VLIV EKONOMICKÉ SITUACE NA POCIT JISTOTY A SEBEVĚDOMÍ PŘÍSLUŠNÍKŮ STŘEDNÍ VRSTVY

František Zich

Životní způsob naší doby určitě stojí za to, aby byl studován, a to z mnoha pohledů. Životní způsob je, jednoduše řečeno, to jakým způsobem žijeme, tj. jak a čím naplňujeme svůj čas. Podstatou tvorby materiálních podmínek života lidí je práce - produkce prostředků nutných (i méně nutných) k životu. Způsob výroby a způsob obživy jsou proto nedílnou součástí životního způsobu lidské společnosti. Jsou to procesy hloubící základní koryto, kterým protéká veškerý další život společnosti.[112] Je evidentní, že základní materiální podmínky vytváří především společnost jako celek, ne každý jednotlivec musí totiž být do tohoto procesu bezprostředně začleněn. Životní způsob moderní společnosti se vyznačuje právě tím, že pro vytvoření základních životních podmínek stačí aktivita jen části jejích členů, mnozí další jsou z tohoto procesu dočasně, dlouhodobě, nebo dokonce trvale z různých důvodů vyloučeni. Životní způsob každé společnosti je tak evidentně diferencovaný již v rovině těchto základních životních procesů. V současné literatuře věnující se problematice způsobu života se často setkáváme s přílišnou generalizací charakteru způsobu života moderní společnosti. Ve snaze postihnout modernizační změny současné společnosti zavádí např. G. Lipovetski pojem *personalizace* jako charakteristický proces, jímž společnost žije a kterým řídí směr svého vývoje.[113] Stejně tak se mluví o hédonistickém způsobu života a o postmoderní společnosti jako společnost, kde panuje lhostejnost, osobní nezávislost je samozřejmostí, kde je nové přijímáno jako staré, budoucnost již není spojována s pokrokem, víra v budoucnost se ztrácí, vše podléhá všeobecnému konzumnímu svádění a důsledkem je narcismus, nezávazná humornost, život, kde je vše dovoleno. Pokud bychom přijali tento výklad současného způsobu života, mohli bychom se ocitnout v beznadějné pesimistické pozici. Podle mého soudu však nejen Lipovetský, ale i jiní autoři příliš generalizují, zjednodušují a všímají si sice nesporně existujících stránek způsobu života současníků, ale přehlížejí přitom fakt reálné diferenciace životního způsobu moderní společnosti.

Ve skutečnosti je životní způsob, i v rámci těchto obecných charakteristik, diferencovaný, pokud se např. mluví o lhostejnosti jako všeobecném rysu současné společnosti, netýká se to zřejmě všech lidí a všech oblastí života. Což například neexistují různá hnutí a organizace humanitního charakteru? Neprojevuje se solidarita v souvislosti s živelnými událostmi apod. Stále patrně existuje, připusťme snad i v poněkud pokleslé podobě, něco jako sociální odpovědnost, solidarita, sebekontrola a altruismus jako součást způsobu života současné společnosti.

[112] Srovnej: Z. Bauman: Tekutá modernita, Praha, Mladá Fronta, 2002.
[113] Lipovetski G.: Éra prázdnoty, Prostor, Praha 2008

V tomto příspěvku se pokusím ukázat význam diferencovaného pohledu na zkoumání životního způsobu. Je totiž také skutečností, že současná ekonomická krize má diferencovaný dopad na populaci. Dotýká se sice celé společnosti v té, či oné míře každé sociální skupiny ovšem výrazně rozdílným způsobem. Jinými slovy životní způsob je obecné vyjádření toho jak žijeme a jako takový je sociálně diferencovaný.

V souladu se záměrem výzkumného projektu *Důsledky ekonomické krize v oblasti způsobu života a spotřebního chování současné české společnosti,* se soustředím na některé aspekty životního způsobu, na postoje k životu a na spotřební chování příslušníků středních vrstev naší společnosti. Příspěvek využívá empirické šetření, které bylo uskutečněno v letním semestru akademického roku 2012/2013. Navazuje na text I. Petrové věnovaný změnám spotřební strategie obyvatel v důsledku ekonomické krize a na příspěvek O Roubala.[114] Jde o hledání odpovědí na otázky, nakolik mění ekonomický tlak pocit jistoty a sebevědomí lidí a jak se to projevuje v chování člověka zejména v oblasti chování spotřebního.

