

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut sociologických studií

**Bakalářská práce**

**2016**

**Daniel Pecho**

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD**

Institut sociologických studií

**Daniel Pecho**

**Veganství ze sociologické perspektivy:  
veganské hnutí a jeho sebeprezentace na internetu**

*Bakalářská práce*

**Praha 2016**

**Autor práce:** Daniel Pecho

**Vedoucí práce:** PhDr. Mgr. Jan Balon, Ph. D.

**Rok obhajoby:** 2016

## **Bibliografický záznam**

PECHO, Daniel. *Veganství ze sociologické perspektivy: veganské hnutí a jeho sebe prezentace na internetu*. Praha, 2016. 35 s. Bakalářská práce (Bc.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut sociologických studií. Vedoucí práce PhDr. Mgr. Jan Balon, Ph. D.

### **Abstrakt**

V této práci se na veganství dívám ze sociologické perspektivy. Nejprve ho zařazuji do spletité sítě kolektivních akcí a hnutí, jako tzv. lifestylové hnutí, jenž nejvíce spoléhá na individuální aktivismus. Veganské hnutí se prezentuje řadou různých způsobů. Za nejdůležitější prostor veganské sebe prezentace můžeme označit internet. Ve výzkumné části této práce se zajímám o to, jak v internetových článcích vegané využívají k propagaci svého hnutí vědecké studie a výzkumy. Středem mého zájmu je otázka, jakým způsobem se v článcích odehrává konflikt mezi vegany a jejich rivaly a také to, jak vegané využívají nevědeckou argumentaci, např. argumentaci emocemi.

### **Abstract**

In this paper I examine veganism from sociological perspective. First I classify veganism as a lifestyle movement, which highly depends on individual activism of its members.

The self-presentation of veganism takes place in many forms. Perhaps the most important space of vegan promotion is the internet. In the second part of this work I examine how vegans use scientific evidence and results of various studies for their cause in online articles. In the center of my interest is the question, how does the conflict between vegans and their rivals play out in the articles and also how vegans use other than scientific argumentation, emotional arguments for instance.

### **Klíčová slova:**

vegan, veganství, lifestyle, sociální hnutí, lifestylové hnutí, sebe prezentace, ekologie, zdraví

### **Key words:**

vegan, veganism, lifestyle, social movement, lifestyle movement, self-presentation, ecology, health

**Rozsah práce:** 66 924

## **Prohlášení**

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

V Praze dne 12.5.2016

Daniel Pecho

## **Poděkování**

Na tomto místě bych moc rád poděkoval PhDr. Mgr. Janu Balonovi, Ph. D., jehož vedení mi usnadnilo a zpříjemnilo vytváření celé práce. Velmi si cením rad, které mi poskytl a také jeho vstřícného jednání a lidského přístupu.

Institut sociologických studií  
Projekt bakalářské práce

# PROJEKT BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Univerzita Karlova v Praze

Fakulta sociálních věd  
Institut sociologických studií  
Katedra sociologie

*Předpokládaný název bakalářské práce:*

**Veganství ze sociologické perspektivy**

**Řešitel:** Daniel Pecho

**Ročník:** druhý

**Obor:** Sociologie a sociální antropologie

**Konzultant:** PhDr. Mgr. Jan Balon, Ph.D.

## 1. Náplň práce

Ve své práci bych se chtěl zabývat tematikou veganství ze sociologického pohledu. Hlavním cílem této práce bude zmapovat fenomén veganství zejména ze společenského perspektivy, tzn. popsat především sociální kontext a motivace, jež vedou lidi k úplnému vyloučení živočišných výrobků z jídelníčku. Dalším z cílů je popis veganství jako specifického společenského hnutí či zvláštního druhu subkultury, jenž bude založený na analýze největších českých webů s veganskou tematikou, které jsou svým způsobem reprezentativním výstupem pro veganství jako celek.

Výchozí myšlenkou je, že veganství není pouze restriktivní dietou, ale funguje (a to možná především) jako komplexní životní styl, který není pro jedince určující pouze co se týká stravování, ale také v dalších oblastech jako např. volný čas, spotřeba a nakupování či ekologie.

Existuje několik hlavních důvodů k tomu, aby člověk vyřadil ze svého jídelníčku složky živočišného původu. Tyto důvody bych chtěl ve své práci důkladně zmapovat a odhalit tak, co všechno kromě změny jídelníčku se za veganstvím skrývá. Být veganem totiž pro mnohé jedince není zcela jednoduchý úkol. Běžně lidé nad každodenními „samozřejmostmi“ jako je jídlo nebo nakupování příliš nepřemýšlí a vykonávají je tak nějak automaticky. Být veganem vyžaduje od člověka (minimálně ze začátku) větší disciplínu, neboť u věcí, které byly dříve samozřejmé musí najednou upozornit. Zároveň přechod na rostlinnou stravu vytváří mnohdy až nepřiměřený sociální tlak okolí. U mladších lidí vytváří tento tlak zejména rodiče, přátelé a někdy dokonce učitelé. U dospělých vznikají samozřejmě třecí plochy v partnerských vztazích, pokud se jeden z páru rozhodne pro veganství a druhý nikoliv. Původ tohoto sociálního tlaku je rozhodně také jedním ze zájmů této práce. Veganství jako takové je poměrně nový směr, a proto si teprve vytváří svou image. Dnes pravděpodobně neexistuje lepší místo, kde sledovat nejnovější trendy než internet a sociální sítě. Proto si myslím, že místo, kde si člověk může utvořit skutečně komplexní obraz o fenoménech jako je veganství, jsou právě příslušné webové stránky.

Mým záměrem je tudíž vytvořit ucelený obraz veganství a to ze subjektivní perspektivy (perspektivy jedince) a objektivní perspektivy (perspektivy veganství jako celku).

## 2. Předpokládané zpracování



Za pomoci vybrané literatury se nejprve pokusím o teoretické zpracování tématu. To zahrnuje vymezení veganství a dalších restriktivních diet, statistické údaje týkající se počtu veganů v populaci, složení veganské populace či stručný popis historie veganství.

V další části bych se rád věnoval již zmiňované subjektivní perspektivě v souvislosti s veganstvím. To znamená především rozbor konkrétních motivací pro přijetí diety bez živočišných produktů, zmapování (společenských) důsledků, které toto rozhodnutí má a popis toho, jak se mění každodennost pro člověka, když se ze samozřejmého stane nepřístupné (ať už se jedná o jídlo, oblečení, zábavu atd.).

Poslední část bych chtěl věnovat pohledu na dnešní veganství jako na specifický druh subkultury či sociálního hnutí na vzestupu. Tento pohled nazývám objektivní perspektivou a jde především o to poskytnout komplexní charakteristiku veganství jako takového. K tomu by mi jako zdroj informací měla pomoci analýza nejznámějších webových stránek s veganskou tematikou, popř. volně přístupných diskuzních fór.

### **3. Předpokládaná struktura práce**

- Úvod – širší vymezení tématu, cíle práce
- Teoretická část – vymezení veganství, historie, statistické údaje
- Subjektivní perspektiva – veganství z perspektivy jedince
- Objektivní perspektiva – pohled na veganství jako společenské hnutí
- Závěr – shrnutí poznatků

### **4. Orientační seznam literatury**

BARTÁK, R. Filosofie Vegetariánství. [online]. Dostupné z: <http://www.zvirevtisni.cz/index.php?Ing=CZ&webid=43&id=52&akce=clanek>

DAHLKE, R. Stávám se veganem. 1. vydání. Praha: Grada, 2014. 978-80-247-5272-3.

FOX, M. A. Vegetarianism and Planetary Health. Ethics and the Environment, Autumn 2000, vol. 5, issue 2, s.163-174. ISSN 1085-6633.

FRAŇKOVÁ, Slávka a Věra DVOŘÁKOVÁ-JANŮ. Psychologie výživy a sociální aspekty jídla. Praha: Karolinum, 2003. ISBN 80-246-0548-1.

GIDDENS, Anthony. Sociologie. Praha: Argo, 1999. ISBN 80-7203-124-4.

KOHÁK, Erazim. Zelená svatozář: kapitoly z ekologické etiky. 1. vydání. Praha: SLON, 2000. ISBN 80-85850-86-9.

KELLER, J. Úvod do sociologie. Praha: Sociologické nakladatelství, 2004. ISBN 80-86429-39-3.

KOLÁŘOVÁ, M. Revolta stylem. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2011. ISBN 978-80-7419-060-5.

RISSI, A. ZÜRRER, R. Vegetariánský život. Praha: EarthSave CZ, 2007. ISBN 978-80-86916-00-2

SINGER, Peter. Osvobození zvířat. Praha: Práh, 2001. ISBN 80-7252-042-3.

SMOLÍK, J. Subkultury mládeže. Praha: Grada, 2010. ISBN 978-80-247-2907-7.

## 5. English summary

The purpose of this work is to create complex view of veganism from sociological perspective. One of the main goals will be to describe veganism from social perspective. This includes covering of social context and motivations, which leads people to remove animal products from their diets. Another goal is to describe veganism as a specific social movement or a special type of subculture. This characterization will be based on the analysis of the biggest czech vegan websites, which are in a way representative output of veganism as a whole.

The fundamental idea is, that veganism isn't only restrictive diet, but works also as a complex lifestyle, which becomes involved not only in the matter of eating, but in other areas of life aswell, such as leisure time activities, consumption and shopping or ecology.

There are a few main reasons for an individual to give up animal products. I want to cover those reasons in depth and expose, what other things are contained in veganism. To be a vegan isn't an easy task for most people. Normally people don't even think about things like food or shopping and do activities connected with them automatically. Veganism requires higher discipline from an individual, because such a simple activities like shopping or cooking are much more complicated for new vegan. There is also a social pressure caused by parents, friends, partners, relatives or teachers. Source of this pressure is definitely one of interests of this work.

Veganism is relatively new trend, thus it just develops its image. These days there probably isn't a better place, where you can observe the newest trends, than internet and social media. This is the

reason, why I think it is valuable tool to analyze websites, when you want to create a complex image of new trends, such as veganism.

So my aim is to give a complex image of veganism from both subjective (perspective of an individual) and objective (perspective of veganism as a whole) perspective.

Konzultant: PhDr. Mgr. Jan Balon, Ph.D.

Řešitel: Daniel Pecho

# Obsah

1. Úvod .....	1
2. Definice a cíle veganství.....	3
3. Veganství jako (sociální) hnutí .....	4
4. Aktivismus.....	6
5. Veganské organizace a asociace .....	7
6. Sebereprezentace a propagace veganského hnutí .....	8
6.1. Internet .....	9
6.2. Filmy, hudba, knihy a další .....	10
6.3. Letáky.....	11
6.4. Eventy .....	11
7. Úvod k analýze .....	13
8. Metodologie.....	14
9. Data.....	15
10. Analýza a zjištění .....	16
10.1. Působení na čtenáře skrze emoce .....	17
10.2. Vedení konfliktu .....	20
10.3. Frekvence slov.....	21
10.4. Struktura článků .....	22
11. Závěr .....	23
Zdroje .....	25
Analyzované internetové články .....	28
Seznam příloh: .....	31
Přílohy.....	32

# 1. Úvod

V druhé polovině dvacátého století ve společnosti začal sílit nový druh odporu. Lidé již neprotestovali kvůli materiálním podmínkám a nebouřili se z nedostatku. Důvody k protestu zkrátka nebyly hmotné povahy a i přes to donutily masy jedinců ke kooperaci za účelem manifestace určitých ideálů. Dalo by se říci, že se jednalo o novou – morální – rezistenci vůči fungování společnosti. Do této kategorie spadá např. feministické hnutí, environmentální hnutí, hnutí za práva homosexuálů, hnutí za práva zvířat a další.

Já se v této práci budu věnovat veganství, které bych sice nezařadil do kategorie k výše zmíněným hnutím, jak se ještě později pokusím dokázat, ale i přesto považuji za důležité je zmínit. Všechna zmíněná hnutí totiž sdílí jeden významný aspekt a tím je určité morální jádro jejich činnosti. Veganství jako životní styl vychází totiž především z morálních ideálů, což ho spojuje s hnutími zmíněnými výše, ale na druhou stranu druh akce a organizace, jenž vegané využívají je natolik odlišný, že bychom jen těžko mohli mluvit o stejném typu kolektivního aktéra.

Nelze říct, že by veganství bylo ze sociologického hlediska úplně neprobádanou oblastí, nicméně je také docela jasné, že není ani úplně ve středu zájmu sociologů. Cole a Morganová jdou v jedné ze svých prací s tímto tvrzením o něco dále a píše, že „empirické sociologické studie veganů jsou vzácné“. (Cole, Morgan, 2011: 135) S tímto výrokem lze souhlasit a je nutné si všimnout i dalšího tvrzení dvou zmíněných autorů, které se týká toho, že vegané jsou většinou bráni pouze jako součást uskupení či jakási podmnožina vegetariánů. Dle mého názoru se tento trend začíná pomalu ale jistě obracet a u lidí, kteří přistupují k bojkotu určitých produktů z etických důvodů, je vegetariánství bráno pouze jako určité mezistádium před přechodem na veganství. Veganství se tedy dostává na výsluní na úkor vegetariánství, jako cílová meta pro jedince, kteří zvažují svou spotřebu z morálního hlediska. Na druhou stranu musím souhlasit s tím, že v mainstreamu je veganství ještě pořád bráno pouze jako určitá forma vegetariánství, tedy pouze jako restriktivní dieta, což ovšem není správný výklad skutečnosti, jak si později ještě ukážeme.

