,998
	Belgie	6,590		Irák	5,911
	Francie	6,450		Bangladéš	5,653
	Bosna a Hercegovina	6,342		Indie	5,652
	Itálie	6,315	Turecko	5,316	
	Slovinsko	6,279	Pákistán	4,677	
	Litva	6,256	Izrael	.	
	Polsko	6,213	AFRIKA	Nigerie	7,066
	Bulharsko	6,207		Jihoafriická republika	6,781
	Maďarsko	6,154		Uganda	6,777
	Moldávie	6,034		Alžír	6,655
	Estonsko	6,024		Maroko	6,267
Albánie	6,002	Zimbabwe		5,853	
Srbsko a Černá Hora	5,995	Tanzanie		5,800	
Lotyšsko	5,813	Egypt		5,470	
Makedonie	5,775				
Bělorusko	5,605				
Rusko	5,592				
Ukrajina	5,442				

13.6.1 Korelace uvnitř států

Korelace mezi autonomií a spokojeností se životem v rámci států uvádí tato tabulka.

Tabulka 24: Korelace mezi autonomií a spokojeností se životem v jednotlivých státech

SVĚTADÍL	STÁT	r	SVĚTADÍL	STÁT	r
EVROPA	Bulharsko	0,541	SEVERNÍ	USA	0,428
	Bosna a Hercegovina	0,534		AMERIKA	Kanada
	Slovensko	0,533	JIŽNÍ AMERIKA		Chile
	Srbsko a Černá Hora	0,524		Venezuela	0,419
	Estonsko	0,518		Mexiko	0,411
	Slovinsko	0,505		Argentina	0,406
	Řecko	0,488		Portoriko	0,344
	Maďarsko	0,481	Peru	0,221	
	Německo	0,475	ASIE	Kyrgyzstán	0,529
	Polsko	0,461		Bangladéš	0,492
	Severní Irsko	0,460		Singapur	0,490
	Španělsko	0,442		Čína	0,409
	Makedonie	0,425		Indonésie	0,407
	Česko	0,423		Japonsko	0,377
	Irsko	0,419		Irán	0,372
	Belgie	0,416		Irák	0,345
	Velká Británie	0,413		Saudská Arábie	0,328
	Francie	0,412		Jordán	0,283
	Bělorusko	0,407		Indie	0,275
	Lucembursko	0,399		Korea (jižní)	0,273
	Lotyšsko	0,395		Vietnam	0,235
	Rusko	0,390	Filipíny	0,231	
	Island	0,384	Pákistán	0,156	
	Rakousko	0,380	Turecko	0,040	
	Dánsko	0,380	Izrael	–	
	Švédsko	0,378	AFRIKA	Jihoafrická republika	0,457
	Ukrajina	0,378		Zimbabwe	0,394
	Malta	0,369		Alžír	0,362
	Finsko	0,351		Uganda	0,335
	Litva	0,351		Nigerie	0,327
Moldávie	0,343	Maroko		0,296	
Rumunsko	0,337	Egypt		0,119	
Itálie	0,332	Tanzanie	0,023		
Albánie	0,332				
Chorvatsko	0,329				
Portugalsko	0,306				
Holandsko	0,253				

Z tabulky je zřejmé, že všechny korelace jsou kladné a středně až poměrně velmi vysoké. Sahají od 0,023 (Tanzanie) po 0,541 (Bulharsko) se střední hodnotou (mediánem) 0,390.

Stojí za všimnutí, že tyto korelace jsou v evropských státech silné zejména ve státech postkomunistických.

13.6.2 Korelace na úrovni států

Na úrovni států je tato korelace velmi vysoká: $r = 0,816$; $p < 0,001$. Ve státech, ve kterých je vyšší míra autonomie, jsou respondenti výrazně spokojenější se svými životy než ve státech, v níž je této autonomie méně.

13.6.3 Regrese na úrovni jedinců a států

V následující tabulce jsou uvedeny výsledky regresních analýz vlivů autonomie na spokojenost se životem. V analýze jsem kontrolovala vliv dalších proměnných (věku, pohlaví, vzdělání a příjmů).

Tabulka 25: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na autonomii

	B	SE(B)	df	t	p
průsečík	6,516	0,072	65,332	89,919	0,000
pohlaví	-0,179	0,015	81280,641	-11,821	0,000
věk	-0,003	0,001	81282,218	-6,171	0,000
věk ²	0,000	0,000	81324,717	13,567	0,000
příjmy	0,441	0,010	81270,179	42,713	0,000
vzdělání (J)	0,007	0,004	81274,840	1,865	0,062
autonomie (J)	0,337	0,005	81270,563	73,328	0,000
pohlaví x autonomie (J)	-0,013	0,006	81274,679	-1,983	0,047
autonomie (S)	0,897	0,098	62,865	9,124	0,000
autonomie (S) x autonomie (J)	0,099	0,004	81267,667	25,150	0,000
HDP pc x autonomie (S)	-0,000	0,000	62,724	-0,915	0,364
HDP pc	0,000	0,000	63,113	6,583	0,000

Kódy: pohlaví: 0 = žena, 1 = muž
autonomie: J = na úrovni jedinců; S = na úrovni států

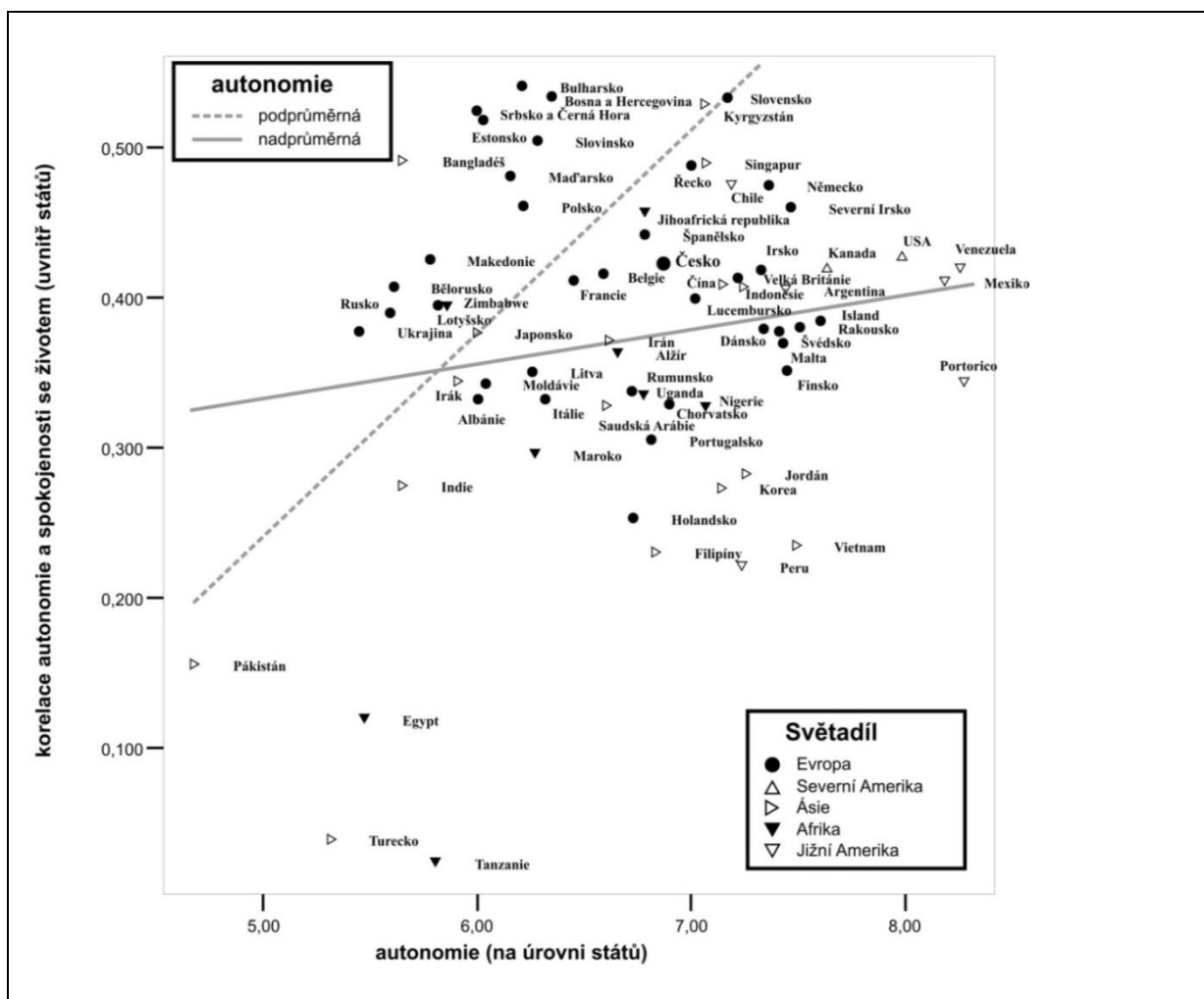
Výsledky ukazují, že i při kontrole těchto proměnných

- čím se jedinec cítí autonomnější, tím je spokojenější se svým životem
- tento vztah je o něco silnější u žen než u mužů

- tento vztah je velmi silný i na úrovni států: ve státech s vyšší mírou autonomie jsou respondenti se svými životy v průměru výrazně spokojenější než ve státech s nižší mírou autonomie
- vztah mezi autonomií a spokojeností na úrovni jedinců je závislý na míře autonomie státu: ve státech s vyšší mírou autonomie je tento vztah silnější.

Tato souvislost je vyjádřena v následujícím grafu. Na ose X je v něm vynesena průměrná míra autonomie na úrovni států. Na ose Y je uvedena korelace mezi autonomií a spokojeností se životem uvnitř států. Celkově je patrné, že čím je ve společnosti více autonomie, tím je tato souvislost v průměru silnější.

Státy jsem v něm navíc rozdělila podle mediánu na státy s nadprůměrnou a podprůměrnou mírou autonomie. Směrnice pro tyto dvě skupiny států vykazují zřetelný rozdíl ve strmosti – ve státech s vyšší mírou autonomie je tento sklon výrazně nižší než ve státech s její nižší mírou.



Graf 8: Autonomie a spokojenost se životem na úrovni státu a uvnitř států

V poslední analýze jsem se zaměřila na otázku souvislostí mezi autonomií a dimenzí materialistických-postmaterialistických hodnot.

13.6.4 Korelace uvnitř států

Korelace těchto dvou proměnných v rámci jednotlivých států ukazují na velmi slabý vztah. Sahají od -0,112 (Bangladéš) po 0,154 (Portugalsko) se střední hodnotou (mediánem) 0,049.

Tabulka 26: Korelace mezi autonomií a dimenzí M/PM hodnot

SVĚTADÍL	STÁT	r	SVĚTADÍL	STÁT	r
EVROPA	Portugalsko	0,154		Velká Británie	–
	Bělorusko	0,146	SEVERNÍ	USA	0,070
	Polsko	0,140	AMERIKA	Kanada	0,059
	Estonsko	0,137	JÍŽNÍ AMERIKA	Venezuela	0,085
	Dánsko	0,136		Argentina	0,058
	Slovinsko	0,132		Peru	0,051
	Srbsko a Černá Hora	0,129		Chile	0,040
	Ukrajina	0,124		Portorico	0,002
	Itálie	0,109		Mexiko	-0,021
	Rusko	0,105	ASIE	Korea (jižní)	0,137
	Irsko	0,104		Turecko	0,128
	Maďarsko	0,091		Japonsko	0,094
	Česko	0,090		Singapur	0,078
	Bulharsko	0,086		Kyrgyzstán	0,050
	Litva	0,085		Filipíny	0,049
	Belgie	0,079		Indonésie	0,044
	Moldávie	0,073		Jordán	0,034
	Lotyšsko	0,072		Čína	0,027
	Slovensko	0,068		Indie	0,025
	Švédsko	0,064		Saudská Arábie	0,009
	Španělsko	0,052		Irán	-0,007
	Malta	0,049		Pákistán	-0,031
	Holandsko	0,047		Irák	-0,046
	Finsko	0,045	Vietnam	-0,075	
	Albánie	0,042	Bangladéš	-0,112	
	Bosna a Hercegovina	0,038	Izrael	–	
	Řecko	0,033	AFRIKA	Alžír	0,062
	Makedonie	0,028		Jihoafrická republika	0,049
	Rumunsko	0,013		Tanzanie	0,004
	Chorvatsko	0,013		Zimbabwe	0,001
	Lucembursko	-0,004		Egypt	-0,004
Rakousko	-0,005	Maroko		-0,027	
Island	-0,010	Uganda		-0,028	
Francie	-0,024	Nigerie	-0,070		
Německo	-0,095				
Severní Irsko	-0,107				

13.6.5 Korelace na úrovni států

Na úrovni států je však tato korelace opět vysoká: $r = 0,589$; $p < 0,001$. Ve státech, v nichž jsou lidé více postmaterialističtí, jsou současně i více autonomní.

