

ŠTĚSTÍ NEJSOU JEN PENÍZE

HAPPINESS IS NOT ONLY THE MONEY

Ondřej Roubal

ABSTRAKT

Problematika lidského štěstí je předmětem dlouhodobého společenskovedního studia. Teoretické, empirické a experimentální snahy porozumět a popsat zdroje, obsahy a projevy lidského štěstí vyvracejí řadu intuitivních a laických představ o štěstí a jeho způsobech prožívání, nejednoznačně ztotožňovaného se širokým souborem pozitivních emocí a duševních stavů označovaných jako radost, spokojenost, blaženost, slast nebo pohoda. Štěstí je současně spojováno s kvalitou života a celkovou životní spokojeností. V optice odborného studia je subjektivní prožívání štěstí a vlastní hodnocení kvality života doprovázeno složitou strukturou psychologických, sociologických, kulturních, politických, ekonomických či ekologických efektů. Zde se zabýváme otázkou vlivu peněz jako faktoru působícího na subjektivní vnímání kvality života, sledujeme účinky hédonistické adaptace na délku trvání dosaženého stupně radosti v různých sociálních situacích a také sledujeme efekty sociální komparace na míru prožívaného štěstí.

KLÍČOVÁ SLOVA

hédonistická adaptace, kvalita života, sociální komparace, štěstí, životní spokojenost

ABSTRACT

The issues of human happiness have been the subject of social-science studies for a long time. Theoretical, empirical and experimental efforts to comprehend and describe causes, contents and manifestations of human happiness disprove many intuitive and laypeople's imaginations about human happiness ambiguously equated with a wide set of positive emotions and mental states known as joy, contentment, bliss or peace of mind. Simultaneously, happiness is associated with quality of life and overall well-being. Seeing the topic from the prism of professional research, the subjective experience of happiness and self-assessment of quality of life goes hand in hand with a complex structure of psychological, sociological, cultural, political, economic, and ecological effects. At this point, we inquire into the influence of the money factor acting upon the subjective life quality perception, observing the effects of hedonic adaptation on the duration of the reached degree of happiness in various social situations. We also monitor social comparison effects on the extent of experienced happiness.

KEYWORDS

hedonic adaptation, quality of life, social comparison, happiness, life satisfaction

Úvod

Tematika lidského štěstí je v sociálně vědních disciplínách předmětem stále intenzivnějšího teoretického, experimentálního a empirického studia. Rostoucí zájem badatelů o poznání nejrůznějších souvislostí prožívání lidského štěstí sledujeme zejména v oblasti psychologického výzkumu, praktických aplikacích pozitivní psychologie nebo aktuálně v originálním pojetí behaviorální psychologie Kahnemana (2012:417-435). Zatímco na počátku 60. let 20. století byla problematice lidského štěstí věnována spíše jen okrajová pozornost, zhruba o 30 let později je tematika „happiness“, „subjective well-being“, „life satisfaction“,....¹⁰⁰ sledována ve více než 347 000 odborných monografiích a souvislejších

¹⁰⁰ V odborných psychologických (ale i sociálně psychologických či sociologických) studiích neexistuje jednoznačná terminologická shoda pro označení lidského štěstí. Definování štěstí při tom

psychologických studií a příspěvků (Robinson et al. 1991:61). Vedle psychologického studia zaměřeného primárně na individuální rozměr lidského štěstí a čistě subjektivní, emocionální a citové okolnosti jeho prožívání, nelze přehlédnout ani řadu významných studií tematizujících lidské štěstí v perspektivách sociálně psychologických (Argyle 1987, 1999), antropologických (Eriksen 2010), ekonomických (Easterlin 2003; Loewenstein 1992; Thaler 2008) nebo sociologických (Galbraith 1958, Inglehart 1977; Durning 1992; Bauman 2010). Poznání lidského štěstí je tak prohlubováno v řadě možných kontextů a souvislostech, zkoumáno v nejrůznějších podmínkách a situacích a interpretováno v pluralitě možných projevů a typů. Tomu odpovídá i nápadná rozkolísanost nejen v názorech na zdroje a další okolnosti prožívání štěstí, ale i jeho nejednoznačné samotné terminologické vymezení. Lidské štěstí je napříč odbornou diskuzí nejednotně ztotožňováno například s *kvalitou života*, *retrospektivním hodnocením životní spokojenosti*, *aktuálně prožívanými pozitivními emocemi*, *subjektivním pocitem blaha*, *harmonii* apod. Nestejná pozornost se věnuje také různým dimenzím lidského štěstí, jeho kvalitě, rozsahu, intenzitě, době trvání nebo jeho možným zdrojům.