Veganství je stále pro velkou část společnosti něčím málo známým, něčím o čem lidé velmi často mají mlhavé tušení, ale nemají zájem toto tušení prohlubovat, tudíž nemůže dojít k úplnému pochopení jádra věci. Proto snadno může docházet k misinterpretacím samotné podstaty veganství a tudíž také k nepřesné kategorizaci, o které jsem se již zmiňoval výše. A to je vlastně jeden z cílů mé práce: správně a důkladně zařadit veganství jako kolektivního aktéra současné společnosti a vysvětlit podstatu tohoto hnutí (zda v tomto případě skutečně můžeme mluvit o sociálním hnutí budu rozebírat v jednom z následujících oddílů) tak, abych se vyhnul složitým diskuzím v druhé části své práce.

Jak již bylo řečeno výše, sociologické studie zaměřující se výhradně na veganství a vegany

nejsou zrovna časté, nicméně můžeme se s nimi setkat (Cole, Morgan, 2011; Cole, 2008; Cherry, 2006; McDonald, 2000). Nejčastěji jsou k vidění studie zaměřující se na jedince – vegany a jejich pohled na veganství a zkušenosti. Takové výzkumy tedy nabízí vhled do životů praktikujících veganů a umožňují zkoumat subjektivní faktory, jež se týkají např. motivace k přijetí veganství. Já se v této práci nezaměřuji na jedince, nýbrž na celek, který individua vytváří. Středem mého zájmu tedy bude veganství jako kolektivní aktér a konkrétně pak jeho sebeprezentace a propagace. K tomu mají nejblíže studie Matthewa Colea. V nich autor sice neřeší, jak se prezentují sami vegané, ale například to, jak je veganství prezentováno v médiích (Cole, Morgan, 2011) či jak je veganství prezentováno na sociálněvědní půdě (Cole, 2008). Zmíněné výzkumy diskurzů týkajících se veganství se svou podstatou přibližují mojí práci, protože veganství v nich není studováno očima jednotlivců, ale je bráno jako ustálený celek, o kterém se nějakým způsobem hovoří. Ve studii zaměřené na mediální diskurz autor pracuje s britským tiskem v roce 2007. Dozvídáme se, že veganství bylo v novinách na britských ostrovech prezentováno v drtivé většině případů negativně. Cole rozlišuje hned několik typů negativního diskurzu, který označuje jako *vegafobii*: zesměšňování, popisování veganství jako asketismu, popisování veganství jako životního stylu, který je složité nebo dokonce nemožné vydržet, popisování veganství jako pouhé dočasně módní záležitosti, charakterizování veganů jako přecitlivělých, charakterizování veganů jako nepřátelských (Cole, 2011: 139). Pozitivních či neutrálních hodnocení bylo pouze nemnoho a navíc se téměř vůbec netýkala etické podstaty veganství, ale jiných aspektů (např. jídla). Ve vědecké oblasti je veganství vykládáno zejména jako asketismus. Druhá, pozitivnější perspektiva, již autor v sociálněvědním diskurzu objevuje je perspektiva hedonistická, která vychází z toho, že vegané konzumují rozmanitější spektrum rostlinných potravin a jejich životní styl jim v oblasti gastronomie otevírá dveře, které normálnímu člověku zůstávají často zavřeny.

Já bych se v této práci rád zaměřil na to, jak vegané prezentují sami sebe. Myslím, že je celkem racionální předpokládat, že v tomto případě bude podávaný výklad veganství výhradně pozitivní. Nejprve budu muset rozlišit jednotlivé způsoby prezentace a až pak budu mít možnost přistoupit ke konkrétní analýze. Tato analýza se bude týkat toho, jak vegané využívají vědeckých objevů k propagaci myšlenek svého hnutí, jaké využívají metody prezentace a co je její náplní. Protože je veganství hnutí vycházející z etických principů, které jsou nevědecké a subjektivní povahy, bude, myslím, zajímavé sledovat, jakým způsobem je využíváno výsledků vědeckého bádání, jež by mělo být přísně objektivní.

## 2. Definice a cíle veganství

Veganství nelze teoreticky vymezit úplně snadno a přímočaře i přesto, že se na první pohled zdá, že je tento fenomén poměrně jasně vymezený a tudíž lehce definovatelný. Když budeme do detailu zvažovat různé dimenze veganského životního stylu, zjistíme, že je složité formulovat konkrétní, plně vyhovující popis. V obecném povědomí je s veganstvím pravděpodobně nejvíce spojena restriktivní dieta – vyloučení všech živočišných výrobků z jídelníčku. Vegané tedy nekonzumují maso, mléko a mléčné výrobky, vejce a med. To je základ veganského životního stylu, ale vyřazení živočišných výrobků z jídelníčku rozhodně není jediná věc, která by dělala z člověka vegana. Je důležité podotknout, že existuje významný rozdíl mezi veganstvím, kterým se budu zabývat já ve své práci a pouhým vynecháním živočišných produktů z jídelníčku. Lidé, kteří nekonzumují žádné živočišné produkty, nemusí být nutně vegany, oproti tomu vegan určitě nekonzumuje žádné živočišné produkty. V této práci považuji za vegany ty, jejichž motivace k vynechání živočišných produktů je primárně etická, nikoliv ty, kteří např. konzumují rostlinnou stravu kvůli zdravotním benefitům. Toto pojetí vychází z asi nejznámější a nejpoužívanější definice veganství z webu [www.vegansociety.com](http://www.vegansociety.com), kterou si v následujících odstavcích pro lepší vhled do problematiky rozebereme. Tato definice zní (překlad): „Veganství je způsob života, vyhýbající se, jak jen je to možné a praktikovatelné, všem formám zneužívání a krutosti na zvířatech, kvůli potravě, oblékání nebo za jakýmkoliv jiným účelem.“ ([www.vegansociety.com](http://www.vegansociety.com): Definition of veganism, volně přeloženo)

Je tedy patrné, že veganství je především životní styl. Tímto životním stylem se jedinec snaží v co největší možné míře omezit či úplně eliminovat využívání jakýchkoliv produktů pocházejících ze zvířat, či produktů, které zvířata přímo či nepřímo využívají ke své výrobě. Kromě specifického jídelníčku se to projevuje (jak je psáno v definici) taky nevyužíváním zvířat k oblékání (kůže, kožesiny, vlna atd.). Dále jsou zde ovšem další – hlubší – aspekty veganství, kam bych zařadil např. testování na zvířatech. Vegané se totiž vyhýbají také kosmetice, cigaretám a dalším produktům, které byly testovány na zvířatech, neboť testování považují taktéž za hrubé zneužívání zvířat. S veganstvím se neslučují ani cirkusy, show s kosatkami či delfíny a jiná představení se zvířecími aktéry. Poslední dobou je také žhavou otázkou, a to nejen mezi vegany, palmový olej. Etika jeho získávání byla zpochybněna a k palmovému oleji vzniká odpor nejen u veganů, ale i v neveganské části společnosti.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Na sociálních sítích se skupiny proti palmovému oleji poměrně rychle rozrůstají. Např. česká stránka Koalice proti palmovému oleji má přes 18 000 příznivců a zahraniční Palm Oil Investigations dokonce přes 180 000. Problematický je palmový olej zejména kvůli své masové produkci. Produkce jiných exotických olejů, např. kokosového, je v porovnání s palmovým zanedbatelná. Palmové plantáže pak musí být rozšiřovány na úkor pralesů, čímž se omezuje přirozený životní prostor všech druhů zvířat, které pralesy obývají.

Ač je to rostlinný produkt, pokud přihlídneme k výše zmíněné definici, běžný palmový olej se dle mého názoru z etického hlediska neslučuje s veganskou ideologií, protože jeho produkce nepřímo působí utrpení zvířatům.<sup>2</sup>

Tímto jsme si tedy do detailu vymezili, co je veganství. Nyní se podívejme na cíle, jež tento životní styl má. Z definice z webu vegansociety.com lze usuzovat, že primární motivací k veganství je soucit se zvířaty a cílem je tedy jejich ochrana, nebo přinejmenším snížení poptávky po produktech, při jejichž výrobě jsou zvířata zneužívána. V první řadě tedy vegané vnímají svoje veganství ve vztahu ke zvířatům a tedy jako „aspekt anti-speciesistické<sup>3</sup> praxe“. (Cole M., Morgan K.: 135) Ale může za volbou tohoto životního stylu být i něco víc? Fox a Wardová provedli kvalitativní výzkum s 33 vegetariánskými (nikoliv veganskými) účastníky, ze kterého vyšlo najevo, že kromě dvou primárních zdrojů motivací – etického (soucit se zvířaty) a zdravotního hlediska, může být dalším cílem omezení konzumace živočišných produktů také regulace dopadu vlastní spotřeby na životní prostředí (Fox Nick, Ward Katie: 2007). Výzkum Foxe a Wardové není natolik rozsáhlý, abychom z něj mohli dělat všeobecné závěry a navíc pracuje s vegetariány a nikoliv vegany, pro které mohou být motivace v lecčems odlišné. I tak si myslím, že může sloužit minimálně jako podnět pro diskuzi o tom, zda existují také ekologické motivace k eliminaci živočišných produktů ze svého života, které si sami vegetariáni a vegani dobře uvědomují. Domněnku o ekologii, jako významném faktoru k přijetí veganství, potvrzuje ve své práci také Cole (Cole, 2008). Diskuze tohoto typu ovšem není předmětem mé práce, a proto ji zde nebudu dále rozvádět.

### 3. Veganství jako (sociální) hnutí

V předchozím oddíle jsem se pokusil o definování veganství jako takového a také jsem uvedl motivace, které jedince vedou k přijetí tohoto životního stylu. Ve světle těchto motivací vyvstává otázka, zda je veganství opravdu pouze životní styl. Můžeme v něm totiž spatřovat i určité prvky kolektivní akce orientované na společenskou změnu. Mohli bychom tedy veganskou kolektivní snahu označit také za hnutí?

Vegané rozhodně netvoří typické sociální hnutí, ale můžeme je zařadit např. k tzv. lifestyleovým hnutím. Lifestyleové hnutí je právě ten útvar, který leží mezi životním stylem (bez ambice na sociální změnu) a sociálním hnutím (strukturovaným, organizovaným útvarem se zaměřením na

---

2 To si lze potvrdit i v diskuzích na sociálních sítích, na různých fórech nebo na veganských webech. Pro ilustraci uvádím odkaz na článek Řekněte NE palmovému oleji: <http://veganmind.cz/clanek/reknete-ne-palmovemu-oleji>.

3 Speciesismus je termín, který poprvé použil Richard Ryder a označuje druhovou nadřazenost. Je obdobou rasismu či sexismu – znamená tedy diskriminaci určitého druhu, jež je založena „na morálně irelevantních fyzických rozdílech“. (Ryder, R.:2005)



sociální změnu). Lifestylová hnutí mají oproti sociálním hnutím – tradičním i novým – velmi neurčitou strukturu a organizaci. Spoléhají daleko více na individuální iniciativu než na kolektivní, expresivní akce – využívají tedy životní styl jedinců jako primární nástroj sociální změny (Haenfler R., 2012: 1 – 2). Koncept lifestylových hnutí je pro veganství podle mého názoru ušitý doslova na míru, což se pokusím v tomto oddíle své práce ještě ukázat.

Někteří autoři řadí veganství také k Novým sociálním hnutím (např. Cherry E., 2006). Cherry veganství řadí k Novým sociálním hnutím na základě Melluciho definice (překlad): „sociální hnutí je forma kolektivní akce (a) založená na solidaritě, (b) vedoucí nějaký konflikt a (c) rozbíjející systém, ve kterém se objevuje.“ (Cherry E., 2006: 155) Z mého pohledu veganství některé rysy s Novými sociálními hnutími sdílí a budu se o nich ještě zmiňovat v dalších oddílech, ale čistě za Nové sociální hnutí bych ho neoznačil ze dvou hlavních důvodů: veganství využívá individuální akci (praktikování životního stylu) v daleko větší míře, než akci kolektivní a zároveň je organizováno až příliš nejasně, abychom ho mohli považovat za Nové sociální hnutí<sup>4</sup>. Veganské hnutí funguje na základě sdílené identity, která je ovšem do jisté míry pouze předpokládaná – vytváří si jí sami členové hnutí individuálně na základě víry v to, že existují další lidé, kteří vedou stejnou individuální akci (Maurer, D.: 2002). Sdílená identita veganského hnutí je v současné době velmi silně podporována sociálními sítěmi na internetu, na kterých si vegané mohou potvrdit, že skutečně nejsou ve svém snažení sami, sdílet svoje zkušenosti atd.. Sociální síť a internet všeobecně je pro hnutí jako je to veganské velmi cenným nástrojem. K tomuto tématu se ještě vrátím v této práci později.

Představovaná sdílená identita, kterou jsem právě popsal, je typickým znakem lifestylových hnutí. Důležitým mechanismem, kterým se lifestylová hnutí reprodukují, je to, že členové „berou svoji účast v hnutí jako cíl hledání osobní „integrity“ a „autentičnosti“, vycházejíce z představy, že lidská bytost je souhrnem svých každodenních voleb.“ (Haenfler R., 2012: 9. Volně přeloženo.) Tento udržující mechanismus založený na individuálním smyslu pro morální povinnost lze identifikovat i u veganství, jak jsme si ukázali v prvním oddíle této práce na motivacích k veganství.