13.6.6 Regrese na úrovni jedinců a států

V poslední analýze jsem se věnovala otázce současného vlivu hodnot a autonomie na spokojenost se životem. Kontrolovala jsme v ní opět vliv dalších proměnných (věku, pohlaví, vzdělání a příjmů).

Tabulka 27: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na hodnotách a autonomii

	B	SE(B)	df	t	p
průsečík	6,488	0,071	63,374	91,016	0,000
pohlaví	-0,184	0,016	77054,743	-11,828	0,000
věk	-0,004	0,001	77054,977	-6,429	0,000
věk ²	0,000	0,000	77097,207	14,227	0,000
příjmy	0,439	0,011	77044,440	41,484	0,000
vzdělání (J)	0,009	0,004	77050,268	2,212	0,027
autonomie (J)	0,329	0,003	77042,450	94,014	0,000
autonomie(S)	0,835	0,100	60,588	8,349	0,000
autonomie (J) x autonomie (S)	0,099	0,004	77041,948	24,479	0,000
M-P hodnoty (J)	-0,033	0,013	77043,156	-2,444	0,015
M-P hodnoty (S)	0,996	0,457	60,706	2,177	0,033
M-P hodnoty (S) x M-P hodnoty (J)	-0,382	0,068	77043,404	-5,662	0,000
autonomie (J) x M-P hodnoty (J)	-0,013	0,005	77048,712	-2,322	0,020
autonomie (S) x M-P hodnoty (S)	-0,141	0,389	60,572	-0,361	0,719
HDP pc	0,000	0,000	61,398	4,837	0,000

Kódy: pohlaví: 0 = žena, 1 = muž

autonomie a hodnoty: J = na úrovni jedinců; S = na úrovni státu

Výsledky lze shrnout takto:

- vlivy všech kontrolních proměnných zůstávají signifikantní i v této analýze
- vlivy autonomie na úrovni jedinců i států jsou v této analýze takřka totožné jako v analýze předchozí:
- čím se jedinec cítí autonomnější, tím je spokojenější se svým životem
- tento vztah je velmi silný i na úrovni států: ve státech s vyšší mírou autonomie jsou respondenti se svými životy výrazně spokojenější než ve státech s nižší mírou autonomie
- vztah mezi autonomií a spokojeností na úrovni jedinců je závislý na míře autonomie státu: ve státech s vyšší mírou autonomie je tento vztah silnější

- vlivy dimenze materialistických – postmaterialistických hodnot jsou zčásti odlišné od předchozí analýzy; i v této analýze platí, že čím jsou státy méně materialistické, tím jsou v nich respondenti v průměru spokojenější se svými životy
- současně platí, že ve více postmaterialistických státech je tento vztah slabší
- kupodivu se však ukazuje, že vztah mezi dimenzí těchto hodnot a spokojeností se životem na úrovni jedinců je signifikantně záporný; při kontrole všech uvedených proměnných (především autonomie) se tedy ukazuje, že čím jsou jedinci více materialističtí, tím jsou spokojenější se svým životem
- další výsledek ukazuje, že čím jsou jedinci více autonomní, tím slabší je u nich vztah mezi dimenzí materialistických – postmaterialistických hodnot a spokojeností se životem
- oproti tomu interakce těchto dvou proměnných na úrovni států na spokojenost se životem signifikantní účinky nemá.

14 Diskuse výsledků analýz

První hypotéza, kterou jsem testovala, byla zcela elementární:

H1: Ženy budou se svými životy spokojenější než muži

Výsledky ukazují, že tato hypotéza je – pokud jde o celosvětový průměr – patrně přijatelná. Rozdíl mezi muži a ženami však není příliš výrazný: nestandardizovaná beta činí při kontrole věku $-0,073$. To odpovídá rozdílu necelé jedné setiny na jedenáctibodové škále. A i když existují současně rozdíly mezi státy a mezi kontinenty, jsou tyto rozdíly většinou velmi nízké.

Rovněž Inglehart (1990) ukázal pro data získané v 80. letech, že rozdíly ve spokojenosti mezi muži a ženami jsou zanedbatelné. Ve srovnávacím výzkumu 16 zemí, kterého se zúčastnilo kolem 170 000 respondentů v letech 1980 – 1986, uvedlo 80 % mužů a 80 % žen, že jsou přinejmenším „poměrně šťastní“. Podobný výsledek se ukázal ve studii více jak 18 000 univerzitních studentů z 39 zemí (Michalos, 1991). Je třeba vzít v úvahu, že ne jen strukturální charakteristiky společnosti jako je účast žen na trhu práce, výše příjmů, zastoupení ve vládní či politické reprezentaci, ale také kulturní faktory (postoje a genderové stereotypy) mohou hrát roli. Protože v některých společnostech mají ženy méně příležitostí než muži, méně úspěšně dosahují důležitých cílů a v důsledku toho mohou být méně šťastné a spokojené než muži.

Druhá hypotéza uvedla ve vztah věk a pohlaví:

H2: Ženy budou se svými životy spokojenější především v první polovině života, muži především v polovině druhé.

Data za celý soubor vykazují s touto hypotézou velmi dobrou shodu. Zdá se však, že platí lépe v zemích moderních a postmoderních než v zemích ostatních. Pro tuto hypotézu hovoří jak Easterlinova teorie (testovaná především v USA), tak řada výzkumných zjištění získaných v dřívější době ve více státech světa. Například Inglehart (1990) ve svých datech našel slabou tendenci poklesu životní spokojenosti a štěstí od nejmladší ke střední věkové skupině a pak znovu vzestup u nejstarší skupiny. Celkově byly ale rozdíly podle věku velmi malé. Později Inglehart (2002) analyzoval data ze série výzkumů, které proběhly v letech 1981 až 1997 v 65 státech světa. Těchto šetření se zúčastnilo kolem 146 000 respondentů. Mladší ženy (ve věku pod 45 let) uváděly, že častěji než stejně staří muži, že jsou velmi šťastné. Avšak starší ženy (nad 45 let) byly méně často velmi šťastné než stejně staří muži.

Další hypotézy se týkají vlivu „zobecněných“ objektivních podmínek na subjektivní kvalitu života. Podle nich budou mít materiální statky na úrovni jedinců i států výrazný vliv na spokojenost se životem. Současně jsem předpokládala, že čím bude společnost bohatší, tím méně bude spojenost jedinců se životem v ní závislá na úrovni osobních příjmů.

H3: Čím budou mít jedinci vyšší příjmy, tím budou celkově spokojenější se svými životy

H4: Čím vyšší bude HDP/c státu, tím budou jeho obyvatelé se svými životy spokojenější.

H5: Tento vztah však nebude pouze lineární, ale i záporně exponenciální: spokojenost se životem bude růst lineárně, bude-li se HDP/c zvyšovat exponenciálně.

H6: Čím vyšší budou HDP/c v daném státu, tím méně bude spokojenost života jejich obyvatel závislá na výši osobních příjmů.

Výsledky jsou se třetí hypotézou v dobré shodě. Téměř v každé zemi byla korelace mezi výší příjmů a spokojeností se životem kladná a signifikantní. Z evropských států jsou nejsilnější korelace zjištěny především v postkomunistických státech. V průměru byla zjištěna korelace 0,179. V souladu se čtvrtou hypotézou se ukázalo, že čím je stát bohatší, tím jsou v něm lidé se svými životy v průměru spokojenější ($r = 0,674$). Potud tedy je možno souhlasit s hypotézou, že zvyšování bohatství na úrovni jedinců i států vede – nebo přinejmenším souvisí – ke zlepšování kvality života. I v těchto datech byl patrný často zmiňovaný trend, podle něž po dosažení určitého bodu zvyšování bohatství již ke zlepšování kvality života nevede. Je však patrné, že tuto hypotézu zachránil především soubor z Lucemburska. Jinak jsou tato data spíše v souladu s hypotézou lineárního než exponenciálního vztahu. V souladu s 6. hypotézou se dále ukázalo, že v bohatších státech spokojenost se životem na výši osobních příjmů nezávisí tak silně jako ve státech bohatých méně. Můžeme se pouze dohadovat, proč tomu tak je. V ekonomicky vyspělejších státech je patrně spokojenost se životem závislá více na faktorech, které s financemi nesouvisí. Kandidáty jsou vztahy a autonomie.

Stojí za zmínku, že zahrnutí proměnných týkajících se materiálního blahobytu nevedlo ke snížení rozdílu mezi pohlaví, ale naopak k jejich zvýšení (regresní koeficient se zvýšil). Jinými slovy: ekonomické rozdíly vedou k tomu, že ženy v dnešní společnosti nejsou o tolik spokojenější se svými životy, oč by mohly být, kdyby byly ekonomicky rovnoprávné. Jde o zajímavé zjištění a sotva vysvětluje rozdíly mezi příjmy (v 61 ze 70 zkoumaných států měli muži vyšší příjmy než ženy). Naznačuje však jeden z důvodů, proč nejsou ženy ve svém boji za zrovnoprávnění příjmů příliš asertivní: možná proto, že nejsou v životě „nespokojené“; přinejmenším ne více než muži.

Sedmou a osmou hypotézu jsem formulovala v souvislosti se vzděláním. Očekávala jsem, že vzdělání bude mít na spokojenost se životem jednak vlivy, které budou zčásti zprostředkovány příjmy, ale rovněž vlivy, které nelze na příjmy zredukovat. Formálně jsem ji formulovala takto:

H7: Čím budou jedinci vzdělanější, tím budou se svými životy spokojenější.

Výsledky analýz ukazují, že je ve většině států korelace mezi spokojeností se životem a vzděláním kladná, avšak v průměru velmi nízká ($r = 0,098$). Stejně tak je nízký (byť signifikantní) i parciální regresní koeficient. Ještě překvapivější byly výsledky, které se týkaly další hypotézy, podle níž

H8: Čím vyšší bude průměrná vzdělanost na úrovni státu, tím v nich budou v průměru lidé se svými životy spokojenější.

Zde byly korelační i regresní koeficienty nesignifikantní a i svojí velikostí zanedbatelné. Pohled do tabulky s korelacemi však přitom naznačuje, že mezi státy existují značné rozdíly. Exploračně jsem proto současně analyzovala meziúrovňovou interakci. Její výsledek však překvapivě ukazuje, že – při kontrole uvedených proměnných, zejména příjmů a HDP/c – je vztah mezi vzděláním a spokojeností se životem uvnitř státu tím silnější, čím je země celkově vzdělanější. Celkově je však možné tyto otázky uzavřít provizorně tvrzením, že ačkoli jsou vztahy mezi vzděláním a spokojeností se životem na úrovni jedinců uvnitř států statisticky průkazné, jsou v podstatě triviální. Deset let vzdělávání přispěje v průměru ke zvýšení spokojenosti se životem na jedenáctibodové stupnici o cca jednu třetinu bodu. Současně stojí za upozornění, že je jeho účinek skutečně zčásti zprostředkován příjmy – beta u příjmů se snížila. Vzdělání tedy přispívá ke zvýšení příjmů a jejich prostřednictvím ke zvýšení kvality života. Ostatní komponenty, které se vzděláním souvisejí, na ni však mají kupodivu zanedbatelné účinky.