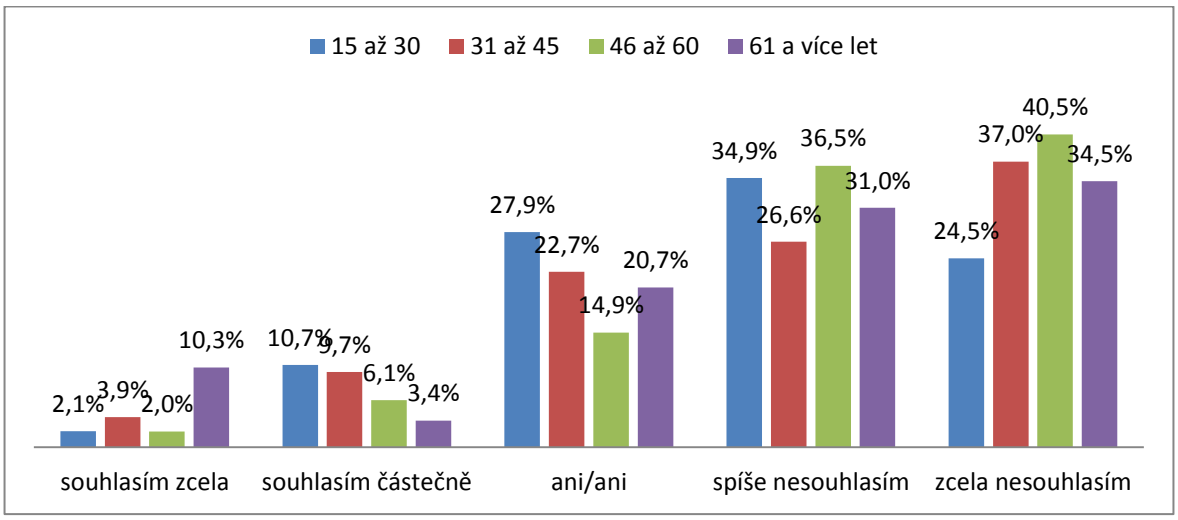
Spokojenost se životem a sebedůvěra

Respondenti posuzovali řadu výroků, pomocí nichž byly měřeny jejich postoje k životu. S výrokem ***„Pokud jde o mne, převažuje u mne trvale pocit spokojenosti a štěstí“*** souhlasí zcela, nebo z části 58 % dotázaných příslušníků zkoumaných střední vrstvy. Zhruba 28 % odpovídá neutrálně tj. „ ani, ani“ a jen 14 % nesouhlasí a z toho necelá 3 % dotázaných má zřejmě nějaké vážnější problémy a s výrokem zcela nesouhlasí. Převažuje tedy spokojenost se životem což koresponduje se sebevědomím, které vyjadřuje další výrok ***„Budoucnost je v mých rukou, záleží jen na mně a mém úsilí“*** . (viz graf. č. 1.)

Podobně je hodnocen i další výrok vztahující se k problematice samostatnosti respondentů. S výrokem ***„Vím, že pokud si nepomůžu sám, nikdo jiný mi nepomůže“*** souhlasí celkem 67 % dotázaných. S výrokem **„Více spoléhám na štěstí, než na vlastní úsilí“** souhlasilo jen 6 % dotázaných. Většina respondentů, tedy nepatří mezi odevzdané fatalisty, čekající na šťastný osudový los. Což je celkem zajímavá charakteristika sledované cílové skupiny, respektive této části střední vrstvy naší společnosti. Také hodnocení výroku ***“Nemá cenu šetřit, raději utrácím“***, s nímž souhlasí jen o něco málo víc jak 11 % dotázaných, naznačuje, že tato sociální skupina se neřídí nikterak slepě jen hédonistickým postojem k životu. V následujícím grafu je pak patrno, že o něco častěji s tímto výrokem souhlasí mladší respondent.