V předchozím oddíle jsme si veganství definovali jako životní styl a v této části jsme si potvrdili, že veganský životní styl má určité ambice provést konkrétní kulturní změnu, což z něj

---

4 Na druhou stranu je nutno říci, že veganství s Novými sociálními hnutími sdílí řadu rysů, proto je jeho zařazení do této kategorie poměrně pochopitelné. Haenfler však velmi trefně podotýká, že koncept Nových sociálních hnutí je více než ucelenou teorií spíše jakousi kategorií, kam spadají všechna novodobá hnutí (Haenfler R., 2012: 4). Toto rozlišení se skutečně zdá být až příliš hrubé, a tak zde není dostatečný cit pro odlišnosti jednotlivých kolektivních akcí a hnutí v jejich cílech, organizaci, nástrojích atd. Zároveň je zpochybňována i samotná „novost“ Nových sociálních hnutí, v porovnání s tradičními hnutími. Kritika konceptu Nových sociálních hnutí tedy není vůbec ojedinělá, např: Tucker, K. H., 1991; Eggert, N a Giugni, M, 2012; Barker, C. a Dale, G., 1998 a další.

zřejmě dělá hnutí. Po stručném rozboru jsem stejně jako Haenfler došel k závěru, že nejvhodnější kategorií pro veganství jsou svou organizací, strukturou, fungováním i cíli lifestylová hnutí. Po vzoru Maurerové, která se ve své práci zaměřuje na vegetariánství, můžeme nyní identifikovat také ideologii veganského hnutí, tedy veganství. Maurerová využívá definici ideologie Herberta Blumera, jenž ideologii považuje za podstatu hnutí složenou ze soustavy zásad, věr a mýtů, z níž hnutí získává svůj „směr, ospravedlnění, nástroje k útoku, nástroje k obraně, inspiraci a naději“. (Blumer in Maurer, D.: 70, 2002) Ideologie tak přispívá k vytváření pocitu sounáležitosti u členů hnutí a posiluje pocit sdílené identity.

## 4. Aktivismus

Výše jsem zmínil, že pro lifestylová hnutí (a tedy i pro veganství) je typický hlavně individuální a soukromý aktivismus, který výrazně převažuje nad aktivismem kolektivním a expresivním. Řečeno jinými slovy, pro veganské hnutí jsou daleko významnější každodenní volby „členů“ hnutí (tedy těch, jež následují životní styl bez živočišných produktů) než případná účast na otevřených demonstracích, protestech či pochodech. V návaznosti na to je důležité zmínit koncept politického konzumerismu, protože ten je v podstatě alfou a omegou individuálního aktivismu veganů. Politický konzumerismus pracuje s myšlenkou, že každodenní ekonomické volby jednotlivců mohou sloužit jako politická síla a tedy nástroj sociální změny. Politický konzumerismus operuje s předpokladem, že jedinec má určitý potenciál ovlivňovat svými každodenními ekonomickými volbami trh. Tato individuální schopnost jedinců je v tržním hospodářství významným činitelem, ovšem pokud není organizovaná a zůstává skutečně pouze na individuální úrovni, je značně limitovaná. Je to především kolektivně-individuální snaha, která má skutečně sílu a ukrývá v sobě předpoklad pro sociální změnu (Holzer B.: 2006). Důležitým faktorem, který hraje roli v ideji politického konzumerismu, je tedy hlavně koordinovanost a organizace nakupování či naopak bojkotování určitých produktů. Různí autoři se shodují na tom, že určitá strategie nakupování či bojkotu může být politicky významnou silou pouze pokud je účinně organizovaná (např. Holzer, 2006; Stolle, D., Hooghe, M., & Micheletti, M.: 2005). Předpoklad koordinace a organizace je z mého pohledu v případě veganství splněn – bojkot živočišných produktů je jasnou a jednoduchou strategií.

Existuje ještě jeden významný aspekt individuálního praktikování veganství, který bych chtěl na tomto místě zmínit. Kolektivní protest je podle teoretika Nových sociálních hnutí Klause Edera přínosný z hlediska sociálního učení společnosti (Eder, 1985: 886). To znamená, že kolektivní protest představuje možnost, jak upozornit na určité morální problémy, které by jinak mohly zůstat trvale opomenuty. Upozorňuje na existenci daného problému, vnáší ho do povědomí společnosti a vytváří tak prostor pro diskusi. Tím připravuje půdu pro možnou transformaci společnosti. Přestože Eder

tento koncept vytvořil ve spojitosti s Novými sociálními hnutími, usuzuji, že ho můžeme aplikovat i na jiné typy kolektivní akce, potažmo tedy i na lifestylová hnutí a konkrétně také na veganství. Bojkot živočišných produktů je dle mého názoru forma protestu, nikoliv sice ryze kolektivní, ale individuálně-kolektivní. Kromě přímého ovlivnění trhu může tento protest fungovat právě jako upozornění na témata a problémy, jimž se mainstreamová společnost za normálních okolností tolik nevěnuje.

Druhou formu aktivismu bychom mohli označit za čistě kolektivní a expresivní. Do této kategorie spadají nejrůznější pochody, protesty a demonstrace. Jak již ovšem bylo napsáno výše, lifestylová hnutí na kolektivní akce tolik nespolehají a platí to také pro veganství. Neznamena to, že by se nekonaly vůbec žádné otevřené, skupinové, veganské akce, což se ještě pokusím ukázat v dalších částech této práce, nicméně protesty a demonstrace nejsou hlavním nástrojem, který veganství jako hnutí využívá. Když se podíváme např. na webové stránky jednoho z největších veganských pochodů Veggie Parade, jenž se koná každoročně v různých městech po celém světě, zjistíme, že jeho účelem je „vnést mezi širokou veřejnost informace o zneužívání zvířat a nabídnout etické řešení tohoto dalekosáhlého problému, upozorňovat na nespravedlivé zacházení se zvířaty a mluvit o zbytečnosti jejich umírání v nejširším kontextu.“ (<http://veggie-parade.cz/>: Co je Veggie Parade) Veggie Parade tedy její pořadatelé považují de facto za intenzivní formu sociálního učení – je to způsob, jak dostat do povědomí veřejnosti informace o problémech, kterým v mainstreamu není věnován dostatek prostoru. Myslím, že stojí za to poznamenat, že stejnou informativní funkci v menším měřítku může mít také aktivismus individuálně-kolektivní – samotné praktikování veganského životního stylu. Existuje možnost, že právě proto se veganství (a lifestylová hnutí všeobecně) více spolehají na individuálně-kolektivní aktivismus, neboť ten se odehrává každý den a může plnit podobnou, ne-li zcela totožnou, funkci jako expresivní akce. Zde je opět prostor pro diskuzi, kterou dále nebudu rozvíjet, protože není součástí mé práce.

## 5. Veganské organizace a asociace

V jedné z předchozích částí této práce jsem se věnoval tomu, že organizační struktura lifestylových hnutí je v porovnání s jinými typy sociálních hnutí velmi volná až neurčitá. To potvrzuje Cherry ve svém textu, kde píše, že např. v USA existují sice organizace orientující se čistě na veganský životní styl, ale jejich členská základna je v porovnání s odhadovaným celkovým počtem veganů zanedbatelná co do počtu (Cherry, 2006: 156). Veganské hnutí se tedy nespolehá na etablované organizace či asociace jako na oporu svojí činnosti, ale i přesto by bylo chybou se o veganských organizacích vůbec nezmínit, protože i ony se podílí na prezentaci veganství. Proto se alespoň ve stručnosti rozepíšu o oficiálních veganských organizacích a jejich fungování.

V České republice moc veganských organizací nenajdeme. Jak si později ukážeme, ve světě vznikají organizace, které především podporují vegany v jejich snažení, pokouší se veganský životní styl praktikujícím usnadnit a zároveň propagovat myšlenku veganství. Počet organizací takového ražení je v České republice minimální, výjimku tvoří např. nezisková organizace Česká veganská společnost, která podle slov na svém webu chce „usilovat o systémové změny směřující ke snadnějšímu životu veganů v ČR (...) informovat praktické lékaře a pediatry (...) podílet se na tvorbě oficiálních výživových doporučení (...) prosazovat možnosti čistě rostlinného stravování ve školách, školkách, nemocnicích, vězeních, armádě a dalších státních zařízeních.“ (<http://veganskaspolecnost.cz/>: Co děláme) Kromě toho by funkce České veganské společnosti měla být také informativní a nápomocná (začínajícím) veganům. Veganské organizace se v České republice jinak většinou ve svém snažení zaměřují na (hospodářská) zvířata. Příkladem může být česká pobočka antispeciesistického hnutí 269 nebo nezisková organizace a azyl pro hospodářská zvířata Farma naděje. Tyto organizace spadají dle mého názoru částečně také pod „příbuzné“ hnutí za práva zvířat.<sup>5</sup> Jak už jsem psal výše, zahraniční (světové) organizace se svou povahou blíží spíše České veganské společnosti, která je v našich podmínkách víceméně osamocená. Ať už se jedná o VEGAN lifestyle ASSOCIATION, The Vegan Society nebo International Vegan Association, všechny tři zmíněné organizace jsou primárně lifestylové se zaměřují shodně na propagaci, podporu a usnadnění veganského životního stylu. A jak se veganům organizace snaží pomoci? Pro ilustraci si uveďme jeden příklad – jedním z produktů činnosti The Vegan Society je „vegan“ obchodní značka<sup>6</sup>, která vznikla už v roce 1944 a dnes jí na celém světě nese přes 18 000 produktů.

## 6. Sebe prezentace a propagace veganského hnutí

Závěrečnou kapitolu teoretické části budu věnovat tomu, co je pro moji práci nejrelevantnější, a to je

- 
- <sup>5</sup> Jako „příbuzné“ hnutí bych kromě zmíněného hnutí za práva zvířat označil také hnutí environmentální. Obě tato hnutí sdílí s vegany některé cíle a jejich propagace i akce se často prolínají. Veganství se od dvou zmíněných ovšem odlišuje především důrazem na životní styl svých členů a individuální aktivismus. Dvě příbuzná hnutí bych spíše zařadil do kategorie Nových sociálních hnutí, protože kladou větší důraz na organizaci a kolektivní akce.
- <sup>6</sup> Vegan certifikace může být udělena všem produktům, které splňují kritéria organizace The Vegan Society. Mezi tato kritéria patří: výrobek neobsahuje, žádné živočišné složky, ani nebyl testován na zvířatech; výrobek neobsahuje geneticky modifikované složky; výrobce dodržuje všechny nezbytné hygienické postupy (tzn., že kromě jiného také dohlíží na to, aby produkt nebyl kontaminován čímkoliv živočišným) (<https://vegansociety.com>: Vegan Trademark standarts). Obchodní značka je pro vegany velmi praktická např. při výběru kosmetiky, protože zaručuje, že výrobek nebyl testován na zvířatech, což je jinak poměrně obtížné zjistit.

samotná sebe prezentace a sebe propagace veganského hnutí. Pro tento oddíl bude důležitý koncept symbolických výzev italského sociologa Alberta Melucciho. Přestože Melucci, podobně jako Eder, byl teoretikem Nových sociálních hnutí, jeho práce je přínosná i pro ostatní druhy kolektivní akcí.

Melucci spatřuje potenciál sociálních hnutí v narušování daných sociálních vztahů a zpochybňování zavedených kulturních vzorců. Zároveň nebere hnutí „jako postavy“ (*characters*), ale jako „znamení“ (*signs*) – jejich činnost se realizuje v symbolických výzvách (*symbolic challenges*).“ (Barša, Císař: 110 – 111) Tento Melucciho přístup k sociálním hnutím nás zároveň více přibližuje k organizačně velmi volným lifestyleovým hnutím (veganství).

Melucci rozlišuje proroctví, paradox a reprezentaci, jako tři druhy symbolických výzev. Hnutí, která používají proroctví, jím upozorňují na něco jiného než sebe sama, ale zároveň používají sebe jako příklad. Paradox upozorňuje na absurditu a iracionalitu stávajícího systému pomocí přehánění a dovedení určitých znaků do extrému. Reprezentace zase využívá jako prostředek k narušení stávajícího pořádku jinou platformu, jako např. obrazy, film, divadlo atp. (Melucci A., 1989) K tomuto dělení se budu v následujícím oddílu odvolávat a pokusím se ukázat, jak veganské hnutí využívá všechny tři druhy symbolických výzev.

Veganské hnutí se prezentuje řadou různých způsobů. O některých způsobech propagace a prezentace jsem se již zmiňoval v předchozích částech této práce – významnou součástí jsou např. oficiální veganské organizace, kolektivně-expresivní akce jako demonstrace a pochody a nesmíme zapomenout ani na činnost jednotlivců, kteří životní styl bez živočišných produktů praktikují a tím ho de facto každodenně více či méně propagují. Ostatní významné způsoby prezentace si představíme nyní.

## 6.1. Internet

Internet představuje pro různé druhy kolektivních akcí mimořádně cenný nástroj. Je tomu tak proto, že do mainstreamových médiích jako jsou televize, rádio či noviny, se alternativní proudy, ke kterým řadíme i veganské hnutí, dostávají jen velmi obtížně (Danelian, L., 1992). Pro mimomainstreamové iniciativy je internet jedním z nejdůležitějších míst působení, protože je to prostor dostupný téměř všem v západním světě a není zde nijak omezováno, co bude a nebude publikováno tak, jako tomu je v mainstreamových masových médiích. Internet usnadňuje masovou komunikaci, šíření a sdílení informací i organizaci nejrůznějších druhů akcí (Postmes T., Brunsting S., 2002). Veganské hnutí samozřejmě internet také využívá k propagaci svých ideí a své sebe prezentaci. Asi nejhojněji jsou využívány sociální sítě jako Facebook, Twitter či Instagram. Samostatnou kapitolou je pak internetový server na sdílení videí Youtube, který je nejen místem, kde se sdílejí informace prostřednictvím videí, ale také je čím dál tím častěji kolbištěm, na němž se utkávají jedinci a skupiny

s odlišnými životními postoji. Poslední významnou internetovou kategorií jsou internetové stránky a blogy.