To je v souladu s některými jinými zjištěními. Například rovněž Inglehart (1990) našel pozitivní vztah mezi vzděláním a tím, jak jsou lidé spokojeni a šťastni. Podle socializační hypotézy (Inglehart, 1977) má vzdělání vliv na spokojenost se životem zejména prostřednictvím příjmu a životní úrovně. I Inglehart dospěl ke zjištění, že při kontrole dalších proměnných se vyšší úroveň vzdělání nezvyšuje úroveň spokojenosti.

I zde stojí za zmínku, že zahrnutí vzdělání vedlo ke zvýšení rozdílu ve spokojenosti se životem mezi ženami a muži. V 55 zemích ze 70 uvádějí ženy nižší vzdělání než muži.

Další hypotézy se týkaly vlivu souvislostí mezi hodnotami a spojeností se životem. Výsledky znázorněné v grafu č. 7 lze shrnout pomocí této tabulky.

Tabulka 28: Vztah mezi M/PM hodnotami a spokojeností se životem

		materialistické - postmaterialistické hodnoty	
		M	SD
světadíl	Severní Amerika	2,18	0,04
	Jižní Amerika	1,96	0,10
	Evropa	1,81	0,21
	Ásie	1,73	0,16
	Afrika	1,69	0,05
	celkem	1,80	0,20

Světadíly jsou v ní umístěné na škále postmaterialismu. Nejvíce postmaterialistické jsou státy Severní Ameriky, nejméně státy africké. Největší rozdíly jsou uvnitř Evropy, nejmenší v Severní Americe a v Africe. Rozdíly v průměrných hodnotách mezi světadíly jsou statisticky signifikantní ($F_{(4; 64)} = 4,90; p < 0,01$). Výsledky naznačují, že tato hodnotová dimenze není redundantní – uspořádání podle HDP/c by vedlo k odlišnému obrazu.

Formálně jsem testovala dvě hypotézy. První z nich zní:

H9: Jedinci budou se svými životy tím spokojenější, čím více budou orientováni postmaterialisticky.

Výsledky korelačních i regresních analýz jsou s touto hypotézou v souladu. Lze je interpretovat tak, že čím jsou jedinci více materialističtí, tím jsou méně spokojeni se svými životy. Tyto výsledky jsou tedy – i při odlišné operacionalizaci – ve shodě s výsledky řady jiných autorů (Richins a Dawson, 1992; Belk, 1985; Hnilica, Rendlová et al., 2006). Nicméně, tyto koeficienty jsou v průměru triviální. Je to dáno do určité míry i tím, že jsou odlišně silné v různých kulturních okruzích. V Evropských státech jsou například signifikantně silnější než ve státech Afriky. Paradoxně jsou však v evropských státech silnější ve státech s komunistickou minulostí než ve státech ostatních. Proto jsem exploračně opět testovala meziúrovňové interakce. Nejprve však k další hypotéze:

H10: Čím budou společnosti více postmaterialistická, tím více v ní budou obyvatelé v průměru spokojenější se svými životy.

Velmi vysoká korelace mezi touto hodnotovou dimenzí a spokojeností se životem na úrovni států ($r = 0,719$) i parciální regresní koeficient ($B = 2,6$) jsou s touto hypotézou ve vysoké shodě. Opět je lze interpretovat i tak, že čím jsou státy v průměru více orientované

materialisticky, tím jsou v nich obyvatelé v průměru méně spokojeni se svými životy. Tento vztah je velmi silný i při kontrole HDP/c, s nímž tato dimenze poměrně vysoce koreluje. Ačkoli tedy platí, že (a) čím je společnost bohatší, tím je současně více postmaterialistická a tím více jsou v ní lidé spokojeni se svými životy, a že současně (b) čím jsou společnosti více postmaterialistické, tím více jsou v nich lidé spokojeni se svými životy, neplatí, že by vztah mezi hodnotami a spokojeností se životem bylo možno vysvětlit korelací HDP/c a těchto hodnot. Jde o nezávislý vliv „kultury“, respektive jedné z jejích dimenzí.

Jde o dimenzi, která zřejmě do určité míry vyjadřuje rozdíl mezi konzervativními a liberálními hodnotami. Materialistické hodnoty zde odpovídají do určité míry ekonomickému konzervatismu, kdežto postmaterialistické politickému liberalismu. Tato interpretace je však možná pouze v západních společnostech. V řadě výzkumů z celého světa tato dimenze koreluje poměrně vysoce a negativně například s Hofstedeho škálou „vzdálenosti moci“ a s Triandisovu dimenzí individualismu – kolektivismu (Hofstede a Hofstede, 2007). Kromě toho, že jsou lidé spokojenější se svými životy ve společnostech bohatších, jsou s nimi spokojenější rovněž ve společnostech, ve kterých nejsou příliš svazováni tradicemi, konvencemi a autoritativními omezeními ze strany státu.

Analýza meziúrovňových interakcí vedla k zajímavému zjištění: čím jsou společnosti více postmaterialistické, tím slabší jsou v nich souvislosti mezi touto hodnotovou orientací a spokojeností se životy na úrovni jedinců. To znamená, že v materialistických společnostech má materialistická orientace na spokojenost se životem negativnější vliv než ve společnostech postmaterialistických. V Evropě mezi spíše materialistické společnosti patří především státy postkomunistické. Nezávisle na tomto zjištění se ukazuje, že čím jsou společnosti bohatší, tím slabší jsou v nich souvislosti mezi touto hodnotovou orientací na úrovni států a průměrnou spokojeností jedinců se svými životy.

Další hypotézy se týkají autonomie. Zde moje první hypotéza proto zněla:

H11: Čím autonomnější se jedinec bude cítit ve svém jednání a chování, tím bude spokojenější se svým životem.

Výsledky korelačních i regresních analýz jsou s touto hypotézou zcela v souladu. Autonomie je nejsilnějším prediktorem spokojenosti se životem; čím se cítí jedinci autonomnější, tím jsou se svými životy spokojenější.

Výsledky jsou tak v souladu s teorií sebedeterminace. Autonomie je však klíčovou proměnnou i v jiných teoretických systémech, například v modelu lidského rozvoje (Inglehart

a Welzel, 2005; Welzel a Inglehart, 2010). Má-li člověk pocit svobodné volby a má-li možnost kontrolovat svůj život, bude s ním i spokojenější (Inglehart et al., 2008; Hofstede, 1984). Welzel, Inglehart a Klingeman (2003; viz rovněž Welzel, 2003; Inglehart a Welzel, 2005) jsou přesvědčeni, že hlavním důvodem změn, ke kterým došlo v řadě zemí za poslední desetiletí, je vyšší důraz na svobodnou volbu člověka. Země, které tyto změny podporují, poskytují lidem ekonomické jistoty a vzdělání, které jim poskytují nezávislost a tím možnost volby, jak žít svůj život, tj. být ve svém jednání autonomní.

Za zmínku stojí, že interakce pohlaví a autonomie je signifikantní. Ukazuje, že tento vztah je o něco silnější u žen než u mužů.

Obdobnou hypotézu jsem formulovala i pro úroveň států:

H12: Ve státech s vyšší mírou autonomie budou lidé v průměru se svými životy spokojenější.

I zde jsou výsledky korelačních i regresních analýz ve vysoké shodě s hypotézou. Například korelace autonomie na úrovni státu a spokojenosti se životem činí ($r =$) 0,816. Čím vyšší mírou autonomie lidé v různých státech disponují, tím jsou v nich se svými životy spokojenější.

Exploračně jsem se věnovala rovněž otázce meziúrovňových interakcí. Nejprve bychom se ale měli věnovat otázce, zda disponují občané různých států stejnou mírou autonomie. Výsledky ukazují, že nikoli. V následující tabulce jsou uvedeny souhrnné údaje za kontinenty.

Tabulka 29: Autonomie a spokojenost se životem v jednotlivých kontinentech

	autonomie		korelace autonomie a SWL	
	M	SD	M	SD
Severní Amerika	7,81	0,25	0,42	0,01
Jižní Amerika	7,76	0,53	0,38	0,09
světadíl Evropa	6,63	0,63	0,41	0,07
Ásie	6,48	0,84	0,33	0,13
Afrika	6,33	0,57	0,29	0,15
celkem	6,69	0,77	0,38	0,11

První dva sloupce se týkají průměrných hodnot, druhé dva korelací mezi autonomií a spokojeností se životem. Nejvyšší mírou autonomie disponují obyvatelé Severní a Jižní Ameriky, nejnižší obyvatelé Afriky. Korelace v podstatě tento trend kopírují.

Výsledky meziúrovňové v souladu s těmito daty ukazují, že ve státech, ve kterých je vyšší míra autonomie, je spokojenost se životem v silnějším vztahu než ve státech, v nichž je nižší míra autonomie.

Poslední analýzy byly založeny na úvaze, že postmaterialistické hodnoty (svoboda slova atp.) jsou do určité míry hodnotami, které vyznávají autonomní jedinci. Proto by měl být jejich účinek na spokojenost se životem autonomií buď zcela, nebo alespoň částečně zprostředkován. Formulovala jsem tuto hypotézu:

H13: Vliv hodnotové orientace na spokojenost se životem bude (částečně nebo plně) zprostředkován autonomií jedince.

Výsledky korelační analýzy naznačují, že spolu tyto dvě proměnné na úrovni jedinců uvnitř států příliš nesouvisí. Průměrná korelace je velmi nízká (0,049). Prakticky toho tedy není příliš, co by autonomii mohlo zprostředkovat.

Odlíšný výsledek byl získán při testu poslední hypotézy, podle níž

H14: Vliv hodnotové orientace na spokojenost se životem bude i na úrovni států (částečně nebo plně) zprostředkován mírou autonomie na úrovni států.

Zde se skutečně regresní koeficient u dimenze hodnot výrazně snížil (z 2,6 na 1,0), zatímco u autonomie zůstal prakticky nezměněný. Korelace mezi hodnotami a autonomií byla velmi vysoká (0,589). Do určité míry tedy platí, že čím jsou státy více postmaterialistické, tím v nich jedinci v průměru disponují vyšší mírou autonomie. Hlavním zdrojem spokojenosti se životem na úrovni států je autonomie. Ale i hodnoty mají zčásti nezávislý vliv: oba koeficienty však zůstaly statisticky signifikantní.

15 Shrnutí a závěr celé práce

U zrodu současných moderních vyspělých společností stály ideje osvícenství, které za nejvyšší cíl lidského snažení považovalo dosažení štěstí. Předpokladem pro maximalizaci štěstí bylo nejen vytváření příznivých materiálních podmínek pro život lidí, svoboda, ale také jejich individuální rozvoj a seberealizace.

Dnešní euroamerickou společnost tvoří takřka bez výjimky liberální demokracie, tedy politické demokracie s kapitalistickým systémem spočívajícím na soukromém vlastnictví výrobních prostředků a tržním hospodářství. Jde o systém, který klade tradičně velký důraz na hodnoty, jakými jsou individuální svoboda a autonomie, štěstí a kvalita života, a rovněž majetek a bohatství. Otázkou, na niž se dnes snaží odpovědět řada autorů, a již si kladu v předložené disertační práci také já, je, jaký je vztah mezi těmito hodnotami. Podporují se navzájem? Anebo jsou spolu v konfliktu a vzájemně se vylučují?