[114] Prostřednictvím studentů VŠFS bylo uskutečněno dotazníkové šetření. Respondenti byli vybíráni na základě kvótního rozpisu v rámci ČR. Celkem bylo dotázáno přes 800 lidí. Do zpracování bylo zařazeno 679 dotazníků. Z dotázaných je 54 % středoškoláků s maturitou a 44% absolventů vysokých škol. 49,7 % mužů a 50,3 % žen. Věková struktura je posunuta k mladším věkovým skupinám. Do 30 let je 53 % respondentů. Zkoumaný soubor tedy vypovídá o názorech a situaci střední vrstvy české společnosti. Dotazování proběhlo v březnu až květnu 2013.

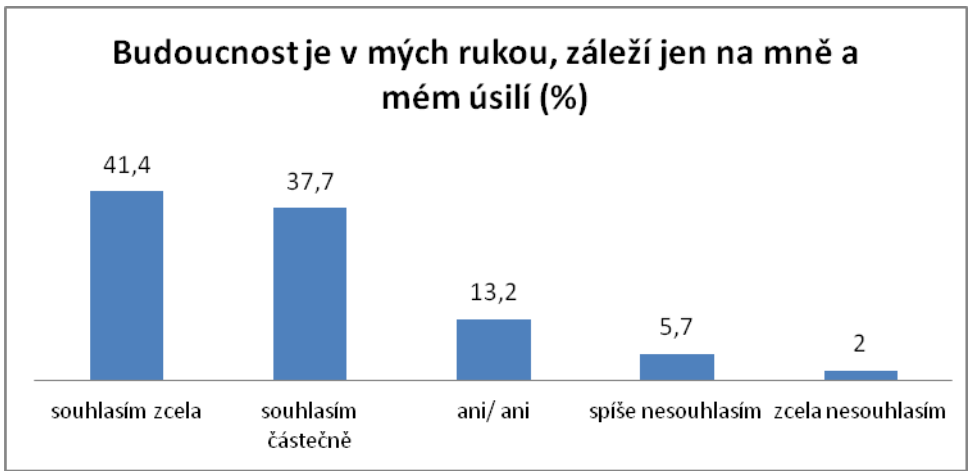
Graf č. 1: Souhlas s výrokem *„Nemá cenu šetřit, raději utrácím“ podle věku (%)*



Optimismus v hodnocení současné situace v naší společnosti, u respondentů v námi sledované cílové skupiny, je značný. Vyplývá to i z hodnocení dalších výroků. Téměř polovina dotázaných souhlasí s výrokem, že ***u nás celkově není tak zle, jak se všeobecně tvrdí***. S tím, že ***řeči o krizi jsou přehnané,*** nesouhlasí jen jedna pětina respondentů. Zajímavé je rovněž hodnocení následujících výroků vztahujících se k sdělovacím prostředkům a jejich hodnocení ekonomické situace.

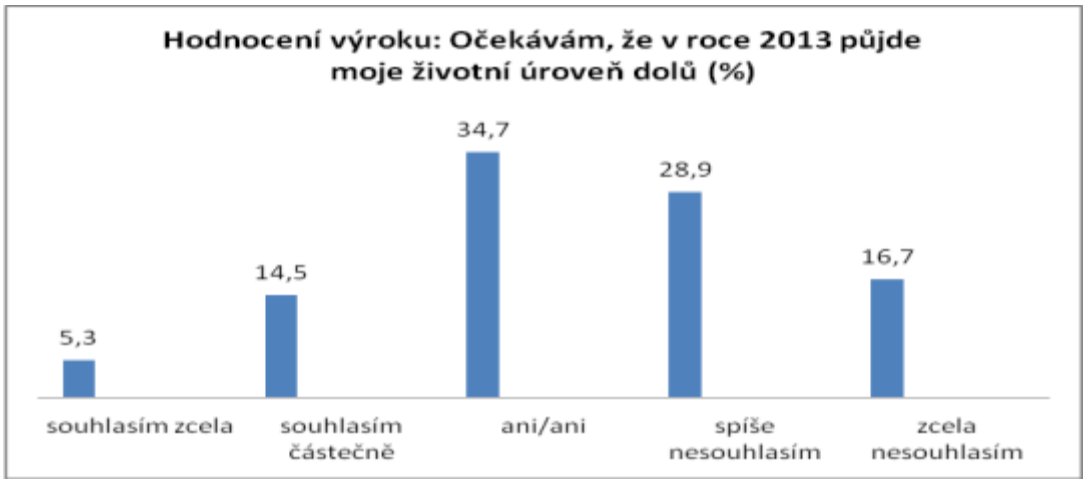
S výrokem, že ***Pocit krize vyvolávají sdělovací prostředky, ve skutečnosti žádná není,*** souhlasí 28 % dotázaných. To do určité míry svědčí o nedostatečné informovanosti respondentů a nedostatku, či neznalosti objektivních informací. V této souvislosti byl také položen výrok týkající se hodnocení politické situace a vlády premiéra Nečase. Výrok zněl: ***„Máme dobrou vládu, která je schopná řešit všechny problémy“.*** I když dotazování proběhlo ještě v období relativní stability Nečasovy vlády, výsledky svědčí o tom, že respondenti příliš velkou důvěru k tehdejší vládě neměli. S výrokem souhlasilo jen necelých 6 % respondentů. Naopak nesouhlas vyslovilo 82 % dotázaných.