Se vznikem sociálních sítí se v podstatě každému otevřel nový způsob, jak se stát veřejně (a dokonce i celosvětově) známou osobností. Většina těchto novodobých internetových celebrit má zároveň účet na všech sociálních sítích (Facebook, Twitter, Instagram ...) a také na serveru Youtube. Na všech těchto kanálech poté sdílí svůj obsah, který sledují jejich „fanoušci“.

Existují samozřejmě také veganské internetové „celebrity“, které prezentují různými způsoby veganské hnutí a ideály. Aktivismus jednotlivců na sociálních sítích by se dle mého názoru nazval novou formou individuálního aktivismu, která se pro šíření veganské ideologie stává čím dál významnějším nástrojem. Sledovanost sociálních sítí a Youtube jde totiž v mnoha případech do astronomických čísel.<sup>7</sup>

Rozsah mé práce mi nedovoluje detailně rozebírat různé aspekty internetového aktivismu, ale rád bych na tomto místě uvedl pro ilustraci alespoň jeden příklad. Vegan Sidekick<sup>8</sup> (v českém překladu Veganův Pomocník) je internetová osobnost a autor krátkých komiksů. Podstatou jeho díla je v drtivé většině *symbolická výzva paradox* – přehánění a zveličování určitých znaků. Tím se snaží zdůraznit iracionalitu, kterou spatřuje v neveganském způsobu života a v protiveganské argumentaci. Vegan Sidekick a jeho komiksy bychom zároveň mohli označit také jako *symbolickou výzvu* reprezentaci, neboť se jedná o alternativní platformu – komiks – kterou se autor snaží narušit stávající kulturní vzorce a zaběhlý způsob uvažování. Jeho komiksy slouží také jako praktická podpora veganům v každodenních diskuzích na téma veganství.

## 6.2. Filmy, hudba, knihy a další

Veganství využívá ke své reprezentaci také další druhy platform. Existuje velké množství dokumentárních filmů, které se věnují veganství a příbuzným tématům. Na webu [www.vegansouls.com](http://www.vegansouls.com) se také můžeme dozvědět, jaký význam těmto filmům přisuzují sami vegané (volně přeloženo): „Dokumenty nejsou pouze otázkou zábavy. Jsou efektivním médiem k propagaci ideologie, přinesení povědomí do společnosti a zviditelnění určitých záležitostí před širším publikem.“

Vybral jsem tři reprezentativní příklady dokumentů s veganskou tematikou: Earthlings

---

7 Bleskově rostoucí je v současné chvíli velmi kontroverzní kanál Vegan Gains. Má na kontě od svého založení 12.12.2014 již přes 185 000 odběratelů a celkově jeho videa mají přes 50 milionů zhlédnutí. Desítky dalších veganských „youtuberů“ dosahují podobných čísel. Můžeme tak s klidem říci, že server youtube.com a internet všeobecně svým dosahem veganskému hnutí dělá neocenitelnou službu.

8 Viz Příloha 1

(Pozemšťané; zabývá se etickou perspektivou), Forks Over Knives (Raději vidličky než nože; zabývá se zdravotní perspektivou) a Cowspiracy – The Sustainability Secret (Cowspiracy – Klíč k udržitelnosti; zabývá se environmentální perspektivou).

Se stejným záměrem přicházejí umělci, spisovatelé a dokonce i sportovci, kteří se všichni skrze svá vlastní média snaží pozitivně zviditelnit veganství a upozornit na problematiku spojenou s živočišnou výrobou.

## 6.3. Letáky<sup>9</sup>

Letáky jsou v jistých ohledech „tradičnější“ formou propagace, jíž samozřejmě využívá i veganské hnutí. Letáky se většinou rozdávají na různých kolektivních akcích jako jsou např. pochody či festivaly. Na české veganské scéně se drtivá většina letáků zaměřuje na etické hledisko a to tím způsobem, že napadá a zpochybňuje morálnost živočišné výroby a praxe, která je v živočišném průmyslu běžná. Na letácích jsou informace podávány jednoduše a úderně tak, aby čitatele šokovaly. Za tímto účelem jsou doplněny i autentickými fotografiemi. Na konci letáku je jako pozitivní a morální alternativa nabízeno veganství. Konečný celek působí jako kontrast mezi „temnotou“ živočišného průmyslu a „světlem“, které může přinést veganský životní styl.

## 6.4. Eventy

Eventy a festivaly jsou většinou spojeny s vystoupeními veganských umělců a přednáškami na nejrůznější témata, která se více či méně váží s veganstvím. Největší zaměření je zde ovšem na prodej a ochutnávky rostlinných pokrmů. Je to tedy hlavně prezentace toho aspektu veganství, jenž skrze internet, filmy či letáky prezentovat nelze. Jídlo a jeho chuť je důležitým faktorem při uvažování o přechodu na rostlinnou stravu, a proto jídelní festivaly můžeme brát jako snahu o ukázkou toho, že i rostlinné pokrmy mohou být chuťově vynikající. Podobné události mohou tedy mít i určitý transformační potenciál – pokud člověk, který veganství odmítá kvůli chuti některých živočišných produktů zjistí, že i rostlinná strava může chutnat velmi dobře. To ho o něco více k veganství přiblíží. Na organizaci podobných eventů se u nás orientuje např. sportovně zaměřený projekt Vegan Fighter, ale i mnoho dalších.

Zatím jsem neukázal, jak vegané ve své sebe prezentaci využívají *symbolickou výzvu* proroctví z Melluciho typologie. Dle mého názoru samotná anti-speciesistická povaha veganského hnutí má prorocké kořeny. Idea anti-speciesismu upozorňuje na to, že všechny druhy jsou rovnocenné a veganské hnutí toto aplikuje na situaci hospodářských zvířat či zvířat používaných při testování

---

9 Viz Příloha 2

různých produktů tvrzením, že tato zvířata jsou rovnocenná domácím mazlíčkům, zvířatům v divoké přírodě a v některých případech i člověku a tudíž je nemorální zneužívat jakýmkoliv způsobem.



## 7. Úvod k analýze

Sebe prezentace je důležitou oblastí, již hnutí musí věnovat dostatečnou pozornost. V praktické části se budu věnovat konkrétním produktům veganské sebe prezentace. V posledním oddíle teoretického úseku své práce jsem ukázal, že internet je jednoznačně dominantním prostorem co se týká prezentace veganství, ale i všech ostatních alternativních proudů. Proto jsem se rozhodl zaměřit svou pozornost na internetovou propagaci a sebe prezentaci veganů na jejich webových stránkách. Další specifikum mého výzkumu spočívá ve skutečnosti, že se zaměřuji hlavně na to, jak veganské hnutí využívá ku svému prospěchu vědecké objevy a výsledky různých studií. V případě veganské propagace je totiž značně problematické, pokud jsou kdekoliv uvedeny informace, jež vybízí jednotlivce k určité změně v životním stylu, ale nejsou podpořeny relevantními zdroji. Snižuje to věrohodnost podávaných informací a veganství jako takové nemusí být bráno tak vážně, jako kdyby informace byly podpořeny relevantními zdroji či nějakou odbornou autoritou. To lze například pozorovat na letáčích, kde k uvedeným skutečnostem není žádný odkaz na zdroj. Letáky sice pravděpodobně splňují svoji funkci jednorázové a úderné propagace, ale pokud se o veganství někdo bude skutečně zajímat, těžko může skončit pouze u nich. Proto bych rád analyzoval, jakými způsoby a k čemu konkrétně na svých webových stránkách vegané využívají výsledky bádání vědců a vědeckých organizací.

Jeden z hlavních charakteristických znaků sociálních hnutí je fakt, že se tato hnutí angažují v záležitostech konfliktního charakteru. Vegany můžeme považovat za specifický typ hnutí (konkrétně lifestyle hnutí), jehož cílem je nesporně sociální změna, jak jsme si již ukázali v teoretické části této práce. Cíle veganského hnutí jsou dle mého posouzení různorodé – snížení či úplná eliminace utrpení a zneužívání všech zvířat za jakýmkoliv účelem (jídlo, zábava, kosmetika, oblečení atd.), ochrana životního prostředí, udržitelná výroba a spotřeba a další. Toho všeho vegané chtějí dosáhnout prostřednictvím ohleduplného životního stylu, který neobsahuje žádné živočišné produkty. Z pohledu politického konzumerismu chtějí ovlivnit poptávku tak, aby se na straně nabídky musel snižovat objem výrobků nevyhovujících veganské ideologii. Z jiné perspektivy se zase pokouší o kulturně-sociální změnu upozorňováním na danou problematiku (sociálním vzděláváním veřejnosti).

Přirozeně i vegané mají nějaké rivaly, kteří nejsou v souladu s ideou jejich hnutí. Těmito rivaly mohou být jiné stravovací směry a životní styly, ale také organizace, asociace nebo firmy. Protože dochází ke střetu zájmů či přesvědčení, vegané se se svými rivaly dostávají do konfliktu. Zůstává ale několik nejasností: zda tento konflikt je otevřený (tedy zda rivalové otevřeně útočí jeden na druhého) či nepřímý (tedy zda každý z rivalů propaguje pouze správnost svého směru a nikoliv už nesprávnost směru rivala). Další otázka, která se nabízí zní: posilují vegané vědecké důkazy také nevědecky? Snaží se působit na čtenáře skrze emoce či jiným způsobem?

Vzhledem k tomu, že veganství se jinak označuje také jako *etický* životní styl, předpokládám, že ve své argumentaci budou kromě vědeckých poznatků využívat také morální či logické argumenty opírající se o emoce či zdravý rozum.

Co se týká konfliktu s rivaly, budu vycházet z definice Anthonyho Obershalla, který popisuje konflikt jako interakci mezi soupeři v konkurenčním prostředí, tzn. jako přímý souboj, založený na zjevném a otevřeném jednání (Znebežánek, 1997: 100). Předpokládám tedy, že konflikt, do kterého se vegané pouštějí se svými rivaly bude otevřený, tzn. nejenom, že se vegané při sebe prezentaci budou snažit vytvořit co nejlepší obraz sebe sama, ale stejnou měrou by se také měli snažit očernit své rivaly, aby jejich sebe prezentace a sebe propagace byla co nejefektivnější.

## 8. Metodologie

Vzhledem k tomu, že se ve svém výzkumu zabývám internetovými články z veganské produkce, jako nejvhodnější metodu jsem zvolil obsahovou analýzu. Jedná se o styl rozboru textů, jenž má v sociálních vědách dlouhou tradici a zároveň je stále široce využívaný v kvalitativním výzkumu. Já sám jsem tedy v oblasti metodologie nemusel příliš váhat, neboť obsahová analýza nejlépe odpovídá cílům, které jsem si pro svůj výzkum stanovil. Nutno ale dodat, že se nejedná o metodu, která by byla přísně standardizovaná, to znamená, že existuje poměrně pestrá škála možností, jak k ní přistupovat. Proto bych rád v této části své práce popsal, jaké jsem měl možnosti já a jak jsem ve skutečnosti postupoval.

Martin Hájek obsahovou analýzu definuje upravením Krippendorfovy definice jako „výzkumnou techniku pro vytváření replikovatelných a validních úsudků z textů (nebo jiných smysluplných věcí) na kontexty vytváření jejich obsahu.“ (Hájek: 61) Smyslem tohoto oddílu rozhodně není podat vyčerpávající popis obsahové analýzy jako metody kvalitativního výzkumu, ale rád bych ukázal, proč jsem zvolil zrovna tuto metodu a jak jsem jí využíval. Zjednodušeně můžeme říci, že obsahová analýza umožňuje interpretovat explicitní i implicitní sdělení vyplývající z textu na základě okolností jeho vzniku i předpokládaných okolností jeho příjmu. Mým cílem bylo na základě určitých kritérií zjistit, jak veganské hnutí využívá nejnovější vědecké objevy a studie a pokusit se objevit nejenom zjevné, ale také implicitní významy, které se v člancích opakovaně vyskytují.

Obsahová analýza standartně využívá kódování textu jako prostředek, jenž pomáhá text účinně roztřídit a zpřehlednit stěžejní sdělení a hlavní formy argumentace. Rozlišujeme dva hlavní přístupy ke kódování. Prvním je kódování induktivní, při kterém kategorie kódů nemáme předem dané a vytváříme je tak až v průběhu vlastní analýzy textu. Druhou možností je kódování deduktivní, kde vytváříme kategorie kódů již předem ve vztahu ke konkrétní teorii nebo na základě vlastní hypotézy (Hsieh, Shannon: 1279 – 1283).

Já jsem při své analýze vycházel tak trochu z obou těchto přístupů. V minulém oddíle jsem již napsal, že při studování konfliktu v člancích jsem využil Obershallovy definice. Zároveň jsem si již před vlastním kódováním určil, že se zaměřím na to, jak se snaží působit informacemi na čtenáře po stránce emoční, resp. jak využívají nevědeckou argumentaci. Dalo by se tedy říct, že jsem postupoval deduktivně, nicméně například právě u kategorie kódů nevědeckých argumentů jsem musel postupovat také induktivně, neboť jsem neměl předem určeno, jakým konkrétním způsobem by tato argumentace měla probíhat, takže jsem vlastní kódy vytvářel až v průběhu kódování.