Ve své práci jsem se zaměřila na souvislosti mezi materialismem, pojímaným většinou autorů jako hodnota nebo hodnotová orientace, a subjektivní kvalitou života. Vycházela jsem přitom ze skutečnosti, že v současné době jsou při zkoumání tohoto vztahu uplatňovány dva základní přístupy ke zkoumání subjektivní kvality života – hédonický a eudaimonický. Tyto přístupy se liší v pohledu na tom, jaký je „dobrý a šťastný život“. Zatímco podle hédonického přístupu, jde lidem v životě především o dosahování příjemných prožitků – štěstí a spokojenosti, podle eudaimonického přístupu spočívá skutečné štěstí v osobním růstu člověka, rozvoji jeho potenciálu a seberealizaci.

Důležité však bylo nejdříve vymezit pojetí materialismu. Materialismus je obvykle spojován s jeho filosofickým pojetím, který předpokládá, že podstatou světa je materiální hmotný svět, poznatelný smysly. Materialismus tak, jak jej chápeme dnes v našem každodenním životě, se projevuje v našem vztahu k hmotným statkům a důležitosti, kterou jim přikládáme. Tento vztah se stal také základem pro definování materialismu v pojetí řady autorů zabývajících se zkoumáním tohoto fenoménu. Věnovala jsem se zde teoretickým konceptům materialismu těch autorů, kteří nejvíce ovlivnili zkoumání účinků materialismu na kvalitu života, a jejichž škály jsou dnes používány výzkumníky po celém světě.

Velké pozornosti se dostalo konceptu materialismu zejména v oblasti marketingu a výzkumu spotřebního chování. Výzkumníci v této oblasti se soustředí na postižení individuálních rozdílů v úrovni materialismu a na zkoumání jeho dopadů na život jedinců. Počátky tohoto výzkumu byly založeny na předpokladu, že materialismus je souborem určitých dominantních osobnostních rysů, jakými jsou závist, sklon k majetnictví nebo

nešlechtnost (R. W. Belk). Většina autorů se však dnes přiklání k názoru, že materialismus je lépe pojímat jako hodnotu, která řídí a má vliv na jednání a chování jedince (M. Richinsová, T. Kasser, R. M. Ryan). Materialismus je v těchto koncepcích spojen s tím, jakou důležitost jedince přikládá vlastnění a získávání materiálních statků při dosahování svých životních cílů, především štěstí.

Svůj zájem jsem zaměřila především na práce autorů, kteří přistupují ke zkoumání materialismu z perspektivy teorie sebedeterminace (T. Kasser a R. M. Ryan). Podle této teorie eudaimonicky pojímaného štěstí je základním aspektem lidského života člověku vrozená tendence k růstu a stále větší integritě. Podstatou těchto tendencí je vnitřní motivace, tedy pocit, že sami jsme příčinou svého chování a jednání a že naše chování a jednání není podmíněno vnějšími pobídkami. Podle teorie sebedeterminace současně existují základní a univerzální psychologické potřeby – autonomie, kompetence a vztahů, jejichž uspokojení je nezbytné nejen pro optimální vývoj člověka, ale také pro jeho psychickou pohodu. Naplnění základních potřeb je však mařeno, pokud jedince přikládá důležitost hodnotám, jež představují vnější „zpevnění“. Tyto hodnoty nejsou zcela v souladu s růstovými potřebami a odvrací člověka od jeho sebeaktualizačních tendencí a osobního růstu. Mezi ně patří například finanční úspěch, sociální úspěšnost, nebo přitažlivý vnější vzhled, které jsou spjaty s aspiracemi, které ve skutečnosti snižují kvalitu života a jsou spojeny především s hédonickým štěstím. Ústředním tématem v těchto pracích je koncept autonomie.

Význam lidské autonomie je zřejmý také v teorii R. Ingleharta, podle něhož materialistické hodnoty souvisejí s potřebou ekonomického zabezpečení, fyzického bezpečí a sociálního řádu. Materialismus je zde pojímán tedy spíše jako společenská nebo politická hodnota. Inglehart tvrdí, že v počátcích ekonomického rozvoje společnosti mají materialistické hodnoty, související s potřebou ekonomického zabezpečení, fyzického bezpečí a sociálního řádu, svůj význam, protože vedou k uspokojení základních lidských potřeb nezbytných k existenci jedince. Teprve poté, jsou-li tyto potřeby uspokojeny, posouvají lidé svoji pozornost k hodnotám „vyšším“. Tedy k hodnotám spojeným s vyšší mírou sebevyjádření, tj. s vyšší možností svobodné volby v řadě oblastí života jedince a větší kontrolou nad jeho životem. Tyto hodnoty označuje Inglehart jako postmaterialistické. Posun směrem k větší svobodě a autonomii vede podle tohoto autora k vyšší kvalitě života jedinců i celých společností.

Inglehart, který vychází z pojetí sebeaktualizace Abrahama Maslowa, tak dospívá ke stejným závěrům jako Deci a Ryan, jejichž koncepce sebedeterminace je rozpracováním konceptu sebeaktualizace.

Specifickým cílem mé práce byla analýza dat shromážděných v rámci šetření Světového výzkumu hodnot (WVS) v letech 1999 - 2004. V tomto výzkumu, jehož se zúčastnilo více než 100 000 respondentů ze 70 států světa, jsou měřeny všechny klíčové teoretické konstrukty. Zde jsem formulovala několik hypotéz týkajících se faktorů, které ovlivňují kvalitu života

Přesto, že se míra spokojenosti se životem liší nejen v rámci jednotlivých států, ale také mezi státy i v rámci každého kontinentu, je téměř v každé zemi zřejmá souvislost mezi výší příjmů a spokojeností se životem. V bohatších státech jsou lidé v průměru se svými životy spokojenější, než ve státech chudších. Čím je společnost bohatší, tím je také více postmaterialistická a tím více jsou v ní lidé spokojeni se svými životy. Tento vztah lze také vyjádřit tak, že čím jsou jedinci více materialističtí, tím méně jsou spokojeni se svými životy. Podobně, ve společnostech orientovaných více materialisticky, jsou obyvatelé v průměru méně spokojeni se svými životy. Tento vztah mezi hodnotami a spokojeností se nicméně v různých kulturních okruzích liší. Výsledky ukazují, že lidé jsou spokojenější se svými životy v bohatších společnostech a také ve společnostech spíše individualistických, ve kterých nejsou jedinci do větší míry svazovány tradicemi, konvencemi a autoritativními omezeními ze strany státu. Zdá se, že se zde projevují nezávislé vlivy kultury. Na jedné straně jde o rozdíl mezi tradičním konzervativním myšlením (reprezentovaným do jisté míry materialistickými hodnotami) a liberálními hodnotami, kde základní hodnotou je svoboda (reprezentované postmaterialistickými hodnotami) v západních společnostech; na straně druhé rozdíl mezi individualistickými a kolektivistickými společnostmi.

Předpokládala jsem dále, že čím více se budou jedinci cítit autonomní, tím spokojenější budou se svými životy. Jak vyplynulo z výsledků analýzy, autonomie a spokojenost se životem spolu významně souvisí. Rovněž ve státech, ve kterých je vyšší míra autonomie, jsou respondenti výrazně spokojenější se svými životy, než ve státech se zjištěnou nižší mírou autonomie. Vzhledem k tomu, že postmaterialistické hodnoty do určité vyznávají autonomní jedinci, očekávala jsem účinek autonomie na vztah mezi touto hodnotovou orientací a spokojeností se životem. Ukázalo se však, že čím jsou jedinci více autonomní, tím méně souvisí jejich životní spokojenost s jejich hodnotovou orientací. Důležitá pro jejich spokojenost je míra jejich autonomie. Na úrovni státu se nicméně tento účinek projevilo. Ve více postmaterialistických státech mají jedinci v průměru větší pocit autonomie. Ta je hlavním zdrojem jejich spokojenosti se životem. Data jsou tak v souladu jak s teorií sebedeterminace, tak s teorií postmaterialismu.

Literatura

- Abramson, P. R., Inglehart, R.: Generational replacement and value change in six west European societies. *American Journal of Political Science* 30, 1986, 1-25.
- Abramson, P. R., Inglehart, R.: Generational replacement and the future of post-materialist values. *Journal of Politics* 49, 1987, 231-241.
- Abramson, P. R., Inglehart, R.: Generational replacement and value change in eight west European societies. *British Journal of Political Science* 22, 1992, 183-228.
- Abramson, P. R., Ellis, S., Inglehart, R.: Research in context: Measuring value change. *Political Behavior* 19, 1997, 41-59.
- Adams, J. T.: *The Epic of America*. Boston: Little, Brown, and Company, 1931.
- Achenreiner, G. B.: Materialistic values and susceptibility to influence in children. *Advances in Consumer Research* 24, 1997, 82-88.
- Allport, G. W.: *Pattern and Growth in Personality*. New York: Holt, Rinehart, Winston, 1961.
- Andrews, F. M., Withey, S. B.: *Social Indicators of Well-Being: Americans' Perceptions of Life Quality*. New York: Plenum Press, 1976.
- Aristotelés: *Etika Nikomachova*. (přeložil Antonín Kříž, 2. vyd.). Praha: Rezek, 1996.
- Atkin, C. K.: Observation of parent-child interaction in supermarket decision-making. *Journal of Marketing* 42, 1978, 41-45.
- Atkin, C. K.: Effects of television advertising on children. In E. L. Palmer, A. Dorr (Eds.), *Children and the Faces of Television: Teaching, Violence, Selling*. New York: Academic Press, 1980, 287-305.
- Bachmann G. R., John Roedder, D. Akshay R. Rao: Children's susceptibility to peer group purchase influence: An exploratory investigation. *Advances in Consumer Research* 20, 1993, 463-468.
- Baker, Wayne E.: *America's Crisis of Values: Reality and Perception*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2005.
- Baldwin, A. L., Baldwin, C. P., Kasser, T., Zax, M., Sameroff, A., Seifer, R.: Contextual risk and resiliency during late adolescence. *Development and Psychopathology* 5, 1993, 741-761.
- Bandyopadhyay, S., Kindra, G., Sharp, L.: Is television advertising good for children? Areas of concern and policy implications. *International Journal of Advertising* 20, 2001, 89-116.
- Banerjee, R., Dittmar, H.: Individual differences in children's materialism: The role of peer relations. *Personality and Social Psychology Bulletin* 34, 2008, 17-31.
- Batra, R., Homer, P. M., Kahle, L. R.: Values, susceptibility to normative influence, and attribute importance weights: A nomological analysis. *Journal of Consumer Psychology* 11, 2001, 115-128.
- Bean, C., Papadakis, E.: Polarized priorities or flexible alternatives? Dimensionality in Inglehart's materialism-postmaterialism scale. *International Journal of Public Opinion Research* 6, 1994, 264-291.
- Bearden, W. O., Netemeyer, R. G., Teel, J. E.: Measure of consumer susceptibility to interpersonal influence. *Journal of Consumer Research* 15, 1989, 473-481.