Graf. č. 2: Souhlas s výrokem *„Budoucnost je v mých rukou, záleží jen na mně a mém úsilí“.*

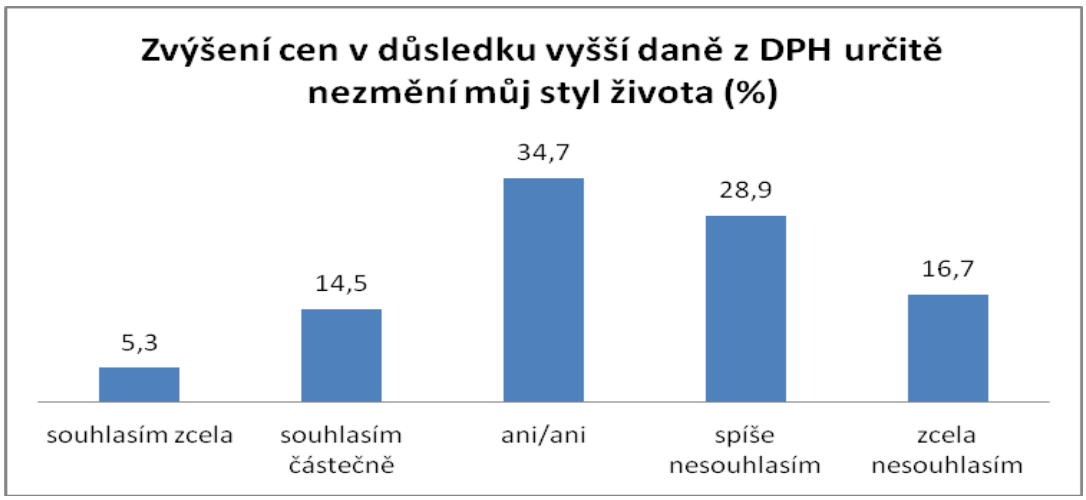


Hodnocení dalšího výroku o změně vlastní životní úrovně v důsledku krize: *„Očekávám, že v roce 2013 půjde moje životní úroveň dolů“,* svědčí o převažujícím optimismu našich respondentů. S výrokem souhlasí, tedy připouští pokles životní úrovně jen necelých 20 % respondentů. (viz graf). Současně přitom ale více jak 58 % dotázaných připouští, že ***v důsledku vyšší daně DPH se změní jejich životní úroveň, respektive styl života.*** (viz graf č. 4). Tento rozpor mezi optimismem o zachování životní úrovně a obavami z rostoucích cen a jejich důsledků je značný a signalizuje určité obavy ohrožení životní úrovně.

Graf č. 3: Hodnocení výroku: *„Očekávám, že v roce 2013 půjde moje životní úroveň dolů“*