Podobně důležité jako samotný proces kódování jsou i funkce jednotlivých kódů. Běžně se rozlišují kódy faktické a referenční. Faktické jsou poměrně neflexibilní a pouze označují, kdy se nějaká část textu jednoznačně vztahuje ke konkrétní skutečnosti. Já jsem ale využíval hlavně (i když nikoliv výhradně) kódy s referenční funkcí. Ty můžeme dále dělit podle toho, jestli vysvětlují „okolnosti tvorby textu“ nebo „okolnosti čtení textu“ (Hájek, 65). Referenční kódy jsou pro kvalitativní výzkum typičtější a troufám si tvrdit, že využitelnější než ty faktické. Referenční funkce v praxi znamená, že „kód daný úryvek nezastupuje, pouze na něj odkazuje“. (Hájek, 63) Asi největší nevýhodou, kterou bych měl při použití tohoto typu kódů reflektovat, je podle mého soudu vysoká míra subjektivního posuzování. Zda určitá část textu je relevantní k danému tématu (kódu) či nikoliv, závisí totiž zcela na úsudku analytika, což může být problematické. Já jsem se maximální kvalitu analytického zpracování textů pokusil zaručit především tak, že jsem kodoval opakovaně a kódy jsem si následně znovu procházel i s kontextem, abych se přesvědčil, že tam skutečně patří.

Pro lepší přehlednost jsem při interpretaci využíval také vizuální zpracování. Některé články, jež jsem považoval z hlediska obsahu za důležité, jsem proto znázornil ve formě argumentačních map a také své kódy jsem uspořádal do tzv. „mapy kódů“. Tato forma analýzy byla prospěšná nejenom z toho důvodu, že jsem si tak mohl lépe utřídit myšlenky, ale zároveň dokázala prohloubit a posílit má zjištění z výzkumu.

## 9. Data

Jak již bylo napsáno výše, dominantním prostorem prezentace veganského hnutí je internet. Rozhodl jsem se tedy analyzovat internetové články, které považuji za vypovídající v otázce sebeprezentace veganského hnutí. Celkem jsem analyzoval 24 článků. Z tohoto počtu jich 17 bylo českých nebo slovenských a 7 zahraničních.

Jako první jsem si vybral pravděpodobně nejznámější český internetový portál s veganskou tematikou [www.soucitne.cz](http://www.soucitne.cz). Zde se vegané prezentují různými druhy článků, ale většina z těch, se kterými jsem se setkal, je převzatých z jiných serverů, a to buď ze zahraničních veganských webů, vědeckých stránek a nebo klasických populárních serverů jako např. [www.tyden.cz](http://www.tyden.cz). Některé články

proto nejsou přímo veganské, ale přesto jsou na portálu publikovány, protože tvrzení v nich uvedená podporují ideu veganství.

Další internetové stránky jsem vybral z těch, na něž se odkazuje na [www.soucitne.cz](http://www.soucitne.cz), resp. na dalších portálech. Dalo by se tedy říct, že se jednalo o zvláštní výběr metodou *snowball*. Kromě výše zmíněného českého serveru, jsem tedy čerpal z dalších tří tuzemských webů – [www.veganka.cz](http://www.veganka.cz), [www.veganmind.cz](http://www.veganmind.cz), [www.vegan.cz](http://www.vegan.cz) – a jedné slovenské internetové stránky – [www.veganstvo.sk](http://www.veganstvo.sk). Ze zahraničí jsem přidal ještě [www.theveganherald.com](http://www.theveganherald.com). Nakonec jsem k těmto webům přidal ještě stránky veganské organizace The Vegan Society ([www.vegansociety.com](http://www.vegansociety.com)), o níž jsem již mluvil v teoretické části této práce. Analyzoval jsem tedy články z celkem sedmi veganských portálů.

Výběr článků k analýze jsem prováděl v archivech zmíněných stránek. Zaměřoval jsem se na ty texty, které se na první pohled zabývaly vědeckými objevy či studiemi, což bylo většinou patrné už z nadpisu. Všechny články jsou z posledních let a nejvíc z nich bylo publikováno v roce 2016, konkrétně devět. Nejstarší text je z roku 2011.

Již při prvotním třídění článků a tvorbě metadat jsem došel k zajímavému zjištění. Texty totiž bylo možné spolehlivě rozřadit do 3 základních kategorií, podle hlavních témat, kterých se týkaly. První skupina článků se zabývala životním prostředím, druhým velkým tématem byla strava a třetí skupinou byly texty o zvířatech. Dle mého soudu tato témata opisují motivace k veganství, o kterých jsem již psal dříve v této práci: životní prostředí – ekologie, strava – zdraví, zvířata – etické hledisko. V takovém případě by toto zjištění podporovalo hypotézu o ekologickém hledisku jako významném faktoru ve veganském životním stylu. V mých datech jsou články s ekologickou tematikou o životním prostředí a udržitelném rozvoji zastoupeny ve vysoké míře srovnatelné s ostatními dvěma tématy. Myslím, že to značí, jakou důležitost sami vegané ekologickému hledisku přisuzují. Jsem si samozřejmě stále vědom toho, že výběr článků probíhal víceméně náhodně a také že počet textů, s nimiž jsem pracoval, není tak velký, abych mohl tvrdit, že je skutečně reprezentativním zastoupením toho, jak se vegané prezentují. Nicméně i přesto si troufám říct, že by to mohl být alespoň impuls k dalšímu bádání a diskuzi, neboť obraz veganů je, jak jsem již ukázal dříve ve své práci, spojován téměř výlučně se zdravotním a etickým hlediskem, i když je tu evidentně další, pro vegany velmi důležitý, faktor – ekologie.

## 10. Analýza a zjištění

Články, kterými se vegané prezentují, odkazují na vědecké autority (kategorie kódů Odborna\_autorita), což podporuje věrohodnost argumentace, jež se v textech vyskytuje. Přestože se většinou jedná o články vztahující se k vědeckým objevům, můžeme zde najít i nevědeckou formu argumentace. Zpravidla se jedná o působení emocemi (kategorie kódů Působeni informací skrze

emoce), nicméně nelze říct, že zde vždy jde o úplně čistě nevědeckou záležitost, protože často jsou emoce využívány tak, aby podpořily vědecké objevy, o nichž se v článku hovoří. Tato nevědecká tvrzení tedy velmi zřídka stojí o samotě. Častěji se stává, že jsou v článku vhodně umístěny tak, aby se doplňovaly s výsledky studií a vědeckou argumentací. To má pozoruhodný oboustranný efekt: z jedné strany to vrhá světlo na vědecké poznatky, které pak působí ještě silnějším dojmem, než kdyby byly jednoduše, neutrálně konstatovány. Jinými slovy to prostě pomáhá čtenáři s interpretací vědeckých objevů, článek mu napovídá, jak by se na ně měl dívat a co by z nich měl vyvodit. A ze strany druhé je zase morální a etická veganská argumentace podpořena vědeckými objevy, což jí dodává na vážnosti.

## 10.1. Působení na čtenáře skrze emoce

Druhy emocí, se kterými v článcích vegané operují, jsou poměrně rozmanité. Můžeme zde najít informace, jež vzbuzují obdiv či překvapení, soucit či empatii, strach, dále šokující informace a také ty, které se odvolávají na zdravý rozum.

Zaměříme se nyní na soucit a empatii. Pro ně byl v analýze vytvořen kód *Soucit/empatie* a ten byl jeden z nejhojněji se objevujících. V různých článcích se autoři opakovaně snažili ve čtenáři vyvolat soucit či empatii v různých kontextech. Důvodem pro to byl záměr podpořit tak svou ideu a vytvořit potenciál k tomu, aby se člověk, který si článek bude číst, zamyslel nad svými volbami. Lze to tedy vyložit jako impuls, jenž by měl v ideálním případě člověka dovést k přehodnocení v určitých oblastech jeho života (jezení zvířat a jiné využívání produktů z nich).

Vzbuzování soucitu a empatie se dělo dvěma hlavními způsoby. Rozlišujeme tedy dva hlavní proudy týkající se tohoto kódu: první proud se týká zvířat, druhý proud se týká lidí. Nyní je podrobněji rozeberu.

Hospodářská zvířata jsou oběťmi živočišného průmyslu, přestože jiná zvířata – domácí mazlíčky (např. psy a kočky), mnoho lidí považuje za členy rodiny a pouhá představa, že by jim bylo nějak ublíženo, je pro ně otřesná. Z tohoto předpokladu vychází idea speciesismu – druhové nadřazenosti (může se jednat o nadřazenost člověka nad ostatními zvířaty, ale i o nadřazenost určitých druhů zvířat nad jinými). V této práci jsem již ukázal, že veganství můžeme označit za hnutí anti-speciesistické, prosazující rovnost všech druhů a ukončení diskriminace určitých zvířat. Proto mezi citacemi kódu *Soucit/empatie* můžeme identifikovat hned několik takových, které poukazují na to, že hospodářská zvířata jsou stejně (někdy i více) inteligentní jako psi, kočky nebo dokonce i lidské děti v určitém věku. Dále v článcích často dochází ke srovnání zvířat a lidí ve schopnosti cítit emoce a bolest či vytvářet vztahy. To všechno je většinou doloženo relevantními vědeckými výzkumy a výpověďmi různých odborných autorit a mělo by to ve čtenáři vyvolat soucit se zvířaty, která žijí ve

velkochovech, přestože jsou v určitých kvalitách stejná jako lidé či zvířata „nehospodářská“. Když hospodářským zvířatům přisoudíme určité vlastnosti, jimiž disponují také domácí mazlíčci či lidé samotní, umožňuje to hlubší pochopení souvislostí a snadnější vcítění se do situace hospodářských zvířat, na které pak člověk přestává nahlížet jako na kus zboží, ale jako na cítící bytost určitých kvalit a schopností. Pro ilustraci uvádím následující citaci:

„Ve studii provedené na univerzitě v Cambridge, bylo zjištěno, že prasata jsou inteligentní bytosti schopné poznat se v zrcadle a rychle si zapamatovat předměty, které jim byly ukázány. (...) Výsledky výzkumu potvrzují, že prasata jsou velmi citlivá zvířata, která si jsou vědoma vlastní existence.“  
([www.soucitne.cz](http://www.soucitne.cz): 2015, zdroj [www.animalequality.net](http://www.animalequality.net))

Soucit s lidmi je druhou oblastí, ke které se kód *Soucit/empatie* vztahuje. Vzhledem k tomu, že podle různých výzkumů, jež jsou citovány v článcích, je živočišná výroba neefektivní a znamená plýtvání vodou, rostlinným jídlem i půdou, je veganství také nabízeno jako řešení nedostatku vody a jídla v rozvojových zemích. Ve vybraných částech článků můžeme tedy také pozorovat odkazy na to, že lidé v jiných částech světa trpí hladem a žízní a jako racionální a zároveň také soucitné a empatické by bylo ukončit neefektivní nakládání s vodou a jídlem v živočišném průmyslu a místo toho nakrmit lidi, kteří trpí nedostatkem jídla a pití.

Pokud se zaměříme na porovnání českých a zahraničních článků v tomto ohledu, zjistíme, že se v mnohém neliší. Témata a informace se opakují a také styl podání je dost podobný. Důvodem je pravděpodobně to, že veganské hnutí (podobně jako většina lifestyleových hnutí) je globalizované, jednotné a nijak neomezené hranicemi států. Na českých webech jsou dokonce články často přejaté ze zahraničí. Pouze některé malé detaily odlišují články z různých zdrojů: protože se jedná o oficiální organizaci, web [vegansociety.com](http://vegansociety.com) využívá v článcích citace vyjádření svých vlastních funkcionářů, na rozdíl od toho v článcích z jiných webů můžeme pozorovat pouze citace odborných autorit jako jsou lékaři, profesori, badatelé atd. Naproti tomu slovenský web [veganstvo.sk](http://veganstvo.sk) využívá oproti jiným zdrojům dost „neoficiální“ argumentaci a působení emocemi vypadá o poznání jinak než z jiných zkoumaných zdrojů:

„Viete odkiaľ je ten krásny sveter z angorskej vlny? Tisíciky maličkým zajačích samčekov je zabitých na zajačích farmách najkrutejšími metódami. (...) Tulene a najčastejšie ich mláďatká sú umlátané k smrti, aby sa z ich kože mohlo vyrobiť oblečenie pre ľudí. Každoročne je tak zabitých stovky tisíc tuleňov.“ ([www.veganstvo.sk](http://www.veganstvo.sk): Gambosova, Prínos vegánov pre okolité prostredie)

Jedním z nejvýznamnějších nástrojů, který se ve člancích používá, jsou šokující informace. Velmi často je skutečnost sdělena v článku sama o sobě ohromující, ale není vůbec výjimkou, že je tento efekt podporován zvláštními srovnáními, jež mají za úkol ohromení ještě znásobit. Tato srovnání jsou však značně nedůvěryhodná, někdy by se dalo říci, že dokonce pochybná. Uveďme si zde dva příklady z různých článků pro osvětlení situace:

„Půl milionu prasat vyprodukovalo za rok více fekálního znečištění než 1,5 milionu obyvatel Manhattanu.“ ([www.soucitne.cz](http://www.soucitne.cz): 2012, autor ČTK)

„Například jen produkce odpadu chovu s 2 500 kravami je obdobná, jak produkce odpadu města s více než 400 000 lidmi.“ ([www.vegan.cz](http://www.vegan.cz): Živočišná výroba – kámen úrazu ekologie planety)

Pokud se nad nimi zamyslíme pozorněji, srovnání uvedená v těchto citacích jsou silně nejednoznačná a přizpůsobená právě tak, aby čtenáře šokovala. Nejedná se o neutrální podání faktu, nýbrž o přirovnání vytvořené takovým způsobem, který téměř každému umožní si představit, jak velké množství odpadu živočišná výroba vytváří. U článku vědeckého charakteru bych takový styl psaní označil za nestandardní, ale v textech z veganské produkce je takto podaných informací celá řada. Kód *Sokující* byl dokonce úplně nejfrekventovanější mezi kódy s referenční funkcí, které se týkaly působení emocemi. Nechej ovšem tvrdit, že veškeré citace označené jako šokující, byly podány zmíněným způsobem. V člancích byly zveřejněny také fakty, které jednoduše jsou ohromující i v neutrálním podání. Téměř výhradně se tento kód objevoval ve člancích s ekologickou tematikou. Šokující bylo tedy hlavně to, jaký vliv má živočišná výroba na životní prostředí, případně srovnání rostlinné a živočišné výroby z ekologického úhlu pohledu.