- Bearden, W. O., Rose, R. L.: Attention to social comparison information: An individual difference factor affecting consumer conformity. *Journal of Consumer Research* 16, 1990, 461-471.
- Becker, P.: *Das Trierer Persönlichkeitsinventor*. Göttingen: Hogrefe, 1989.
- Belk, R. W.: Worldly possessions: Issues and criticisms. *Advances in Consumer Research* 10, 1983, 514-519.
- Belk, R. W.: Three scales to measure constructs related to materialism: Reliability, validity, and relationships to measures of happiness. *Advances in Consumer Research* 11, 1984, 291-297.
- Belk, R. W.: Materialism: Traits aspects of living in the material world. *Journal of Consumer Research* 12, 1985, 265-280.
- Belk, R. W.: Possessions and the extended self. *The Journal of Consumer Research* 15, 1988, 139-168.
- Belk, R. W., Ger, G.: Problems of marketization in Romania and Turkey. In: C. J. Shultz, R. W. Belk, G. Ger (Eds.), *Consumption in marketizing economies*. Greenwich, CT: JAI Press, 1994, 123-156.
- Belk, R. W., Pollay, R. W.: Images of ourselves: The good life in twentieth century advertising. *Journal of Consumer Research* 11, 1985, 887-897.
- Bentham, J.: *A Fragment on Government*. London: Payne, 1776.
- Bentham, J.: *Constitutional Code*. Vol. I. London: Heward, 1830.
- Bentham, J.: *Deontology, or the Science of Morality*. In MSS of Jeremy Bentham (Ed. J. Bowring), Vol. 1. London: Longman, 1834.
- Bentham, J.: *An Introduction to the Principles of Morals and Legislation*. London: Frowde, 1907.
- Bible. Český ekumenický překlad. Praha: Česká biblická společnost, 2008.
- Blatný, M., Dosedlová, J., Kebza, V., Šolcová, I.: *Psychosociální souvislosti osobní pohody*. Brno, Masarykova univerzita a Nakladatelství MSD, 2005.
- Bradburn, N. M.: *The Structure of Psychological Well-Being*. Chicago: Aldine, 1969.
- Brdar, I., Rijavec, M., Miljković, D.: Life goals and well-being: Are extrinsic aspirations always detrimental to well-being? *Psychological Topics* 18, 2009, 317-334.
- Brickman, P., Campbell, D. T.: Hedonic relativism and planning the good society. In Appley (Ed.), *Adaptation-Level Theory*. New York: Academic Press, 1971.
- Brickman, P., Coates, T., Janoff-Bulman, R.: Lottery winners and accident victims: Is happiness relative? *Journal of Personality and Social Psychology* 36, 1978, 917-927.
- Browne, B., Kaldenberg, D.: Conceptualizing self-monitoring: Links to materialism and product involvement. *Journal of Consumer Marketing* 14, 1997, 31-44.
- Brucks, M., Armstrong, G. M., Goldberg, M. E.: Children's use of cognitive defenses against television advertising: A cognitive response approach. *Journal of Consumer Research* 14, 1988, 471-482.
- Buijzen M., Valkenburg, P. M.: The effects of television advertising on materialism, parent-child conflict, and unhappiness: A review of research. *Applied Developmental Psychology* 24, 2003, 437-456.

- Burns, J. H.: Happiness and Utility: Jeremy Bentham's Equation. *Utilitas* 17, 2005, 46-61.
- Burroughs, J. E., Rindfleisch, A.: Materialism as a coping mechanism: An inquiry into family disruption. *Advances in Consumer Research* 24, 1997, 89-97.
- Buss, D. M.: The evolution of happiness. *American Psychologist* 55, 2000, 15-23.
- Campbell, A.: *The Sense of Well-Being in America: Recent Patterns and Trends*. New York: McGraw-Hill Book Company, 1981.
- Campbell, A., Converse, P. E., Rodgers, W. L.: *The Quality of American Life: Perceptions, Evaluations, and Satisfaction*. New York: Russell Sage Foundation, 1976.
- Campbell, C.: *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism*. 3rd ed. York: Alcuin Academics, 2005.
- Cantril, H.: *The Pattern of Human Concerns*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press, 1965.
- Carroll, J. S., Dean, L. R., Call, L. L., Busby, D. M.: Materialism and marriage: Couple profiles of congruent and incongruent spouses. *Journal of Couple & Relationship Therapy* 10, 2011, 287-308.
- Carver, C. S., Baird, E.: The American dream revisited: Is it what you want or why you want it that matters? *Psychological Science* 9, 1998, 289-292.
- Clarke, I., Micken, K. S.: An explanatory cross-cultural analysis of the values of materialism. *Journal of International Consumer Marketing* 14, 2002, 65-89.
- Clarke, H. D., Dutt, N., Rapkin, J.: Conversation in context: The (mis)measurement of value change in advanced industrial societies. *Political Behavior* 19, 1997, 19-40.
- Clarke, H. D., Dutt, N., Rapkin, J.: The effect of economic priorities on the measurement of value change: New experimental evidence. *American Political Science Review* 93, 1999, 637-647.
- Cohen, J.: An over-extended self? *Journal of Consumer Research* 16, 1989, 125-128.
- Csikszentmihalyi, M.: *Beyond Boredom and Anxiety*. Jossey-Bass, San Francisco, CA, 1975.
- Csikszentmihalyi, M.: *Flow: The Psychology of Optimal Experience*. New York: Harper Collins, 1990.
- Csikszentmihalyi, M.: If we are so rich, why aren't we happy? *American Psychologist* 54, 1999, 821-835.
- Csikszentmihalyi, M.: Materialism and the evolution of consciousness. In: T. Kasser, A.D. Kanner (Eds.), *Psychology and Consumer Culture. The Struggle for a Good Life in a Materialistic World*. Washington: APA, 2003, 91-106.
- Csikszentmihalyi, M., Rochberg-Halton, E.: Reflections on materialism. *University of Chicago Magazine* 70, 1978, 6-15.
- Csikszentmihalyi, M., Rochberg-Halton, E.: *The Meaning of Things: Domestic Symbols and Self*. Cambridge, UK: Cambridge University Press, 1981.
- Davies, A. R., Sherbourne, C. D., Peterson, J. R., Ware, J. E.: *Scoring Manual: Adult Health Status and Patient Satisfaction Measures Used in RAND's Health Insurance Experiment*. Santa Monica: The RAND Corporation, 1988.
- Davis, D. W., Davenport, C.: Assessing the validity of the postmaterialism-index. *American Political Science Review* 93, 1999, 649-664.

- Deci, E. L.: Effects of externally mediated rewards on intrinsic motivation. *Journal of Personality and Social Psychology* 18, 1971, 105-115.
- Deci, E. L.: Effects of contingent and non-contingent rewards and controls on intrinsic motivation. *Organizational Behavior and Human Performance* 8, 1972a, 217-229.
- Deci, E. L.: Intrinsic motivation, extrinsic reinforcement, and inequity. *Journal of Personality and Social Psychology* 22, 1972b, 113-120.
- Deci, E. L.: *Intrinsic Motivation*. New York: Plenum, 1975.
- Deci, E. L., Ryan, R.M.: The empirical exploration of intrinsic motivational processes. In: *Advances in experimental social psychology*. Ed: Berkowitz, L. New York: Academic Press, 1980, 9-80.
- Deci, E. L., Ryan, R. M.: *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum, 1985a.
- Deci, E. L., Ryan, R. M.: The general causality orientation scale: Self-determination in personality. *Journal of Research in Personality* 19, 1985b, 109-134.
- Deci, E. L., Ryan, R. M.: The support of autonomy and the control of behavior. *Journal of Personality and Social Psychology* 53, 1987, 1024-1037.
- Deci, E. L., Ryan, R. M.: A motivational approach to self: Integration in personality. In R. Dienstbier (Ed.), V. Lincoln, NE: University of Nebraska Press. *Nebraska symposium on motivation: Perspectives on motivation* 38, 1991, 237-288.
- Deci, E. L., Ryan, R. M.: The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry* 11, 2000, 227-268.
- deCharms, R.: *Personal Causation: The Internal Affective Determinants of Behavior*. New York: Academic Press, 1968.
- Diener, E.: Subjective well-being. *Psychological Bulletin* 95, 1984, 542-575.
- Diener, E.: Assessing subjective well-being: Progress and opportunities. *Social Indicators Research* 31, 1994, 103-157.
- Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J., Griffin, S.: The Satisfaction with Life Scale. *Journal of Personality Assessment* 49, 1985, 71-75.
- Diener, E., Oishi, S.: Are Scandinavians happier than Asians? Issues in comparing nations on subjective well-being. *Asian Economic and Political Issues* 10, 2004, 1-25.
- Diener, E., Sapyta, J. J., Suh, E.: Subjective well-being is essential to well-being. *Psychological Inquiry* 9, 1998, 33-37.
- Diener, E., Seligman, M. E. P.: Beyond money: Toward an economy of wellbeing. *Psychological Science in the Public Interest* 5, 2004, 1-31.
- Diener, E., Suh, E.: Measuring quality of life: Economic, social, and subjective indicators. *Social Indicators Research* 40, 1997, 189-216.
- Diener, E., Suh, M., Lucas, E. Smith, H.: Subjective well-being: Three decades of progress. *Psychological Bulletin* 125, 1999, 276-302.
- Dittmar, H.: *Consumer Culture, Identity and Well-Being*. New York: Psychology Press, 2008.
- Donohue, T. R., Meyer, T. P. Henke, L. L.: Black and white children's perceptions of television commercials. *Journal of Marketing* 42, 1978, 34-40.
- Douglas, M., Isherwood, B.: *The World of Goods. Towards an Antropology of Consumption*. London: Allen Lane, 1979.

- Easterlin, R. A.: Does economic growth improve the human lot? In Paul A. David and Melvin W. Reder (Eds.), *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz*, New York: Academic Press, Inc. 1974, 89-125.
- Easterlin, R. A.: Life cycle welfare: Evidence and conjecture. *Journal of Socio-Economics* 30, 2001, 31-61.
- Easterlin, R. A., Zimmermann, A.: Life satisfaction and economic outcomes in Germany pre- and post-unification (December 2006). IEPR Working Paper No. 06.58; IZA Discussion Paper No. 2494. Dostupné na: <http://ssrn.com/abstract=954753>.
- Erikson, E.: Identity and the life cycle. *Psychological Issues* 1, 18-164.
- Flanagan, S. C.: Value change in industrial societies. *American Political Science Review* 81, 1987, 1303-1319.
- Flouri, E.: An integrated model of consumer materialism: Can economic socialization and maternal values predict materialistic attitudes in adolescents? *Journal of Socio-Economics* 28, 1999, 707-724.
- Flouri, E.: Exploring the relationship between mothers' and fathers' parenting practices and children's materialist values. *Journal of Economic Psychology* 25, 2004, 743-752.
- Fournier, S., Richins, M. L.: Some theoretical and popular notions concerning materialism. *Journal of Social Behavior and Personality* 6, 1991, 403-414.
- Frankl, V. E.: *Člověk hledá smysl: Úvod do logoterapie*. Praha: Psychoanalytické nakladatelství J. Kocourek, 1994.
- Frey, B. S., Stutzer, A.: Happiness prospers in democracy. *Journal of Happiness Studies* 1, 2000, 79-102.
- Fromm, E.: *Člověk a psychoanalýza*. Praha: Nakladatelství Svoboda, 1967.
- Fromm, E.: *Mít, nebo být?* Praha: Aurora, 2001.
- Ger, G., Belk, R. W.: Measuring and comparing materialism cross-culturally. *Advances in Consumer Research* 17, 1990, 186-192.
- Ger, G., Belk, R. W.: Cross-cultural differences in materialism. *Journal of Economic Psychology* 17, 1996, 55-77.
- Ger, G., Belk, R. W.: Accounting for materialism in four cultures. *Journal of Material Culture* 4, 1999, 183-204.
- Gerbner, G.: Cultural Indicators: The Third Voice. In, Gerbner, G., L. Gross, W.H. Melody (Eds.), *Communications Technology and Social Policy*. New York: John Wiley, 1973, 555-573.
- Gerbner, G. L., Morgan, M. G., Signorelli, N.: Living with television: The dynamics of the cultivation process. In B. Jennings a D., Zillmann (Eds.), *Perspectives on media effects*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. 1986, 17-48.
- Gibson, J. J.: *The ecological approach to visual perception*. Boston: Houghton Mifflin, 1979.
- Goldberg, M. E., Gorn, G. J., Peracchio, L. A., Bamossy, G.: Understanding materialism among youth. *Journal of Consumer Psychology* 13, 2003, 278-288.
- Greenberg, B. S., Brand, J. E.: Television news and advertising in schools: The "Channel One" controversy. *Journal of Communication* 43, 1993, 143-151.
- Grolnick, W. S., Ryan, R. M.: Parent styles associated with children's self-regulation and competence in school. *Journal of Educational Psychology* 81, 1989, 143-154.