Empirické a experimentální zjišťování a měření míry lidského štěstí při tom akcentuje širokou škálu nejen vnitřně psychologických faktorů, ale i vnějších vlivů společenského života. Od druhé poloviny 40. let 20. století se v této souvislosti objevují nejrůznější sociologické studie sledující rozdíly v míře štěstí a spokojenosti různých sociálních skupin a společností.¹⁰¹ K tomu se využívají nejrůznější empirické metody s různou intenzitou akcentující ekonomické, ekologické, sociální, politické, kulturní a psychologické faktory, které subjektivně vnímanou míru štěstí a spokojenosti mohou přímo či nepřímo ovlivňovat.

Co je na štěstí zajímavé?

Není pochyb, že poznání lidského štěstí rozvíjí a prohlubuje sociologické poznání využívající řadu empirických metod zkoumání.

Za prvé, sociologické metody poznání relativizují většinu psychologizujících přístupů typicky zdůrazňujících ústřední roli psychogenetických dispozic a osobnostních rysů jako v podstatě celoživotně neměnných determinantů působících na celkový charakter prožívání lidského štěstí. Sociologická optika studia problematiky lidského štěstí při tom tuto psychologizující perspektivu nikterak neodmítá ani nezpochybňuje, pouze hledá jiná východiska a metody řešení výzkumných otázek spojených s detailnějším poznáním prožívání lidského štěstí. Vedle toho, že někteří psychologové preferují zkoumání lidského štěstí jakoby z vnitřní perspektivy člověka a poznávají modely prožívání štěstí v kontextu esenciálního základu osobnosti určené specifickými emocemi, zážitky, city nebo typem temperamentu, sociologové zpravidla přesouvají pozornost více k vnějšímu světu sociálních aktivit,

zpravidla zahrnuje dva odlišné aspekty. Prvním aspektem štěstí je jeho rozumová a kognitivní dimenze. Jde o pojetí štěstí jako *eudaimonia*, kdy je štěstí spojováno s dobrým a správně žitým životem, životem mravním a smysluplným. Druhým aspektem štěstí je *hedonia*, jako emocionální prožívaná slast, radostná euforie, spokojenost, harmonie nebo pohoda (Koukolík 2012:332).

¹⁰¹ První studie založená na mezinárodním srovnání míry spokojenosti a štěstí byla publikována v roce 1946 (Diener, Suh 1999:435). V současnosti jsou podobné studie sledující rozdíly v míře štěstí mezi různými státy světa pravidelně zveřejňovány například v podobě „Happy planet index“ (www.happyplanetindex.org/) nebo výsledků šetření společnosti Gallup pomocí dotazníku Gallup – Healthways Well-Being Index, prováděným denně na vzorku 1.000 Američanů (Kahneman 2012:423)

mezilidských vztahů, životních podmínek a obecně sociálních okolností vnímání života. Sledují způsoby prožívání a formování postojů, které se následně odráží (nebo by se odrážet mohly) v subjektivním vnímání lidské spokojenosti. Sociologové se také na rozdíl od psychologů odpoutávají od zkoumání štěstí v rozsahu individuálního a intimního prožívání směrem k poznání štěstí nejrůznějších sociálních skupin a celků.

Za druhé, řada empirických a experimentálních studií poukazuje na skutečnost, že mnohé laické představy a stereotypy o lidském štěstí v praktickém životě neplatí nebo jsou platné jen omezeně. Účinky některých faktorů (věk, vzdělání, bohatství, religiozita, zaměstnání atd.) na prožívání štěstí, radosti a spokojenosti jsou přeceňovány, jiné naopak nedoceňovány. Navíc vztah různých vnějších faktorů a osobních pocitů štěstí je často složitý a problematický.