Další emocií, kterou se v článku snažili autoři na čtenáře působit, byl pocit ohrožení a strach. V člancích se takový styl psaní neobjevoval příliš často, ale i tak lze u tohoto kódu vyzorovat dva hlavní proudy: na jedné straně hrozbu ekologickou katastrofou a na straně druhé zdravotní ohrožení, obojí spojené s živočišnou výrobou, resp. s konzumací živočišných výrobků. U zdravotní perspektivy se z mého pohledu překvapivě nejedná pouze o upozorňování na riziko onemocnění chorobami jako je rakovina či cukrovka v případě konzumace masa, mléka a vajec, ale také (a to opakovaně) o informování o přítomnosti bakterií, jež se v důsledku špatných podmínek ve velkochovech v živočišných výrobcích nachází a mohou způsobovat nejrůznější zdravotní potíže a v horších případech i smrt. Tato informace nejenže má schopnost poukazovat na špatné podmínky v živočišné výrobě, ale také má funkci odstrašující. Obzvlášť když se v článku čtenář dočte třeba toto:

„Úmrtí způsobená kontaminací masa nejsou ve světě výjimečná.“ ([www.vegan.cz](http://www.vegan.cz): Živočišná výroba

– kámen úrazu ekologie planety)

Takto podaná informace se přidává k dalším impulsům, jež se v člancích vyskytují a které mají člověka motivovat k tomu, aby omezil konzumaci živočišných výrobků.

Druhou stránkou je hrozba ekologickými důsledky živočišné výroby. Sem patří například změny klimatu, ohrožení vodních zdrojů a dokonce i dalekosáhlejší společenské důsledky:

„Nedostatek vhodného životního prostředí může časem vést k válečným konfliktům.“  
([www.vegan.cz](http://www.vegan.cz): Živočišná výroba – kámen úrazu ekologie planety)

Z mého pohledu jsou tyto argumenty skutečně jakýmsi drsnějším pokusem o to, aby se čtenář zamyslel nad svými volbami, když ne z etických důvodů, tak ze strachu z toho, jaké důsledky by živočišná výroba mohla mít v budoucnu.

Jak je patrné z toho, co bylo napsáno výše, přestože články prezentují výsledky vědeckých výzkumů, nesnaží se zachovávat si při prezentaci výsledků vědeckého bádání objektivitu a nezájatost. Naopak není vůbec výjimečným jevem, když se v člancích čtenář setká s naléháním nebo při nejmenším s doporučováním kroků, které by měl na základě informací ze článku udělat. Doporučení a naléhání jsou v podstatě dva stupně podávání informací, jež v textech vegané využívají. Zatímco doporučování je v podstatě to, co člověk může udělat, naléhání je urgentnější a říká, co je nutné udělat. Myslím, že není nutné zdůrazňovat, že doporučování i naléhání se týkají nutnosti omezit živočišnou výrobu a konzumaci živočišných produktů či toho, jak se stát veganem.

## 10.2. Vedení konfliktu

Nyní se vraťme zpátky k jednomu z hlavních témat mé analýzy a tím je konflikt. Otázkou bylo, zda je konflikt v člancích reflektován otevřeně a nebo je přítomen spíše latentně, takříkajíc mezi řádky. Na základě Obershallovy definice (viz výše oddíl *Úvod k analýze*) jsem před analýzou předpokládal, že konflikt bude otevřený a neskrývaný. Je pravděpodobně jasné z toho, co jsem již napsal, že to tak skutečně bylo a rozpor mezi veganstvím a neveganstvím autoři v člancích povětšinou rozebírají zcela otevřeně. Konflikt mezi rivaly se tedy odehrává naprosto explicitně. Nejedná se o žádnou tichou válku náznaků, ale o otevřenou konfrontaci, ve které nechybí přímé srovnávání, pro něž jsem vytvořil samostatný kód. Netřeba pravděpodobně dodávat, že až na velmi zřídka se vyskytující výjimky zmíněná srovnání vždy hovoří ve prospěch veganství, resp. v neprospěch živočišné výroby. Výjimku tvořilo např. srovnání rostlinných a živočišných zdrojů vápníku – tento souboj nakonec totiž neměl vítěze.



Není bez zajímavosti, že celkově se v textech objevovaly informace hovořící v neprospěch živočišné výroby a stravy více než informace hovořící ve prospěch veganství. Kód *Proti zivocisne vyrobe* byl v mé analýze dokonce absolutně nepoužívanější ze všech. Živočišný průmysl ovšem není jediným subjektem, který byl terčem kritiky. V jednom z článků se objevovala například také kritika příbuzného hnutí za práva zvířat a také hnutí ekologického. Pro ně jsem tedy vytvořil kód *Proti ostatni*. Zmíněná kritika se pochopitelně týkala toho, že obě hnutí věnují nedostatečnou pozornost veganství a jeho propagaci, přestože by mělo podle prezentovaných vědeckých výzkumů a studií patřit do středu zájmů obou hnutí. Tento konflikt byl poměrně neočekávaným objevem, neboť vegané, ekologové a ochránci práv zvířat mají skutečně hodně společného. Proto je přinejmenším překvapující, že se ve veganských člancích objevuje přímá kritika „kolegů“ z příbuzných hnutí. Implicitním obsahem zmíněné kritiky je fakt, že je při nejmenším pokrytecké snažit se chránit životní prostředí, resp. zvířata, a přitom konzumovat živočišné produkty.

### 10.3. Frekvence slov

K své analýze jsem nakonec ještě přidal jeden alternativní způsob a tím byla frekvence slov v člancích. Možná celkem překvapivě se nikde na prvních místech nevyskytovalo slovo *vegan* v žádné své formě. Nicméně po tom, co jsem články analyzoval a opakovaně procházel, mě tento výsledek zas až tak moc nešokoval. I podle frekvencí kódů se totiž ukazuje, že články zabývající se vědeckými poznatky z veganské produkce, jsou více psány proti živočišnému průmyslu a živočišné stravě než pro vegansky. Konflikt je v člancích zcela zřejmý a převažující přístup je ten negativní, tedy útoky na rivala. Možná proto můžeme na předních příčkách frekvence slov vidět *maso* (popř. *masa*), což je slovo pravděpodobně nejsilněji asociované s živočišnou výrobou.

Nabízí se tak otázka, pro koho jsou články vlastně psány. Jaká je primární cílová skupina? Negativní vedení konfliktu v textech svádí k interpretaci, že cílovým čtenářem nejsou vegané, ale nevegané. Podávané informace jsou psány s vidinou či možná spíše s přáním transformace neveganského člověka ve vegana. To je koneckonců také cíl veganského hnutí – sociálně-kulturní změna. Kromě ovlivňování trhu za pomoci bojkotu živočišných produktů toho chtějí samozřejmě dosáhnout i šířením osvěty. I texty, jež jsem vybral jako svá data, jsou pokusem informovat čtenáře o věcech, o kterých nemusel mít tušení do chvíle, než si článek přečetl a mohlo by se tedy jednat o způsob, jak mu pomyslně „otevřít oči“.

Na první místo, co se frekvence týká, bychom pravděpodobně mohli zařadit slovo *vápník*, popř. jeho anglickou alternativu *calcium*. Tento výsledek podle mého názoru není příliš relevantní z toho důvodu, že je to proto, že v datech bylo několik článků o stravě a jeden konkrétně přímo o vápníku, v nichž se toto slovo opakovalo stále dokola. Za zmínku stojí ještě frekventovanost slova

„vody“ (třetí nejvyšší). To dokazuje zejména to, že data jsou hodně orientovaná na životní prostředí a otázku udržitelného rozvoje, což dle mého názoru poukazuje na to, že sami vegané jako hnutí řeší otázku ekologie daleko více než je v mainstreamu prezentováno. Problematika životního prostředí v diskurzích hovořících o veganství tak nějak chybí i přes její evidentní velký význam pro hnutí samotné.

## 10.4. Struktura článků

Poslední věcí, jež je dle mého názoru hodná zmínění, je struktura článků. Vzhledem k tomu, že všechny články jsou nějak spojené s vědeckými objevy, lze v textech identifikovat podobnou strukturu z hlediska charakteru prezentovaných informací a argumentů, byť je povaha objevů značně rozmanitá. Téměř výhradně články začínají prezentací konkrétního výsledku výzkumu či studie. Často je také uvedeno jméno konkrétního výzkumníka, přesný název studie či zprávy a také jméno organizace, která zmíněnou studii provedla a jejíž členem je vědec, jehož jméno je v textu uvedeno. Takové uvedení článku a zcela konkrétní odkaz na vědecké autority dávají velmi silné a důvěryhodné základy informacím, jež mají přijít. To je v podstatě výchozím bodem a zároveň jádrem každého textu, ze kterého se rozvíjí další argumentace. Následně – ve střední části – je konkrétní problém související se studií (zdravotní, environmentální či nějak související se zvířaty) rozebrán do větších detailů a čtenář je upozorněn na to, co vlastně v praxi výsledky vědeckého bádání znamenají. S tím je spojena také identifikace viníků, pokud se například jedná o poškozování životního prostředí, nedostatek zdrojů vody či jídla nebo zdravotní potíže a onemocnění. Tímto viníkem je téměř vždy živočišná výroba, i když v některých článcích jsou pro zachování objektivity uvedeny i další faktory (např. světová doprava a uhelné elektrárny jako největší producenti skleníkových plynů). Následně dochází k porovnávání přínosů veganského životního stylu a zátěží, kterou představuje živočišná výroba. V závěrečné části se potom přechází k nabízení řešení uvedeného problému a tím je veganský životní styl. Kód *Pro veganství*, jímž jsem si označoval citace, ve kterých autor textu poukazuje na benefity veganství, se tedy většinou koncentroval v druhé polovině článků a nejvíce v jejich závěru. Samozřejmě jsem se při své analýze setkal i s výjimkami. Například články, ve kterých autoři prezentovaly studie o benefitech veganství, se přirozeně v úvodní části zaměřovaly na výsledky výzkumu – na přínosy veganství. Jejich struktura byla tedy poněkud odlišná. V textech, jejichž tématem byla zvířata a objevy o jejich inteligenci a schopnostech, zase odpadávala střední část identifikace viníků, protože do schématu článku jednoduše neseděla. Nicméně závěrečný veganský apel můžeme většinou pozorovat i u těchto textů.

# 11. Závěr

V této práci jsem zařadil veganství do sítě kolektivních aktérů jako tzv. lifestylové hnutí i přesto, že existují hlasy, které jej klasifikují jako Nové sociální hnutí. Kategorie Nových sociálních hnutí je až příliš široká a rozptýlená, a proto jsem raději zvolil výše zmíněný typ hnutí, jenž je konkrétnější a svými charakteristikami vhodnější pro případ veganství. Nebylo příliš pochyb, že vegany můžeme skutečně považovat za hnutí, neboť jejich snahy cílí na společenskou změnu. Typ změny, o který veganské hnutí usiluje, není primárně legislativní povahy, i když pravděpodobně by se dalo polemizovat o tom, zda změny v zákonech nepatří do širšího okruhu cílů. V první řadě ale vegané sledují ovlivnění trhu svými spotřebitelskými volbami (politický konzumerismus) a informování společnosti o problematice živočišné produkce (sociální vzdělávání). Iniciována je tedy hlavně změna kulturní. Vegané svým životním stylem v podstatě zpochybňují nastavené kulturní paradigma, které říká, že je normální a přirozené jíst a jinak využívat zvířata a naopak přichází s tvrzením, že jakkoliv zneužívat zvířata pro své potěšení je morálně neobhajitelné. Cílem je tedy změna ve vnímání společnosti – přechod od vnímání hospodářských, kožešinových a dalších zvířat jako zboží, k nahlížení na ně jako na živé bytosti, které není z etického hlediska správné zneužívat, stejně jako není správné zneužívat domácí mazlíčky. Tato anti-speciesistická podstata veganského hnutí se projevuje i v některých mnou analyzovaných internetových článcích, kde jsou zdůrazňovány výsledky studií zaměřujících se na inteligenci, dovednosti a schopnosti hospodářských zvířat, která jsou pak často explicitně srovnávána právě s domácími mazlíčky či s lidmi.