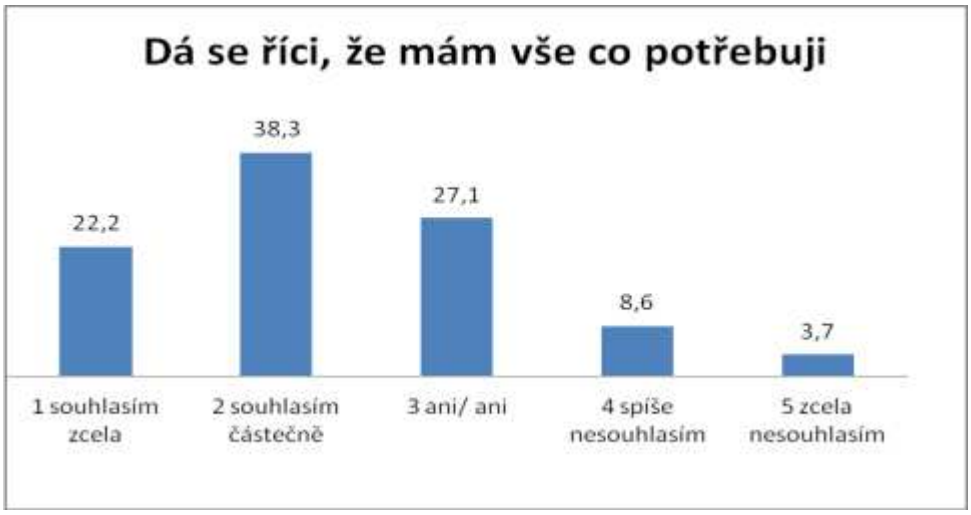
Graf č. 4. Souhlas s výrokem: *„Zvýšení cen v důsledku vyšší daně z DPH určitě nezmění můj styl života*



Obecně lze patrně očekávat, že dojde ke změnám v životním způsobu. V důsledku toho se mění doposud převažující model hédonistického způsobu života i u této sociální skupiny. Lze tedy předpokládat, že pod vlivem ekonomických tlaků dojde k substitučním změnám v oblasti nákupního chování. O jaké konkrétní změny ovšem jde, či jaké existují substituce současného hédonismu, koho se dotýká změněná situace nejvíce a jak se v důsledku toho mění vědomí lidské identity a sebevědomí je záležitostí dalšího zkoumání. V současné době

stále ještě převažuje pocit uspokojení pramenící zřejmě z dostatečné saturace spotřebními produkty. Vyplývá to z odpovědí na výrok ***„Dá se říci, že mám vše, co potřebuji***“. 60 % dotázaných souhlasí zcela, nebo z části s tímto výrokem (viz graf č. 5)

Graf č. 5 Souhlas s výrokem: *„Dá se říci, že mám vše, co potřebuji“.*

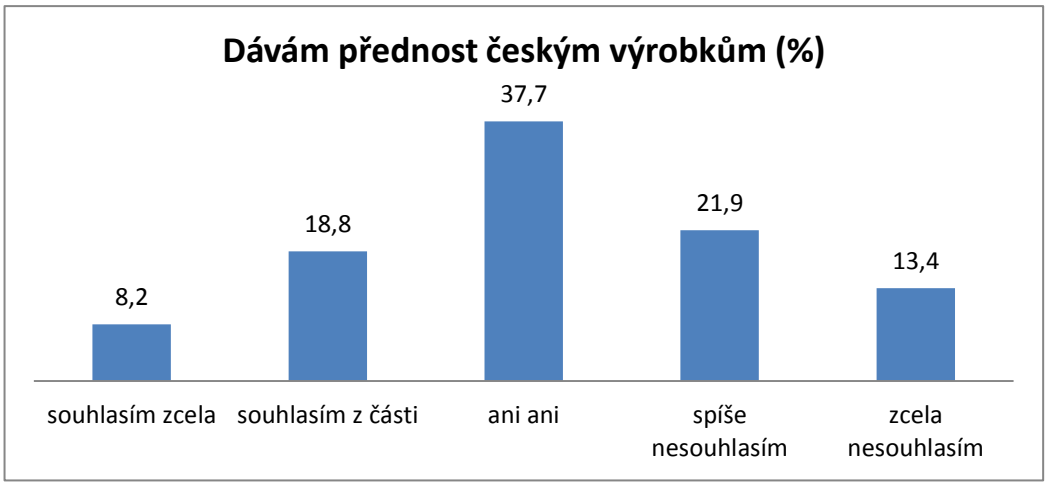


Spotřební chování

V další baterii výroků jsme se zaměřili na některé aspekty spotřebního chování dotazovaných. Zejména na to jakou roli zde hraje kvalita produktů, značka, nové produkty a cena.