- Grouzet, F., Kasser, T., Ahuvia, A., Dols, J., Kim, Y., Lau, S., Ryan, R., Saunders, S., Schmuck, P., Sheldon, K. M.: The structure of goal contents across 15 cultures. *Journal of Personality and Social Psychology* 89, 2005, 800–816.
- Gurin, G., Veroff, J., Feld, S.: *Americans View their Mental Health*. New York: Basic Books, 1960.
- Harackiewicz, J. M., Manderlink, G., Sansone, C.: Rewarding pinball wizardry: Effects of evaluation and cue value on intrinsic interest. *Journal of Personality and Social Psychology* 47, 1984, 287-300.
- Hayes, S. C., Luoma, J., Bond, F., Masuda, A., Lillis, J.: Acceptance and commitment therapy: Model, processes, and outcomes. *Behaviour Research and Therapy* 44, 2006, 1–25.
- Heřmanová, E.: *Koncepty, teorie a měření kvality života*. Praha, Sociologické nakladatelství (SLON, 2012).
- Hnilica, K.: Věk, pohlaví a kvalita života. In J. Payne a kol.: *Kvalita života a zdraví*. Nakladatelství Triton, Praha, 2005, 415-441.
- Hnilica, K.: Vývoj a změny hodnot v dospělosti. *Československá psychologie* 51, 2007, 437-463.
- Hnilica, K., Rendlová, M., Bariekzahyová, T., Hnilica, M.: Životní standard, individualistické hodnoty a spokojenost se životem. *Československá psychologie* 50, 2006, 201-217.
- Hofstede, G.: The cultural relativity of the quality of life concept. *The Academy of Management Review* 9, 1984, 389-398.
- Hofstede, G., Hofstede, G. J.: *Kultury a organizace: Software lidské mysli. Spolupráce mezi kulturami a její důležitost pro přežití*. Praha: Linde, 2007.
- Holland, J. L.: *Making Vocational Choices: A Theory of Vocational Personalities and Work Environmen*. Englewood Cliffs, NJ: PrenticeHall, 1985.
- Holland, J. L., Gottfredson, G. D.: Using a typology of persons and environments to explain careers: Some extensions and clarifications. *Counseling Psychologist* 6, 1976, 20–29.
- Huntington, S. P.: *Střet civilizací: Boj kultur a proměna světového řádu*. Praha: Rybka Publisher, 2001.
- Chan, K.: Materialism among Chinese children in Hong Kong. *International Journal of Advertising and Marketing to Children* 4, 2003, 47-61.
- Chan, K.: Materialism among children in urban China. In Cheng, H. and Chan, K. (Eds), *The Proceedings of the 2005 Asia Pacific Conference of the American Academy of Advertising*. American Academy of Advertising, Ohio, 2005, 22-33.
- Chang, L., Arkin R. M.: Materialism as an attempt to cope with uncertainty. *Psychology and Marketing* 19, 2002, 389-406.
- Chaplin, L., John, D. R.: Interpersonal influences on adolescent materialism: A new look at the role of parents and peers. *Journal of Consumer Psychology* 20, 2010, 176–184.
- Christie, R., Geis, F. L.: *Studies in Machiavellianism*. New York: Academic Press, 1970.
- Christopher, A. N., Lasane, T. P., Troisi, J. D., Park, L. E.: Materialism, defensive and assertive self-presentational tactics, and life satisfaction. *Journal of Social and Clinical Psychology* 26, 2007, 1145-1162.

- Christopher, A. N., Morgan, R. D., Marek, P., Keller, M., Drummond, K.: Materialism and self-presentational styles. *Personality and Individual Differences* 38, 2005, 137-149.
- Christopher, A. N., Schlenker, B. R.: Materialism and affect: The role of self-presentational concerns. *Journal of Social and Clinical Psychology* 23, 2004, 260-272.
- Churchill, G. A., Moschis, G. P.: Television and interpersonal influence on adolescent consumer learning. *Journal of Consumer Research* 6, 1979, 23-35.
- Inglehart, R.: The silent revolution in Europe: International change in post-industrial societies. *American Political Science Review* 65, 1971, 991-1017.
- Inglehart, R.: *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles among Western Republics*. Princeton University Press, Princeton, NJ, 1977.
- Inglehart, R.: Aggregate stability and individual-level flux in mass belief systems: The level of analysis paradox. *American Political Science Review* 79, 1985, 97-116.
- Inglehart, R.: *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, Princeton University Press, 1990.
- Inglehart, R.: *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. Princeton: Princeton University Press, 1997.
- Inglehart, R.: Globalization and postmodern values. *The Washington Quarterly* 23, 2000, 215-228.
- Inglehart, R.: Gender, aging, and subjective well-being. *International Journal of Comparative Sociology* 43, 2002, 391-409.
- Inglehart, R.: Mapping global values. *Comparative Sociology* 5, 2006, 115-136.
- Inglehart, R.: Changing values among western publics from 1970 to 2006. *West European Politics* 31, 2008, 130-146.
- Inglehart, R., Abramson, P. R.: Economic security and value change. *American Political Science Review* 88, 1994, 1-18.
- Inglehart, R., Baker, W. E.: Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review* 65, 2000, 19-51.
- Inglehart, R., Basanez, M., Diez-Medrano J., Halman, L., Luujikx: *Human Beliefs and Values: A Cross-cultural Sourcebook based on the 1999-2000 Value Survey*. Mexico City: Siglo XXI, 2004.
- Inglehart, R., Foa, R., Peterson, C., Welzel, C.: Development, freedom, and rising happiness: A global perspective (1981–2007). *Perspectives on Psychological Science* 3, 2008, 264-285.
- Inglehart, R., Klingemann H. D.: Genes, culture, democracy, and happiness. In E. Diener, E. M. Suh (Eds.), *Culture and Subjective Well-Being*. Cambridge and London: The MIT Press, 2000, 165-184.
- Inglehart, R., Norris, P.: *Rising Tide: Gender Equality and Cultural Change around the World*. New York: Cambridge University Press, 2003.
- Inglehart, R., Welzel, C.: *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence*. New York: Cambridge University Press, 2005.
- Inglehart, R., Welzel, Ch.: Changing mass priorities: The link between modernization and democracy. *Perspectives on Politics* 8, 2010, 551-567.

- Isler, L., Popper, T. E., Ward, S.: Children's purchase requests and parental responses: Results from a diary study. *Journal of Advertising Research* 27, 1987, 28–39.
- John, D. R.: Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research* 26, 1999, 183-213.
- Kahle, L. R., Beatty, S. E., Homer, P.: Alternative measurement approaches to consumer values: The List Of Values (LOV) and Values And Life-Style (VALS). *Journal of Consumer Research* 13, 1986, 405-409.
- Kahneman, D., Diener, E., Schwartz, N.: *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology*. New York: Russel Sage Found, 1999.
- Kahneman, D., Krueger, A., Schkade, D., Schwarz, N., Stone, A.: A survey method for characterizing daily life experience: The day reconstruction method. *Science* 306, 2004, 1776-80.
- Kashdan, T. B., Breen, W. E.: Materialism and diminished well-being: Experiential avoidance as a mediating mechanism. *Journal of Social and Clinical Psychology* 26, 2007, 521-539.
- Kasser, T.: The valuing process: A study of favorite songs and the inner experience of person diagnosed with schizophrenia. *Journal of Contemporary Psychotherapy* 22, 1992, 51-65.
- Kasser, T.: Aspirations and well-being in a prison setting. *Journal of Applied Social Psychology* 26, 1996, 1367-1377.
- Kasser, T.: *The High Price of Materialism*. Cambridge, MA: MIT Press, 2002.
- Kasser, T.: Pain and insecurity, love and money. *Psychological Inquiry* 19, 2008, 174-178.
- Kasser, T., Ahuvia, A. C.: Materialistic values and well-being in business students. *European Journal of Social Psychology* 32, 2002, 137-146.
- Kasser, T., Ryan, R. M.: A dark side of the American dream: Correlates of financial success as a life aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology* 65, 1993, 410-422.
- Kasser, T., Ryan, R. M.: Further examining the American dream: Differential correlates of intrinsic and extrinsic goals. *Personality and Social Psychology Bulletin* 22, 1996, 280-287.
- Kasser, T., Ryan, R. M.: Be careful what you wish for: Optimal functioning and the relative attainment of intrinsic and extrinsic goals. In P. Schmuck, K. Sheldon (Eds.), *Life goals and well-being*. Gottingen: Hogrefe, 2001, 116-131.
- Kasser, T., Ryan, R. M., Couchman, C. E., Sheldon, K. M.: Materialistic values: Their causes and consequences. In T. Kasser, A. D. Kanner (Eds.), *Psychology and Consumer Culture*. Washington, DC: American Psychology Association, 2004, 11-28.
- Kasser, T., Ryan, R. M., Zax, M., Sameroff, A. J.: The relations of maternal and social environments to late adolescents' materialistic and prosocial values. *Developmental Psychology* 31, 1995, 907-914.
- Kim, Y., Kasser, T., Lee, H.: Self-concept, aspirations, and well-being in South Korea and the United States. *Journal of Social Psychology* 143, 2003, 277-290.
- Krieger, L. S.: What we're not telling law students—and lawyers—that they really need to know: Some thoughts-in-acting toward revitalizing the profession from its roots. *Journal of Law and Health* 13, 1998, 1–48.
- Kruglanski, A. W., Friedman, I., Zeevi, G.: The effects of extrinsic incentives on some qualitative aspects of task performance. *Journal of Personality* 39, 1971, 606–617.

- Layard, R.: *Happiness: Lessons from a New Science*. London, Penguin Press, 2005.
- Lepper, M. R., Greene, D., Nisbett, R. E.: Undermining children's intrinsic interest with extrinsic reward: A test of the "overjustification" hypothesis. *Journal of Personality and Social Psychology* 28, 1973, 129–137.
- Liebert, R. M.: Effects of television on children and adolescents. *Journal of Developmental and Behavioral Pediatrics* 7, 1986, 43–48.
- Lipovetsky, G.: *Paradoxní štěstí. Esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor, 2007.
- Lipset, S. M.: American exceptionalism reaffirmed. *Tocqueville Review* 10, 1990, 23-45.
- Lipset, S. M.: *Dvousečná zbraň. Rub a líc americké výjimečnosti*. Praha: Prostor, 2003.
- Locke, E. A., McClear, K., Knight, D.: Self-esteem and work. *International Review of Industrial/Organizational Psychology* 11, 1996, 1-32.
- Maslow, A. H.: *Personality and Motivation*. New York: Harper & Row, 1954.
- Maslow, A. H.: *Toward a Psychology of Being*. New York: D. Van Nostrand Company, 1968.
- McCracken, G.: Culture and consumption: A theoretical account of the structure and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of Consumer Research* 13, 1986, 71-84.
- McCracken, G.: Who is the celebrity endorser? Cultural foundations of the endorsement process. *Journal of Consumer Research* 16, 1989, 310-32.
- McCracken, G.: *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press, 1990.
- McHoskey, J. W.: Machiavellianism, intrinsic versus extrinsic goals, and social interest: A self-determination theory analysis. *Motivation and Emotion* 23, 1999, 267–283.
- McHoskey, J. W., Worzel, W., Szyarto, C.: Machiavellianism and psychopathy. *Journal of Personality and Social Psychology* 74, 1998, 192-210.
- Michalos, A. C.: *Global report on student well-being. Life satisfaction and happiness* (Vol. 1). New York: Springer-Verlag, 1991.
- Mill, J. S.: *Utilitarianism*. London: Longman 1864.
- Mill, J. S.: *A System of Logic*. London: Longman 1865.
- Mill, J. S.: *O svobodě*. Praha: Vydavatelství Časopisu českého studentstva, 1891.
- Miles, S.: *Consumerism: A way of life*. London: SAGE Publications, 1998.
- Moschis, G. P. Churchill, G. A.: Consumer socialization: A theoretical and empirical analysis. *Journal of Marketing Research* 15, 1978, 599-609.
- Moschis, G. P. Moore, R. L.: An analysis of the acquisition of some consumer competencies among adolescents. *Journal of Consumer Affairs* 12, 1978, 277-279.
- Moschis, G., Moore, R. L.: Decision making among the youth. *Journal of Consumer Research* 6, 1979, 101-112.
- Moschis, G. P., Moore, R. L.: A longitudinal study of television advertising effects. *Journal of Consumer Research* 9, 1982, 279-286.
- Mroczek, D. K., Kolarz, C. M.: The effect of age on positive and negative affect: A developmental perspective on happiness. *Journal of Personality and Social Psychology* 75, 1998, 1333-1349.