To platí například i o vztahu peněz a subjektivní míry štěstí, která by podle mnohých předpokladů měla pozitivně korelovat s rostoucím příjmem. Jinak řečeno, celkem rozšířené a populární představy o tom, že bohatší lidé jsou spokojenější a majetnější lidé šťastnější se v perspektivě mnohých empirických zjištění ukazují jako nepřiměřené skutečnosti. Jde při tom o vzájemný vztah, který není zdaleka tak jednoznačný. Diener dokazuje, že „peníze mají velice složitý vztah k míře štěstí“ (2002:501). Kahneman poukazuje na „zřetelný rozdíl mezi účinky příjmu na prožívané štěstí a na spokojenost se životem“ (2012:424). Dále Kahneman pracuje s hypotézou, že vyšší příjem je spojen s nižší schopností užívat si malých radostí života, kterou i experimentálně ověřuje¹⁰². Jiné sociologické výzkumy zase poukazují na nulový korelační vztah peněz a štěstí, pokud dosáhnete určité hranice příjmu¹⁰³.

Nejde zdaleka jen o vztah peněz a štěstí, který ve světle empirických prací získává poněkud novou podobu. Může nás tak překvapit, že některé zdroje našeho potěšení podléhají rychlejší degradaci stupně dosažené míry štěstí, a že jiné nám poskytují trvalejší a stabilnější pocity spokojenosti. Empirická práce nás rovněž může přesvědčit o tom, že často přeceňujeme vliv životních okolností trvalého charakteru na osobní štěstí a naopak podceňujeme důležitost situačních faktorů (Kahneman 2012:430). Možná si nedostatečně uvědomujeme význam adaptačních schopností, které nám zabraňují dlouhodoběji setrávat v intenzivních stavech radostné euforie nebo naopak nešťastného utrpení (Brickman a Campbell 1971). Můžeme tak zbytečně nadhodnocovat (a zřejmě se tomu tak i děje) některé životní události a situace, které na subjektivní prožívání štěstí/neštěstí mají jen dosti limitovaný účinek (například výhra v loterii, v opačném případě paraplegie).

Za třetí můžeme předpokládat, že nejrůznější faktory působící na pocity štěstí jsou nestejně významné a navíc podmíněné řadou sociálních a kulturních aspektů. Nejde tedy jen o to, že účinky nejrůznějších životních okolností nemají na jednotlivce či skupiny totožný dopad na míru prožívaného štěstí, ale i o to, že tyto účinky významně závisejí i na prostředí a kontextu, ve kterém se odehrávají. Vhodným příkladem snad může být sledování účinků dosaženého

¹⁰² Tuto myšlenku podporuje experimentálním důkazem: v rámci primingu vystavil vybranou skupinu studentů myšlence na bohatství, při tom se u nich ve výrazu obličejů snížily projevy spokojenosti a radosti v situaci, kdy jedli čokoládu

¹⁰³ Podle výzkumů provedených Kahnemanem se průměrné zvýšení prožívaného štěstí spojené s příjmem nad úroveň 75. 000 amerických dolarů (jde o roční příjem domácnosti) rovná přesně nule.

vzdělání na prožívané štěstí. Mnohé empirické práce potvrzují široce přijímanou domněnku, že výše dosaženého vzdělání pozitivně koreluje s manifestovanou mírou osobního štěstí a spokojenosti (Argyle 1999:355). Jinak řečeno, u respondentů s vyšším vzděláním je zpravidla detekována i vyšší míra spokojenosti a štěstí ve srovnání s těmi, kteří podobné úrovně vzdělání nedosáhli. Současně se ovšem empiricky ověřilo, že „vzdělanější“ respondenti v zemích s nižší životní úrovní jsou relativně spokojenější, než stejně vzdělaní obyvatelé blahobytných společností s vysokým životním standardem (Křivohlavý 2013:63).