Dalo by se také říci, že snaha o změnu ve vnímání společnosti je zároveň i narušováním starých zaběhnutých pořádků. To je v souladu s teorií symbolických výzev Alberta Melluciho. Melluci svou teorii sice aplikoval na kategorii Nových sociálních hnutí, ale jak jsem v této práci ukázal, platí i v případě veganství. Podle mého soudu je tedy možné samotnou existenci a činnost veganského hnutí interpretovat jako narušování starého řádu, které se děje prostřednictvím výzev většinové společnosti. Tyto výzvy můžeme identifikovat v různých způsobech sebeprezentace veganského hnutí, jež jsem v této práci rozebíral.

Nejvýznamnějším prostorem prezentace pro veganské hnutí jsem určil internet. Vzhledem faktu, že jedním z cílů veganů je informování společnosti a její vzdělávání, je internet bez sebemenší pochybnosti svým dosahem a dostupností nejvhodnějším médiem ze všech.

Ve výzkumné části této práce jsem se zaměřoval na články z veganských internetových stránek, které nějakým způsobem odkazovaly k vědeckým autoritám a jejich objevům. Data se dala roztrždit do tří kategorií podle hlavního tématu, kterému se texty věnovaly. Tyto kategorie kopírovaly hlavní faktory, které vedou lidi k přechodu na veganský životní styl – etický, zdravotní a ekologický.

Poslednímu zmiňovanému není podle mého soudu v mainstreamovém diskurzu ani v odborném sociálněvědním diskurzu věnováno dostatek pozornosti (můžeme se setkat i s výjimkami, např. Cole, 2008, kde autor explicitně zmiňuje environmentální faktor).

Ve své analýze jsem se zaměřoval zejména na to, jak se v člancích odehrává konflikt mezi veganským hnutím a jeho rivaly. Konflikt probíhal velmi otevřeně a dokonce by se dalo říci, že je ve člancích koncipován ve vyšší míře negativně než pozitivně. To znamená, že se čtenář v textech může častěji setkávat s negativní kritikou živočišného průmyslu a produktů než s pozitivním hodnocením a propagací výhod veganského životního stylu. Toto by mohlo vyvolávat otázku, kdo je vlastně cílovým čtenářem, pro kterého autoři podobné články vytváří. Na to nemůžeme s jistotou odpovědět, ale lze říci, že zkoumané články, stejně jako všechny ostatní způsoby prezentace veganského hnutí, mají určitou transformační ambici. To znamená, že se snaží, aby lidé, kteří nejsou vegany, se jimi stali. Zda je ovšem hlavním cílem článků neveganský, čtenář je diskutabilní, nicméně silné zaměření se na negativa neveganského životního stylu by mohlo napovídat, že ano.

Ve zkoumaných textech byla vědecká argumentace (výsledky vědeckých studií) silně podporovány i nevědeckou argumentací formou působení skrze emoce. Články mohly různými způsoby ve čtenáři vyvolávat např. soucit, obdiv, šok či strach. Není nijak překvapující, že se to dělo za účelem propagace správnosti veganské ideologie. Výsledky vědeckého bádání, jež jsou vybrány k publikování na veganských webech, samy o sobě hovoří ve prospěch veganství, ale bývají pak ještě doplněny o autorovu vlastní interpretaci. Jinými slovy se v člancích kromě výsledků studie či výzkumu čtenář také dozví, co tyto výsledky v praxi znamenají, což může být nějakým způsobem emotivně podpořeno. Takto článek na čtenáře působí daleko silnějším dojmem než kdyby se jednalo o prosté konstatování výsledků studií a nebo naopak pouze o útok na emoce – bez jakéhokoliv vědeckého základu.

Na závěr bych se ještě rád pozastavil u tématu sociálních hnutí jako takových. Myslím, že je racionální předpokládat, že podoba společenských hnutí se bude dále proměňovat a vyvíjet. Již v průběhu minulého století jsme mohli být svědky velkých změn na tomto poli. Tyto změny stále probíhají i v současné době, a proto lze skutečně mluvit spíše o dlouhotrvajícím vývoji, jehož produktem jsou například právě lifestylová hnutí. Lifestylová hnutí jsou svojí povahou a nástroji přizpůsobena současné globalizované a individualizované společnosti. Individuálně-kolektivní aktivismus, kterého využívá také veganství, je pro jednotlivce v dnešním světě velmi přijatelnou a hlavně uskutečnitelnou formou protestu. Proto je možné, že se budou objevovat další aktéři využívající tuto formu kolektivní akce a význam těch nynější bude nadále růst.

# Zdroje

BARKER, C. a G. DALE. Protest Waves in Western Europe: a Critique of "New Social Movement" Theory. *Critical Sociology* [online]. 1998, **24**(1-2), 65-104 [cit. 2016-04-29]. DOI: 10.1177/089692059802400105. ISSN 0896-9205. Dostupné z: <http://crs.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/089692059802400105>

BARŠA, Pavel a Ondřej CÍSAŘ. *Anarchie a řád ve světové politice*. Vyd. 1. Praha: Portál, 2008. ISBN 978-80-7367-094-8.

COLE, M. 2008. Asceticism and hedonism in research discourses of veg\*anism', *British Food Journal* 110(7): 706–16.

COLE, Matthew a Karen MORGAN. Vegaphobia: derogatory discourses of veganism and the reproduction of speciesism in UK national newspapers1. *The British Journal of Sociology* [online]. 2011, **62**(1), 134-153 [cit. 2016-04-04]. DOI: 10.1111/j.1468-4446.2010.01348.x. ISSN 00071315. Dostupné z: <http://doi.wiley.com/10.1111/j.1468-4446.2010.01348.x>

CHERRY, Elizabeth. Veganism as a Cultural Movement: A Relational Approach. *Social Movement Studies* [online]. 2006, **5**(2), 155-170 [cit. 2016-04-04]. DOI: 10.1080/14742830600807543. ISSN 1474-2837. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14742830600807543>

DANELIAN, L. 1992 'Interest Groups in the News' in J. D. Kenamer (ed) *Public Opinion, the Press, and Public Policy*, Westport, CT: Praeger.

EDER, Klaus. The "New Social Movements": Moral Crusades, Political Pressure Groups, or Social Movements?. *Social Research* Vol. 52, No. 4, Social Movements (WINTER 1985), pp. 869-890.

EGGERT, Nina, GIUGNI, Marco. The Homogenization of "Old" and "New" Social Movements: A Comparison of Participants in May Day and Climate Change Demonstrations. University of Geneva. 2012. Online dostupné z: <http://www.protestsurvey.eu/publications/1344584051.pdf>.

FOX N., WARD K. 2007. Health, ethics and environment: A qualitative study of vegetarian motivations.

HAENFLER, Ross, Brett JOHNSON a Ellis JONES. Lifestyle Movements: Exploring the Intersection of Lifestyle and Social Movements. *Social Movement Studies* [online]. 2012, **11**(1), 1-20 [cit. 2016-03-14]. DOI: 10.1080/14742837.2012.640535. ISSN 1474-2837. Dostupné z: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14742837.2012.640535>

HÁJEK, Martin. *Čtenář a stroj: vybrané metody sociálněvědní analýzy textů*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2014. Studie (Sociologické nakladatelství). ISBN 978-80-7419-161-9.

HOLZER B. Political consumerism between individual choice and collective action: social movements, role mobilization and signalling. 2006. DOI: 10.1111/j.1470-6431.2006.00538.x. Online dostupné z: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1470-6431.2006.00538.x/full>

HSIEH, H.-F. Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research* [online]. 2005, **15**(9), 1277-1288 [cit. 2016-04-19]. DOI: 10.1177/1049732305276687. ISSN 1049-7323. Dostupné z: <http://qhr.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1049732305276687>

MAURER, D.. (2002). *Vegetarianism: Movement Or Moment: Promoting A Lifestyle For Cult Change*. Temple University Press. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/j.ctt14bt0z5>

MCDONALD, B. "Once You Know Something, You Can't Not Know It": An Empirical Look at Becoming Vegan', *Society and Animals* 8(1): 1–23. 2000.

MELUCCI, Alberto. *Nomads of the present: Social movements and individual needs in contemporary society*. Philadelphia: Temple Univ. Pr., 1989. ISBN 0-87722-599-0.

POSTMES T., BRUNSTING S. Collective Action in the Age of the Internet Mass Communication and Online Mobilization. *Social Science Computer Review*, Vol. 20 No. 3, Fall 2002 290-301.

RYDER, R. All beings that feel pain deserve human rights. 2005. Dostupné online z: <http://www.theguardian.com/uk/2005/aug/06/animalwelfare>

STOLLE, D., HOOGHE, M., & MICHELETTI, M.. (2005). *Politics in the Supermarket: Political*

Consumerism as a Form of Political Participation. *International Political Science Review / Revue Internationale De Science Politique*, 26(3), 245–269. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/30039032>)

TUCKER, K. H. How New are the New Social Movements? *Theory, Culture & Society* [online]. 1991, 8(2), 75-98 [cit. 2016-04-29]. DOI: 10.1177/026327691008002004. ISSN 0263-2764. Dostupné z: <http://tcs.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/026327691008002004>

ZNEBEJÁNEK, František. *Sociální hnutí: teorie, koncepce, představitelé*. Vyd. 1. Praha: Sociologické nakladatelství, 1997. Základy sociologie. ISBN 80-85850-31-1.

# Analyzované internetové články

*100 letý kardiolog je půl života veganem.* 2015. Autor Pavel Houdek. Dostupné online z:

<http://veganka.cz/100-lety-kardiolog-je-pul-zivota-veganem/>

*Americká společnost pro výživu o veganství.* 2015. Autor cookie. Zdroj

<http://ajcn.nutrition.org/content/89/5/1627S.full>. Dostupné online z:

<http://veganmind.cz/clanek/americka-spolecnost-pro-vyzivu-o-veganstvi>

*Cambridgeská deklarace o vědomí.* 2016. Zdroj [www.fcmconference.org](http://www.fcmconference.org). Přeložila Anna Kučerová.

Dostupné online z: <http://soucitne.cz/cambridgeska-deklarace-o-vedomi>

*Food poisoning study highlights yet another reason to go vegan.* 2015. Dostupné online z:

<https://www.vegansociety.com/whats-new/news/food-poisoning-study-highlights-yet-another-reason-go-vegan>

*Intelligence prasat je srovnatelná s inteligencí slonů a delfínů.* 2015. Zdroj [www.animalequality.net](http://www.animalequality.net).

Přeložil Tomáš Písařík. Dostupné online z: <http://soucitne.cz/intelligence-prasat-je-srovnatelna-s-inteligenci-slonu-delfinu>

*Jezte méně masa – jeho produkce příliš zatěžuje planetu, tvrdí vědci.* 2012. Autor ČTK. Dostupné

online z: <http://soucitne.cz/jezte-mene-masa-jeho-produkce-prilis-zatezuje-planetu-tvrdi-vedci>

*Konzumácia mäsa, vajec a mliečnych výrobkov bude v budúcnosti len pre bohatých.* Autor

andrascik. Dostupné online z: <http://veganstvo.sk/konzumacia-masa-vajec-a-mliecnych-vyrobkov-bude-v-buducnosti-len-pre-bohatych/>

*Krkavci opět překvapují svou inteligencí.* 2011. Zdroj

[http://www.tyden.cz/rubriky/veda/priroda/koukni-milacku-krkavci-opet-prekvapuji-inteligenci\\_219051.html](http://www.tyden.cz/rubriky/veda/priroda/koukni-milacku-krkavci-opet-prekvapuji-inteligenci_219051.html). Dostupné online z: <http://soucitne.cz/krkavci-opet-prekvapuji-svou-inteligenci>

*Lidstvo se bude muset kvůli nedostatku vody obejít bez masa, varují vědci.* 2013. Zdroj

<http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/lidstvo-se-bude-muset-kvuli-nedostatku-vody-obejit-bez->



[masa-varuji-vedci](http://soucitne.cz/lidstvo-se-bude-muset-kvuli-nedostatku-vody-obejit-bez-masa-varuji-vedci). Dostupné online z: <http://soucitne.cz/lidstvo-se-bude-muset-kvuli-nedostatku-vody-obejit-bez-masa-varuji-vedci>

*MPs: Eat less meat to face food shortages*. 2014. Dostupné online z: <https://www.vegansociety.com/whats-new/news/mps-eat-less-meat-or-face-food-shortages>

*Nové nálezy staví představy o paleo stravě na hlavu*. 2015. Zdroj [www.newscientist.com](http://www.newscientist.com); [www.vegnews.com](http://www.vegnews.com). Přeložil Silvestr Vandrovce Špaček. Dostupné online z: <http://soucitne.cz/nove-nalezky-stavi-predstavy-o-paleo-strave-na-hlavu>

*OSN: Vegánstvom proti zničeniu planéty*. Autorka GAMBOSOVA K. Dostupné online z: <http://veganstvo.sk/osn-veganstvom-proti-zniceniu-planety/>

*Prínos vegánov pre okolité prostredie*. Autorka GAMBOSOVA K. Dostupné online z: <http://veganstvo.sk/prinos-veganov-pre-prostredie/>

*Proč WHO trvalo tak dlouho prohlásit, že maso je zdraví škodlivé?* 2015. Autorka AKHTAR A. Přeložil Kryštof Meier. Dostupné online z: <http://soucitne.cz/proc-who-trvalo-tak-dlouho-prohlasit-ze-maso-je-zdravi-skodlive>