- Mukerji, C.: *From Graven Images: Patterns of Modern Materialism*. Columbia University Press, New York, 1983.
- Myers, D. G.: Close relationships and quality of life. In D.Kahneman, E. Diener, N. Schwartz (Eds.), *Well-Being: The Foundations of Hedonic Psychology*. New York: Russel Sage Foudnation, 1999, 376-393.
- Myers, D. G.: The funds, friends, and faith of happy people. *American Psychologist* 55, 2000, 56-67.
- Myers, D. G.: Cesta ke štěstí: Tajemství vaší duševní pohody. Praha: Nakladatelství Návraty domů, 2006.
- Myers, D. G., Diener, E.: Who is happy? *Psychological Science* 6, 1995, 10-19.
- Netemeyer, R. G., Bearden, W. O., Teel, J. E.: Consumer susceptibility to interpersonal influence and attributional sensitivity. *Psychology & Marketing* 9, 1992, 379-394.
- Norris, P., Inglehart, R.: *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- O'Guinn, T., Shrum, L. J.: The role of television in the construction of consumer reality. *Journal of Consumer Research* 23, 1997, 278-294.
- Oishi, S., Diener, E., Lucas, R.: The optimum level of well-being: Can people be too happy? *Perspectives on Psychological Science* 2, 2007, 346 – 360.
- Oishi, S., Diener, E., Lucas, R. E., Suh, E. M.: Cross-cultural variations in predictors of life satisfaction: Perspectives from needs and values. *Personality and Social Psychology Bulletin* 25, 1999, 980-990.
- Osecká, L., Blatný, M.: Struktura globálního vztahu k sobě: Analýza Rosenbergovy škály sebehodnocení - replikace. *Československá psychologie* 41, 1997, 481-486.
- Pigou, A. C.: *The Economics of Welfare*. London: MacMillan, 1920.
- Pittman, T. S., Davey, M. E., Alafat, K. A., Wetherill, K. V., Kamer, N. A.: Informational versus controlling verbal rewards. *Personality and Social Psychology Bulletin* 6, 1980, 228-233.
- Pollay, R. W.: The distorted mirror: Reflections on the unintended consequences of advertising. *Journal of Marketing* 50, 1986, 18–36.
- Rabušic, L.: Tichá revoluce neboli od materialismu k postmaterialismu v západních společnostech. *Sociologický časopis* 26, 1990, 505-517.
- Rabušic, L.: Je česká společnost „postmaterialistická“? *Sociologický časopis* 36, 2000, 3-22.
- Rassuli, K. M., Hollander, S. C.: Desire-induced, innate, insatiable? *Journal of Macromarketing* 6, 1986, 2-24.
- Richins, M.: Media, materialism, and human happiness. *Advances in Consumer Research* 14, 1987, 352-356.
- Richins, M. L.: Social comparison and the idealized images of advertising. *Journal of Consumer Research* 18, 1991, 71–83.
- Richins, M.: Special possessions and the expression of material values. *Journal of Consumer Research* 21, 1994a, 522-533.
- Richins, M.: Valuing things: The public and private meanings of possessions. *Journal of Consumer Research* 21, 1994b, 504-521.

- Richins, M. L.: The material values scale: Measurement properties and development of a short form. *Journal of Consumer Research* 31, 2004, 209-219.
- Richins, M. L., Dawson, S.: Measuring material values: A preliminary-report of scale development. *Advances in Consumer Research* 17, 1990, 169-175.
- Richins, M. L., Dawson, S.: A consumer values orientation for materialism and its measurement: Scale development and validation. *Journal of Consumer Research* 19, 1992, 303-316.
- Rindfleisch, A., Burroughs, J. E., Denton, F.: Family structure, materialism, and compulsive consumption. *Journal of Consumer Research* 23, 1997, 312-325.
- Roberts, J. A., Manolis, C., Tanner, J.: Family structure, materialism, and compulsive buying. *Journal of the Academy of Marketing Science* 31, 2003, 300-311.
- Roberts, J. A., Manolis, C., Tanner, J.: Interpersonal influence and adolescent materialism and compulsive buying. *Social Influence* 3, 2008, 114-131.
- Robertson, T., Rossiter, J.: Children and commercial persuasion: An attribution theory analysis. *Journal of Consumer Research* 1, 1974, 13-20.
- Robertson, T., Rossiter, J., Ward, S.: Consumer satisfaction among children. *Advances in Consumer Research* 12, 1985, 279-284.
- Roedder, D. L.: Age differences in children's responses to television advertising: An information-processing approach. *Journal of Consumer Research*, 8, 1981, 144-153.
- Rogers, C. R.: Toward becoming a fully functioning person. In A. W. Combs (Ed.), *Perceiving, Behaving, Becoming*. DC: Association for Supervision and Curriculum Development, 1962.
- Rogers, C.: The actualizing tendency in relation to „motives“, and to consciousness. In M. R. Jones (Ed.), *Nebraska symposium on motivation* 11, Lincoln: University of Nebraska Press, 1963, 1-24.
- Rokeach, M.: *Beliefs, Attitudes, and Values: A Theory of Organization and Change*. San Francisco: Jossey-Bass, 1968.
- Rokeach, M.: *The Nature of Human Values*. New York: Free Press 1973.
- Rosen, F.: Individual sacrifice and the greatest happiness: Bentham on utility and rights. *Utilitas* 10, 1998, 129-43.
- Rosenberg, M.: *Society and the Adolescent Self Image*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 1965.
- Rotter, J. B.: Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs* 80, 1966, 1-28.
- Rudmin, F. W.: Dominance, social control, and ownership: A history and a cross-cultural study of motivations for private property. *Behavior Science Research* 22, 1988, 130-160.
- Ryan, R. M.: Control and information in the intrapersonal sphere: An extension of cognitive evaluation theory. *Journal of Personal and Social Psychology* 43, 1982, 450-461.
- Ryan, R. M.: Psychological needs and the facilitation of integrative processes. *Journal of Personality* 63, 1995, 397-427.
- Ryan, R. M., Deci, E. L.: Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development and well-being. *American Psychologist* 55, 2000, 68-78.

- Ryan, R. M., Deci, E. L.: On happiness and human potentials: A review of research on hedonic and eudaimonic well-being. *Annual review of psychology* 52, 2001, 141-166.
- Ryan, R. M., Connell, J. P., Deci, E. L.: A motivational analysis of self-determination and self-regulation in education. In C. Ames, R. E. Ames (Eds), *Research on Motivation in Education: The Classroom Milieu*. New York: Academic Press, 1985, 13-51.
- Ryan, R. M., Chirkov, V. I., Little, T. D., Sheldon, K. M., Timoshina, E., Deci, E. L.: The American dream in Russia: Extrinsic aspiration in two cultures. *Personality and Social Psychology Bulletin* 25, 1999, 1509-1524.
- Ryan, R. M., Kuhl, J., Deci, E. L.: Nature and autonomy: Organizational view of social and neurobiological aspects of self-regulation in behavior and development. *Development and Psychopathology* 9, 1997, 701-728.
- Ryan, R. M., Mims, V., Koestner, R.: Relation of reward contingency and interpersonal context of intrinsic motivation: A review and test using cognitive evaluation theory. *Journal of Personality and Social Psychology* 42, 1983, 736-750.
- Ryan, R. M., Sheldon, K. M., Kasser, T., Deci, E. L.: All goals are not created equal: An organismic perspective on the nature of goals and their regulation. In P. M. Gollwitzer, J. A. Bargh (Eds.), *The Psychology of Action*. New York: Guilford Press, 1996, 7-26.
- Ryff, C. D.: Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology* 57, 1989, 1069-1081.
- Ryff, C. D.: Psychological well-being in adult life. *Current Directions of Psychology Science* 4, 1995, 99-104.
- Ryff, C. D., Keyes, C. L. M.: The structure of psychological well-being revisited. *Journal of Personal and Social Psychology* 69, 1995, 719-727.
- Ryff, C. D., Singer, B.: The contours of positive human health. *Psychological Inquiry* 9, 1998, 1-28.
- Sagiv, L., Schwartz, S. H.: Value priorities and subjective wellbeing: Direct relations and congruity effects. *European Journal of Social Psychology* 30, 2000, 177-198.
- Sameroff, A. J., Seifer, R., Zax, M.: Early development of children at risk for emotional disorder. *Monographs of the Society for Research in Child Development* 47, 1982, 1-82.
- Seligman, M.: *Helplessness: On Depression, Development, and Death*. San Francisco: W. H. Freeman, 1975.
- Sen, A.: *Development as Freedom*. Oxford University Press, 2001.
- Sheldon, K. M.: Positive value change during college: Normative trends and individual differences. *Journal of Research in Personality* 39, 2005, 209-223.
- Sheldon, K. M., Arndt, J., Houser-Marko, L.: In search of the organismic valuing process: The human tendency to move towards beneficial goal choices. *Journal of Personality* 71, 2003, 835-869.
- Sheldon K. M., McGregor, H. A.: Extrinsic value orientation (EVO) and „The tragedy of the commons“. *Journal of Personality* 68, 2000, 383-411.
- Sheldon, K. M., Kasser, T.: Coherence and congruence: Two aspects of personality integration. *Journal of Personality and Social Psychology* 68, 1995, 531-543.
- Sheldon, K. M., Kasser, T.: Pursuing personal goals: Skills enable progress, but not all progress is beneficial. *Personality and Social Psychology Bulletin* 24, 1998, 546-557.