O tom, proč tomu tak je, lze jistě složitě diskutovat. Mnozí odborníci se ovšem shodují na tom, že příčinou tohoto jevu je právě vzájemná odlišnost sociálního prostředí, kde se faktor „vzdělání“ na subjektivních pocitech štěstí podílí. V relativně chudším sociálním prostředí, kde se rovněž předpokládá i celkově nižší míra vzdělanosti, jsou nositelé univerzitních titulů těmi, kterým se zpravidla dostává nejen mimořádně vysoké společenské prestiže, ale i vyššího ekonomického postavení. Tvoří úzkou a společensky uznávanou elitu, k níž je přístup většině ostatních jen velmi omezen. Taková životní situace zřejmě navozuje více důvodů k pozitivnímu ladění, radosti a štěstí, a to právě proto, že tato situace je vnímána v neustálém srovnávání a porovnávání s prostředím, kde se většina ostatních nachází v relativně horší sociální a ekonomické pozici.

Naopak v blahobytných společnostech s vysokou životní úrovní a zpravidla i celkově vyšší vzdělaností strukturou je skupina „vzdělanějších“ relativně početná a vyšší vzdělání v tomto prostředí ztrácí vlastnost exkluzivity, hodnotu zvláštní společenské prestiže a mimořádného uznání. Dosažení jistého stupně vzdělání se v těchto podmínkách stává spíše určitou většinou „normou“, která definuje sociální prostředí vlastního sociálního pohybu. V takovém prostředí vlastní úspěchy spíše jen rutinně zapadají do relativně koncentrované životního úspěchu všech ostatních, s nimiž sdílíme stejný sociální prostor a kteří jsou i měřítkem toho, jak hodnotit úspěch či neúspěch, jak moc a z čeho se vlastně radovat. Tedy i ti, kterým se objektivně daří (jsou vzdělaní, ekonomicky úspěšní) mohou zcela subjektivně tento objektivní stav prožívat ve srovnání s podobně nebo více úspěšnými jako méně hodnotný. Vlastní výkon je tak v očích toho, kdo je podobnému srovnání vystaven, neustálým předmětem konfrontací s okolím a objektem vzájemného poměrování¹⁰⁴. Narážíme zde pravděpodobně na problém sociální komparace (a relativní deprivace), o kterém se podrobněji zmíníme v další části textu, jako efektu, který se zřejmě významně podílí na pocitech osobní pohody a štěstí (Eriksen 2010:28-55). Jednoduše řečeno, to jak se máme a cítíme, jakou míru osobního štěstí prožíváme, závisí na tom, s kým se srovnáváme. A to, s kým se srovnáváme vždy závisí na tom, v jakém světě žijeme a jaké je naše okolí. Radost a lidské štěstí tak ovlivňují vnější faktory, o nichž často nerozhodujeme nebo rozhodovat ani nemůžeme.

¹⁰⁴ Například ten, kdo disponuje čistým měsíčním příjmem 20 000 Kč tam, kde v jeho okolí má většina ostatních 15 000 Kč může být v této situaci spokojenější než ten, jehož příjem je 60 000 Kč měsíčně, ovšem pohybuje se v prostředí těch, kteří disponují příjmem 150 000 Kč měsíčně. Sociální srovnávání a poměrování často vede k pocitům relativní deprivace.

Dvě tváře štěstí

V obecné rovině můžeme rozlišit dvě různá pojetí štěstí (Křivohlavý 2013:23-24; Koukolík 2012:332). První koncepce bývá označována jako štěstí horizontální. Jde o štěstí vyznačující se jeho intenzivním a krátkodobým smyslovým prožíváním, kam mohou patřit stavy euforické radosti s typickými vnějšími projevy chování a vnitřními fyziologickými změnami. Takové pojetí štěstí nejspíše souvisí s hédonistickým přístupem životu založenému na vyhledávání smyslových potěšení a emocionálních slastí. Rozhodující složkou prožívání tohoto štěstí jsou právě emoce. Významně se zde uplatňují účinky situačních faktorů, nečekané a vzrušující události, které působí mimořádně pozitivně, silně a naléhavě. Tento koncept štěstí nejspíše odpovídá tomu, co Kahneman popisuje jako štěstí *prožívané*, které podléhá takzvanému *prožívajícímu já* (2012:422). Seligman (2003) horizontální pojetí štěstí označuje termínem *well-being*.