*Ryby jsou emocionální bytosti, které cítí bolest*. 2015. Zdroj [www.psychologytoday.com](http://www.psychologytoday.com). Přeložila Tereza Vandrovcová. Dostupné online z: <http://soucitne.cz/ryby-jsou-emocionalni-bytosti-ktere-citi-bolest>

*Studie: veganská strava může snížit úzkost a stres*. 2016. Zdroj [www.theveganherald.com](http://www.theveganherald.com). Přeložila Tereza Vandrovcová. Dostupné online z: <http://soucitne.cz/studie-veganska-strava-muze-snizit-uzkost-stres>

*Study: Cows Recognize Faces on Photos*. 2016. Autor MARTINELLI A. Dostupné online z: <http://theveganherald.com/2016/03/study-cows-recognize-faces-distinguish-social-groups/>

*Study: Milk Intake Associated with Increased Mortality and Bone Fractures*. 2016. Autor MARTINELLI A. Dostupné online z: <http://theveganherald.com/2016/01/study-milk-intake-associated-with-increased-mortality-and-bone-fractures/>

*Tackle worldwide water shortages with diet.* 2015. Dostupné online z:

<https://www.vegansociety.com/whats-new/news/tackle-worldwide-water-shortages-diet>

*Tajemství udržitelnosti.* 2015. Autor VANDROVEC ŠPAČEK S. Dostupné online z:

<http://soucitne.cz/tajemstvi-udrizitelnosti>

*Vápník: Jedna ze základních otázek veganské stravy.* 2016. Autorka MESSINA G. K. Přeložila

Anna Kučerová. Dostupné online z: <http://soucitne.cz/vapnik-jedna-ze-zakladnich-otazek-veganske-stravy>

*Vegan diet cuts prostate cancer risk by 35%, says major new study.* 2016. Dostupné online z:

<https://www.vegansociety.com/whats-new/news/vegan-diet-cuts-prostate-cancer-risk-35-says-major-new-study>

*Vegan world would save millions of lives, pounds and the planet, scientists say.* 2016. Dostupné

online z: <https://www.vegansociety.com/whats-new/news/vegan-world-would-save-millions-lives-pounds-and-planet-scientists-say>

*Živočišná výroba – kámen úrazu ekologie planety.* Autoři PALÍČKOVÁ H. a redakce vegan.cz.

Dostupné online z: <http://www.vegan.cz/clanky/80-zivocisna-vyroba-kamen-urazu-ekologie-planety>

## **Další online zdroje:**

*Co děláme.* Česká veganská společnost. Dostupné online z: <http://veganskaspolecnost.cz/o-nas/co-delame/>

*Co je Veggie Parade.* Dostupné online z: <http://veggie-parade.cz/>

*Definition of veganism.* Dostupné online z: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>

*Vegan Trademark standards.* Dostupné online z: <https://www.vegansociety.com/your-business/vegan-trademark-standards>

# **Seznam příloh:**

Příloha č. 1: Vegan Sidekick – Veganův pomocník

Příloha č. 2: Veganské letáky

# Přílohy

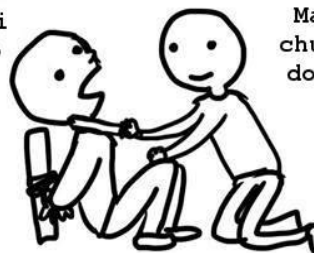
## Příloha č. 1: Vegan Sidekick – Veganův Pomocník (český překlad)

Nezabíjej  
mě, prosím



Ale já  
mám hlad

POČKEJ!  
Prostě si  
dej něco  
jiného



Maso  
chutná  
dobře

Takže  
někoho  
zabiješ  
jen pro  
své  
potěšení?



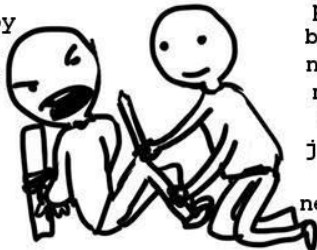
Ty nejíš  
lidi, to  
chápu,  
ale tohle  
je moje  
osobní  
volba.

To teda  
očividně  
NENÍ, když  
mě musíš  
zabít!



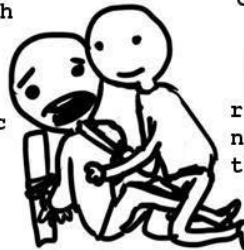
Lvi jí  
zebry,  
chceš jim  
to taky  
zakázat?

Lvi jí  
zebry, aby  
přežili,  
ty můžeš  
sníst  
cokoliv  
jiného!



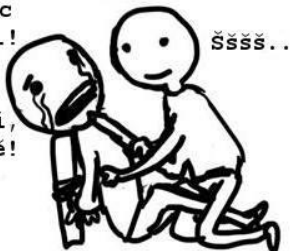
Já prostě  
potřebuju  
bílkoviny,  
nedělej ze  
mě nějaké  
monstrum  
jen proto,  
že se  
neshodneme.

V rostlinách  
je dost  
bílkovin!  
Copak ti  
na mě vůbec  
nezáleží?



Co to říkáš?  
Já tě mám  
rád. To, že  
tě zabiju a  
rozřežu přece  
neznamená, že  
tě nemám rád.

Ale to vůbec  
nedává smysl!  
Prosím,  
jestli ti  
na mě záleží,  
nezabíjej mě!



Šššš..



Moc násilně  
nutíš svoje  
názory ostatním.  
Kdybys nebyl tak  
na nože,  
možná bych tě  
poslechnul.

[www.vegansidekick.com](http://www.vegansidekick.com)

Pít v dospělosti  
mléko vlastní matky?



Pít v dospělosti  
mléko matky kamarádky?



[www.vegansidekick.com](http://www.vegansidekick.com)

Krást v dospělosti  
mléko naprosté cizinky?



Krást v dospělosti  
mléko naprosté cizinky,  
která ani není člověk?

(A zabít  
jejího  
syna a  
pak i jí)



# Veselá kráva?



Naprostá většina českých krav chovaných na mléko se nikdy nedostane na pastvu a je po celý život zavřená ve stísněném prostoru kravina. Někdy jsou dojnice dokonce po celý život uvázané na řetězu. Místo pastvy dostávají siláž, která je často zaplísněná a poškozují tak jejich játra a ledviny. Aby se udržela vysoká tvorba mléka, jsou krávy za svůj život několikrát uměle oplodňovány a telata jsou jím hned po narození násilně odebrána.

**Ačkoliv je mléka celosvětově nadprodukce, krávy jsou šlechtěny na čím dál vyšší tvorbu mléka,** a v současnosti dojí až 10 krát více, než je pro ně přirozené. Zároveň s tím jsou krátce po porodu znovu uměle oplodněny a musí tak ještě žít svůj další plod. Tak obrovskou spotřebu energie a bílkovin nejsou schopny pokrýt z potravy, následkem čehož po velké části života metabolicky hladovějí a odbourávají vlastní tuk a svalovinu.

**Dojnice často trpí bolestivými záněty vemene,** které vznikají v důsledku hromadění nadměrného množství mléka. Ke vzniku zánětů přispívají i výkaly ze znečištěné betonové nebo rošťové podlahy, na kterých jsou dojnice nuceny ležet. Extrémně velká vemena navíc tlačí zadní končetiny do nepřirozené polohy, která zatěžuje jejich klouby a parnehty, takže třetina všech dojnic v chovech kulhá. Ke kulhání navíc přispívá strava s vysokým obsahem pšeni, jejichž toxiny způsobují špatnou výživu paznehtů, na kterých pak vznikají různé bolestivé otoky, vředy a záněty.

**Po 2-3 letech jsou dojnice již tak vyčerpané, že buď podlehnou nějaké své nemoci** (časté je úplné selhání jater), nebo se jejich produktivita sníží natolik, že jejich další chov přestane být rentabilní – krávy jsou pak za své celoživotní služby posílány na jatka.

# Kde se berou vejce?



**93% českých vajec z velkoprodukce pochází z tzv. klecových chovů.** Slepice jsou zde uvězněny v klecích, kde se nemohou skoro ani pohnout, natožpak roztáhnout křídla nebo se schovat jedna před druhou. Z nedostatku podnětů do sebe navzájem klovou, jejich zranění pochopitelně nikdo neléčí. Bolest a zranění jim způsobuje i drátěná podlaha, která se zařezává do končetin. Od roku 2012 mají být v EU všechny klece obohaceny o umělé hnízdo, hřady a hrabaniště, ty jsou však příliš malé na to, aby dokázaly uspokojit přirozené potřeby slepic a odstranit poruchy chování.

**Ještě před padesáti lety snášely slepice zhruba 100 vajec za rok,** dnešní vyšlechtěné nosnice jich za rok snášejí více než 300. Je to ale na úkor jejich zdraví – všechen vápník z těla berou vaječné skořápky, slepicím se tak velmi snadno a často lámou kosti. Mnoho z nich vyčerpáním zemře, i přesto je ale několik procent „uhynulých kusů“ výnosnější než úprava podmínek.

**Kohoutci, jichž se líhne přesně polovina,** neprodukují vejce a mají (na rozdíl od tzv. brojlerových kuřat) málo svalstva a pomalu rostou. Nejsou tedy v ničem užiteční, proto jsou hned po vyhlutí udušeni v plynových komorách či plastových pytlích. Slepice jsou po roce až dvou zcela vyčerpané a odrané zabity na jatkách, přestože by se přirozeně mohly dožít až 10 let.

Tzv. chov na podestýlce není o mnoho lepší



Kohoutci jsou udušeni, hned jak se narodí



## Alternativní chovy?

V tzv. chovech na podestýlce jsou tisíce slepic nacpány v temné hale bez klecí (až 9 slepic na m<sup>2</sup>). Takové množství narušuje jejich sociální hierarchii a může přerůst ve značnou agresi, které se někdy předchází uřezáváním zobáků bez umrtvení. Slepice si mohou hrabat v zemi a popelřit se, mají však stále minimální možnost pohybu a trpí mnoha nemocemi způsobenými intenzivními prostředím a nadměrným kladením vajec. V biochovech mohou slepice strávit v podobné hale 2/3 života (povoleno až 6 slepic na m<sup>2</sup>). Ve všech systémech dochází k hromadnému vybíjení kohoutků a slepice jsou i zde posílány na jatka hned, jak přestanou snášet dostatečné množství vajec.

## Jde to i bez vajec

Při pečení koláčů, bábovek či třeba knedlíků lze často vejce zcela vynechat, případně nahradit půlkou rozmačkaného banánu. Při přípravě pokrmů, do nichž se banán nehodí, lze použít směs lžice sojové mouky a lžice vody nebo 50 g rozmačkaného tofu. Namísto vejce v trojbalu zkuste smíchat mouku s vodou a vytvořit tak směs, na kterou se strouhanka nalepi.

Člověk nepotřebuje k životu vejce ani jiné živočišné produkty. Existuje mnoho chutných, zdravých a vydatných veganských pokrmů, které živočišné potraviny plně nahradí. Některé se svou chutí blíží živočišným výrobkům, další mají chuť odlišnou a přesto oblíbenou. V prodejnách zdravé výživy objevíte zcela nové produkty i veganské varianty běžných potravin – stačí si jen udělat čas a vyzkoušet něco nového.



Více informací najdete na webu [www.GoVeg.cz](http://www.GoVeg.cz)

Telátko je matce odebráno, hned jak se narodí



Dojnice dnes tvoří až 10x více mléka, než je pro ně přirozené



## Telátka – děti okradené o své matky

Telata jsou hned po porodu odtržena od matky a zavřena do izolovaných venkovních kotců. Navzájem se již nikdy neseštají, což pro matku i tele znamená ohromnou psychickou bolest. Veškeré mléko dojnic přirozeně určené ke kojení si vezmou lidé. Telata pak místo mléka dostávají umělou výživu, která narušuje jejich imunitu a způsobuje různé infekce a průjmy. Jalovičky později nahradí své vyčerpané matky, býčci jsou vykrmeni a posláni na jatka.

## Biochovy?

K produkci biomléka jsou chována přešlechtěná plemena krav, jejichž extrémně vysoká tvorba mléka je příčinou mnoha zdravotních problémů a velkého utrpení – metabolického hladu, kulhání, zánětů vemen atd. I v biochovech jsou dojnice uměle oplodňovány a telata jsou jim hned po porodu násilně odebrána. I v biochovech jsou krávy po 2-3 telatech posílány na jatka. Dojnice by sice dle předpisů pro ekozemědělství měly mít přístup do výběhu nebo na pastvu, ministerstvo zemědělství však může i z tohoto požadavku udělat výjimku. V praxi tak jsou některé biochovy od těch konvenčních téměř nerozoznatelné.

## Jde to i bez mléka a mléčných výrobků

Mléko a výrobky z něj lze velmi dobře nahradit nutričně hodnotnými potravinami z luštěnin, obilnin a rozličných ořechů či semenek. V receptech lze kravské mléko nahradit jednoduše vodou nebo mlékem rýžovým, ovesným, sojovým, mandlovým apod. Člověk skutečně nepotřebuje k životu mléko ani jiné živočišné produkty. V obchodech se zdravou výživou i některých supermarketech lze nakoupit mnoho chutných, zdravých a vydatných veganských pokrmů, které živočišné potraviny plně nahradí.



Více informací najdete na [www.HospodarskaZvirata.cz](http://www.HospodarskaZvirata.cz) [www.GoVeg.cz](http://www.GoVeg.cz)