Podle souhlasu s výrokem ***„Za kvalitní zboží se vyplatí zaplatit víc“*** (77.2 %) je zřejmé, že příslušníci naší cílové skupiny dávají kvalitnímu zboží přednost. Ovšem většina respondentů není, pokud jde o vztah kvalita – cena příliš důvěřivá, nedomnívá se, že vyšší cena produktu automaticky zajišťuje kvalitu. Jen 20 % souhlasí s výrokem, že vyšší cena ve většině případů zajišťuje vyšší kvalitu produktu, ostatní respondenti v tomto ohledu váhají.
Ovšem zdá se, že velkou roli při nákupním rozhodování u této skupiny hraje značka produktu. 56 % dotázaných uvádí, že má své značky, kterým zůstává věrný. S tím koresponduje vysoký podíl souhlasu s výrokem. ***„Preferuji značky, se kterými mám dobré zkušenosti“*** (68,5 %). V této souvislosti jsou zajímavé odpovědi na výrok: ***„ Dávám přednost českým výrobkům“.*** Z grafu vyplývá, že mezi našimi respondenty je více těch, kteří nehledí na český původ produktů. Rozhodující je pro ně zřejmě jen kvalita a prestiž produktů.

Graf č. 6: Souhlas s výrokem: *„ Dávám přednost českým výrobkům“.*

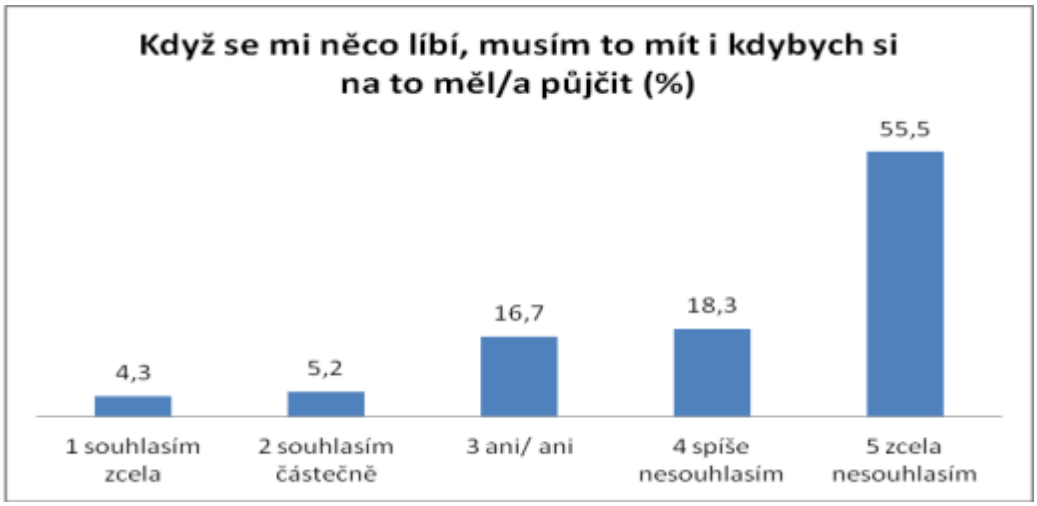


Značka také hraje roli v oblasti posilování sebevědomí a prestiže spotřebitelů. S výrokem: ***„Značkové zboží dodává člověku prestiž“ s***ouhlasí celkem 39 % respondentů.

Je zde ovšem také opatrnější a ekonomicky racionálně uvažující menší část respondentů, kteří se přiklánějí k názoru, že ***při nákupu je pro ně důležitější cena, ne značka.*** (28,4%).

To naznačuje, že v rámci sledované cílové skupiny příslušníků středních vrstev je část respondentů, kteří z nějakých důvodů nepatří k spotřebitelům utrácejícím bez velkého rozmýšlení. Jak ukazuje graf ani ne 10 % respondentů souhlasí s výrokem, že pokud se něco líbí, musí to mít i kdyby si měl půjčit.