- Sheldon, K. M., Kasser, T.: Getting older, getting better. Personal strivings and psychological maturity across the life span. *Developmental Psychology* 37, 2001, 491–501.
- Sheldon, K. M., Krieger, L.: Does law school undermine law students? Examining changes in goals, values, and well-being. *Behavioral Sciences and the Law* 22, 2004, 261-286.
- Sheldon, K. M., Krieger, L.: Understanding the negative effects of legal education on law students: A longitudinal test and extension of self-determination theory. *Personality and Social Psychology Bulletin* 33, 2007, 883-897.
- Sheldon, K. M., Williams, G., Joiner, T.: *Self-Determination Theory in the Clinic: Motivating Physical and Mental Health*. Yale University Press, 2003.
- Schlenker, B. R.: *Impression Management: The Self-Concept, Social Identity, and Interpersonal Relations*. Monterey, Brooks/Cole Publishing Company, 1980.
- Schmuck, P., Kasser, T., Ryan, M. R.: Intrinsic and extrinsic goals: Their structure and relationship to well-being in German and U.S. college students. *Social Indicators Research* 50, 2000, 225–241.
- Schor, J.: *The Overspent American: Why We Want What We Don't Need*. New York: Basic Books, 1999.
- Shrum, L. J., Burroughs J. E., Rindfleisch, A.: Television's cultivation of material values. *Journal of Consumer Research* 32, 2005, 473-479.
- Schwarz, B.: *The Costs of Living: How Market Freedom Erodes the Best Things in Life*. New York: Norton, 1994.
- Schwartz, S. H.: Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology* 25, 1992, 1-65.
- Schwartz, S. H.: Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues* 50, 1994, 19-45.
- Schwartz, S. H., Bilsky, W.: Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology* 53, 1987, 550-562.
- Schwartz, S. H., Bilsky, W.: Toward a theory of the universal content and structure of values. *Journal of Personality and Social Psychology* 58, 1990, 878-891.
- Sirgy, M. J.: Self-concept in consumer behaviour: A critical review. *Journal of Consumer Research* 9, 1982, 287-300.
- Sirgy, M. J.: Materialism and quality of life. *Social Indicators Research* 43, 1998, 227–260.
- Sirgy M. J., Lee, D. J., Kosenko, R., Meadow, H. L., Rahtz, D., Cicic, M., Jin G. X., Yarsuvat, D., Blenkhorn, D. L., Wright, N.: Does television viewership play a role in the perception of quality of life? *Journal of Advertising* 27, 1998, 125-142.
- Skinner, B. F.: *Science and Human Behavior*. New York: Macmillan, 1953.
- Smith, J., Baltes, M. M.: The role of gender in very old age: Profiles of functioning and everyday life patterns. *Psychology and Aging* 13, 1998, 676-695.
- Snyder, M.: Self-monitoring processes. *Advances in Experimental Social Psychology* 12, 1979, 85-128.
- Snyder, M.: *Public appearances/private realities: The psychology of self-monitoring*. New York: Freeman, 1987.

- Snyder, M., DeBono, K. G.: Appeals to image and claims about quality: Understanding the psychology of advertising. *Journal of Personality and Social Psychology* 49, 1985, 586–597.
- Sorokin, P. A.: *Krise našeho věku*. Praha, 1947.
- Spencer, H.: *Social Statics*. London: Chapman, 1851.
- Spencer, H.: *Filosofie souborná*. Praha: Laichter, 1901.
- Spengler, O.: *Zánik Západu*. Praha: Academia, 2010.
- Srivastava A, Locke E. A, Bartol, K. M.: Money and subjective well-being: It's not the money, it's the motives. *Journal of Personality and Social Psychology* 80, 2001, 959-971.
- Sullivan, H. S.: *The Interpersonal Theory of Psychiatry*. New York: Norton, 1953.
- Šolcová, I., Kebza, V.: Sociální opora jako významný protektivní faktor. *Československá psychologie* 43, 1999, 19-38.
- Toynbee, A. J.: *Studium dějin (úvod)*. Praha: Práh, 1995.
- Tuan, Y.: The significance of the artifact. *Geographical Review* 70, 1980, 462-472.
- Vansteenkiste, M., Duriez, M., Simons, J. Siemens, B.: Materialistic values and well-being among business students: Further evidence of their detrimental effect. *Journal of Applied Social Psychology* 36, 2006, 2892–2908.
- Veblen, T.: *Teorie zahálčivé třídy*. Sociologické nakladatelství (SLON), 1999.
- Veenhoven, R.: The cross-national pattern of happiness. Tests of predictions implied in three theories of happiness. *Social Indicators Research* 34, 1995, 33-68.
- Veenhoven, R.: Freedom and happiness: A comparative study in 46 nations in the early 1990's. In Diener, E., Suh, E. M. (Eds.), *Culture and Subjective Well-Being*. MIT press, Cambridge, MA USA, 2000, 257-288.
- Veit, C. T., Ware, J. E.: The structure of psychological distress and well-being in general populations. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 51, 1983, 730-742.
- Výrost J., Slaměník, I.: *Aplikovaná sociální psychologie I: Člověk a sociální instituce*. Praha: Portál, 1998.
- Wágnerová, M.: *Vývojová psychologie*. Nakladatelství Portál, Praha, 2000.
- Wallendorf, M., Arnould, E. J.: My favorite things: A cross-cultural inquiry into object attachment, possessiveness, and social linkage. *Journal of Consumer Research* 14, 1988, 531-547.
- Wallerstein, J., Lewis J. M.: The unexpected legacy of divorce: Report of a 25-year study. *Psychoanalytic Psychology* 21, 2004, 353-370.
- Walsh, W. B., Holland, J. L.: A theory of personality types and work environments. In W. B. Walsh, K. H. Craik, R. H. Price (Eds.), *Person-Environment Psychology: Models and Perspectives*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1992, 35-69.
- Ward, S.: Consumer socialization. *Journal of Consumer Research* 1, 1974, 1-14.
- Ward, S., Wackman, D.: Family and media influences on adolescent learning. *American Behavioral Scientist* 14, 1971, 415-427.
- Waterman, A. S.: *The psychology of individualism*. New York: Praeger. 1984.
- Waterman, A. S.: The relevance of Aristotle's conception of eudaimonia for the psychological study of happiness. *Theoretical & Philosophical Psychology* 10, 1990, 39-44.

- Waterman, A. S.: Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology* 64, 1993, 678–691.
- Waterman, A. S.: Finding someone to be: Studies on the role of intrinsic motivation in identity formation. *International Journal of Theory and Research* 4, 2004, 209- 228.
- Waterman, A. S., Schwartz, S. J., Zamboanga, B. L., Ravert, R. D., Williams, M. K., Agocha, V. B., Kim, S. Y., Donnellan, M. B.: The questionnaire for eudaimonic well-being: Psychometric properties, demographic comparisons, and evidence of validity. *Journal of Positive Psychology* 5, 2010, 41-61.
- Weiss, M. R., Ebbeck, V.: Self-esteem and perceptions of competence in youth sport: Theory, research, and enhancement strategies. In O. Bar-Or (Ed.), *The Encyclopaedia of Sports Medicine, Volume VI: The Child and Adolescent Athlete*. Oxford: Blackwell Science Ltd., 1996, 364-382.
- Welzel, C.: Effective democracy, mass culture, and quality of elites: The human development perspective. *International Journal of Comparative Sociology* 43, 2003, 269-298.
- Welzel, C., Inglehart, R.: Political culture, mass beliefs and value change. In C. Haerpfer et al. (Eds.), *Democratization*. Oxford: Oxford University Press, 2009, 126-144.
- Welzel, C., Inglehart, R.: Values, agency, and well-being: A human development model. *Social Indicators Research* 97, 2010, 43-63.
- Welzel, C., Inglehart, R., Klingemann, H. D.: The theory of human development: A cross-cultural analysis. *European Journal of Political Research* 42, 2003, 341–379.
- WHOQOL Group: The World health organization quality of life assessment (WHOQOL): Development and general psychometric properties. *Social Science and Medicine* 46, 1998, 1569-1585.
- Wicklund, R. A., Gollwitzer, P. M.: *Symbolic Self-Completion*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1982.
- Williams, R. H.: *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth Century France*. Berkeley: California University Press, 1982.
- Williams, G. C., Cox, E. M., Hedberg, V., Deci, E. L.: Extrinsic life goals and health risk behaviors in adolescents. *Journal of Applied Social Psychology* 30, 2000, 1756-1771.
- Wong, N: Suppose you own the world and no one knows? Conspicuous consumption, materialism and self. *Advances in Consumer Research* 24, 1997, 197-203.
- Wong, N. Y., Ahuvia, A. C.: Personal taste and family face: luxury consumption in Confucian and western societies. *Psychology & Marketing* 15, 1998, 423- 41.
- Wong, N., Rindfleisch, A., Burroughs, J. E.: Do reverse-worded items confound measures in cross-cultural consumer research? The case of the material values scale. *Journal of Consumer Research* 30, 2003, 72-91.
- Wood, W., Rhodes, N., Whelan, M.: Sex-differences in positive well-being: A consideration of emotional style and marital status. *Psychological Bulletin* 106, 1989, 249-264.
- Zhou, N., Belk, R. W: Chinese consumer readings of global and local advertising appeals. *Journal of Advertising* 33, 2004, 63-76.

Seznam tabulek

Tab. 1: Příklady položek Belkovy škály materialistických rysů	54
Tab. 2: Příklady položek na dimenzi zachování	55
Tab. 3: Příklady položek na dimenzích škály materialistických hodnot	61
Tab. 4: Příklady položek Škály aspirací	69
Tab. 5: Názvy a popis aspirací použitých ve studiích Kassera a Ryana, 1996	72
Tab. 6: Popis 11 cílů v kruhovém modelu aspirací	74
Tab. 7: Vzdálenost mezi cíli v bohatších a méně bohatých kulturách	76
Tab. 8: Příklady položek na škále motivů	79
Tab. 9: Definice hodnotových typů podle ústředního motivačního cíle.....	89
Tab. 10: Příklady položek charakterizujících dimenze hodnot.....	130
Tab. 11: Přehled jednotlivých států a počty respondentů v šetřeních WVS.....	151
Tab. 12: Spokojenost se životem v jednotlivých státech.....	152
Tab. 13: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na věku a pohlaví.....	154
Tab. 14: Korelace mezi příjmy a spokojeností se životem v jednotlivých státech.....	156
Tab. 15: HDP/c v jednotlivých státech (v USD).....	157
Tab. 16: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na příjmech a HDP/c	159
Tab. 17: Korelace mezi spokojeností se životem a formálním vzděláním	160
Tab. 18: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na vzdělání	161
Tab. 19: Průměrné hodnoty na škále materialismu – postmaterialismu v jednotlivých státech	163
Tab. 20: Korelace mezi dimenzí M/PM hodnot a spokojeností se životem.....	165
Tab. 21: Regresní analýza: spokojenost v závislosti na hodnotách.....	166
Tab. 22: Regresní analýza: spokojenost v závislosti na hodnotách při kontrole příjmů avzdělání	168
Tab. 23: Průměrné hodnoty míry autonomie v jednotlivých státech.....	170
Tab. 24: Korelace mezi autonomií a spokojeností se životem v jednotlivých státech	171
Tab. 25: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na autonomii	172
Tab. 26: Korelace mezi autonomií a dimenzí M/PM hodnot.....	174
Tab. 27: Regresní analýza: spokojenost se životem v závislosti na hodnotách a autonomii	175
Tab. 28: Vztah mezi M/PM hodnotami a spokojeností se životem.....	180
Tab. 29: Autonomie a spokojenost se životem v jednotlivých kontinentech	182

Seznam obrázků a grafů

Obr. 1: Dimenze kvality života.....	24
Obr. 2: Procesuální model kvality života	25
Obr. 3: Kontinuum sebedeterminace s typy motivace a druhy regulace	40
Obr. 4: Schéma zkoumání vlivu materialismu na subjektivní pohodu	51
Obr. 5: Dvojdimenzionální kruhový model aspirací	75
Obr. 6: Souvislosti mezi materialistickými hodnotami a systémem hodnot S. H. Schwartze	89
Obr. 7: Model tří nezamýšlených vlivů reklamy	101
Obr. 8: Kulturní mapa světa v roce 2000 (80 společností)	131
Obr. 9: Kulturní mapa světa v letech 2005 – 2007 (53 společností)	134
Graf 1: Spokojenost se životem v jednotlivých státech	153
Graf 2: Průměrná spokojenost se životem: interakce věku a pohlaví	155
Graf 3: Průměrná spokojenost se životem podle kontinentů: interakce věku a pohlaví.....	155
Graf 4: HDP/c a spokojenost se životem.....	158
Graf 5: Materialistické – postmaterialistické hodnoty uvnitř států	164
Graf 6: Spokojenost se životem a dimenzí M/PM hodnot	167
Graf 7: M/PM hodnoty a spokojenost se životem v jednotlivých státech	169
Graf 8: Autonomie a spokojenost se životem na úrovni státu a uvnitř států	173