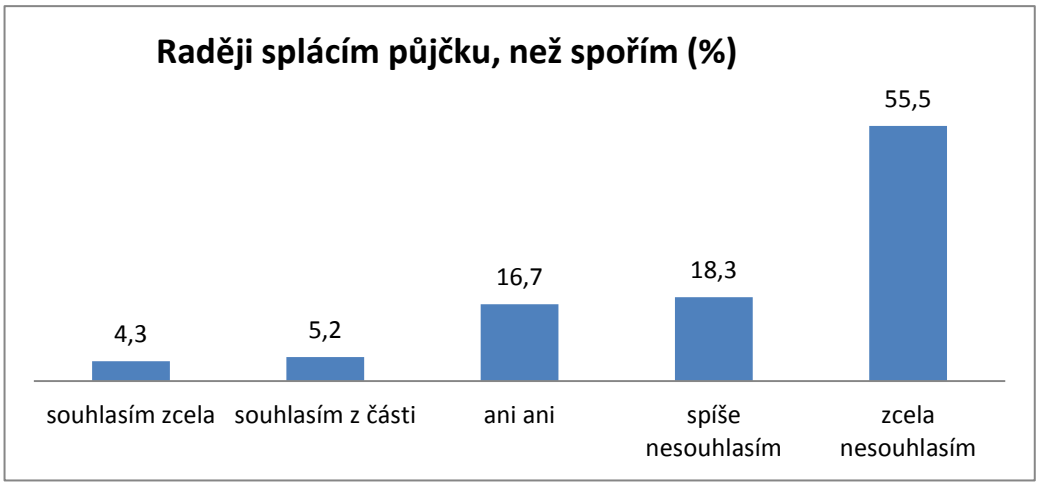
Graf č. 7: Souhlas s výrokem*: „Když se mi něco líbí, musím to mít, i kdybych si na to měl půjčit.“*



Značná část respondentů na další výrok sice odpovídá, že nakupování je pro ně radost (35 %), současně ale, jak vyplývá z vyjádření z hodnocení dalších výroků, uvažují dostatečně ekonomicky racionálně a ve vztahu k sobě i rodině zodpovědně. 90 % dotázaných souhlasí s výrokem, že ***„Nejdůležitější pro mne je finančně zajistit sebe a rodinu“*** a dalších 72 %

dotázaných uvádí, že si v rámci domácnosti vždy nechávají finanční rezervy pro případ nečekaných výdajů. Poněkud překvapivý je i výsledek hodnotící výrok „***Raději splácím půjčku, než spořím“.*** Potvrzuje spíše racionalitu spotřebního chování většiny sledovaných příslušníků středních vrstev, která je ovšem založena zřejmě na dlouhodobě saturovaném vybavení moderního způsobu života.

Graf č. 8: Souhlas s výrokem: *„Raději splácím půjčku, než spořím“.*



Shrnutí

V tomto příspěvku jde o stručnou informaci z průzkumu spotřebního chování cílové skupiny vybrané z řad středních vrstev. Současná společnost už čtvrtý rok prochází stavem, který je všeobecně označován jako ekonomická krize, a která se projevuje v celé řadě rovin života společnosti. Výzkumy, které jsou průběžně realizovány, ukazují, že si lidé nejen uvědomují pokles ekonomických zdrojů, ale že také mění svoje spotřební chování. Všechny tyto skutečnosti se promítají do konkrétního způsobu života lidí, jsou ovlivňovány životní zájmy, plány, mění se hodnotové preference, vnímání světa a sebe sama. Lze rovněž předpokládat i změny v rovině životních postojů a společenské aktivity lidí. Z našeho průzkumu vyplývá, že příslušníci středních vrstev reagují na ekonomickou situaci přiměřeně. Obecně očekávají a připouští zhoršení ekonomické situace avšak s tím, že jich samotných se toto zhoršení nedotýká a nemají ani pocit většího ohrožení. Reakce na zhoršenou ekonomiku se zde tak jeví bez větších projevů nervozity. Jsou přesvědčeni, že svoji budoucnost mají ve svých rukou a spoléhají v tomto ohledu především sami na sebe. Ze sociologického hlediska se tak tato skupina lidí (připomínám, že jde o příslušníky středních vrstev se středním, nebo vysokoškolským vzděláním) jeví, jako stabilizační faktor nejen v oblasti trhu, ale zřejmě i v rámci dalších společenských procesů.

Prof. Ing. František Zich, DrSc.
Vysoká škola finanční a správní
Fakulta sociálních studií
Katedra sociologie
Estonská 500
101 00 Praha 10

Příspěvek vznikl v rámci projektu IGA 7747 pro Mezinárodní konferenci VŠFS květen 2013