Druhá koncepce vysvětluje štěstí v širším významu a řeší i rozsáhlejší oblast témat a výzkumných otázek. Jde o pojetí štěstí chápaného nejen v rozměru horizontálním, ale i vertikálním, proto je označováno současně jako *vícerozměrné* (Křivohlavý 2013:24). To znamená, že štěstí je nutné sledovat i v rozměru jeho hloubky jako kvalitu, určenou nikoli jen emocemi, ale především hodnotovým a morálním systémem lidí. V této souvislosti se uvažuje o štěstí jako o kvalitě života nebo životní spokojenosti. Neopírá se o krátkodobé události dočasného, i když často intenzivního emocionálního účinku na člověka, ale o trvalejší a stabilnější kvality života, jejich způsob prožívání a vnímání. V Kahnemanově teorii se toto pojetí blíží koncepci štěstí jako životní spokojenosti, plynoucí z úsudku, který si člověk učiní, když zpětně hodnotí vlastní život, když rekapituluje svůj život jako biografický příběh. Takové štěstí je podle Kahnemana řízeno takzvaným *pamatujícím já* (2012:422). Seligman (2003) pro tento typ štěstí volí označení *Well-Being*. V jeho pojetí jde o štěstí „opravdové“, smysluplné a jediné autentické (Seligman 2003, 2011).

Štěstí v empirické perspektivě – peníze, adaptace, komparace

Některými vybranými aspekty (horizontálního) štěstí jsme se zabývali v rámci projektu s názvem *Změny vlivu marketingové komunikace na oblast spotřeby a životního způsobu obyvatel v kontextu současné ekonomické krize*.¹⁰⁵ Výzkumná práce byla původně orientována na identifikaci možných změn spotřebního chování českých občanů v souvislosti s důsledky současné ekonomické krize a rovněž na analýzu změn obsahu a forem marketingových komunikací a jejich reflexi jak spotřebitelů (adresátů), tak odborné obce (výrobce, marketéři). Projekt byl dále doplněn o jistě užitečné a zajímavé zjišťování toho, jak respondenti vnímají kvalitu života v kontextu úrovně vlastní finanční situace, s čím ztotožňují životní spokojenost, kde a v čem hledají zdroje pocitů radosti a jak dlouho jsou schopni se z těchto zdrojů těšit.

Projekt byl řešen kvantitativní metodou s využitím standardizovaného dotazníku obsahujícího 27 meritorních a 5 identifikačních otázek. Záměrný výběrový postup sledoval převážně

¹⁰⁵ Projekt *Změny vlivu marketingové komunikace na oblast spotřeby a životního způsobu obyvatel v kontextu současné ekonomické krize* realizovala katedra sociologie Fakulty sociálních studií VŠFS za finanční podpory Interní grantové agentury VŠFS v období 2012-2013

studentskou populaci soukromé vysoké školy (VŠFS), pocházejících z rodin převážně středních a vyšších středních vrstev. Vzorek byl dodatečně rozšířen o respondenty střední a nejstarší generace s různým typem vzdělání.

Struktura zkoumaného souboru		
Celkem respondentů	713	
Pohlaví	Muži 43,2 %	Ženy 56,8 %
Věk	15-30 let (53,6 %) 31-45 let (21,2 %) 46-60 (20,7 %) 61 + (4,5 %)	
Vzdělání	základní (1,4 %) vyučen (4,4 %) SŠ (51,2 %) VŠ (43 %)	
Zaměstnání	zaměstnanec (39,7 %) student (30,9 %) OSVČ (13,1 %) podnikatel se zaměstnanci (8,8 %) důchodce (4,7 %) ostatní (2,8 %)	

V souvislosti s řešením problematiky prožívání lidského štěstí jsme se zaměřili mimo jiné na následující výzkumné okruhy:

- 1) *Kvalita života a výše příjmu*
- 2) *Hédonistická adaptace a její efekty v rámci doby trvání dosaženého stupně štěstí*
- 3) *Sociální komparace a její účinky na subjektivní míru prožívání štěstí*

V návaznosti na uvedené výzkumné oblasti byly vysloveny tyto pracovní hypotézy:

H1 - pro subjektivní představu růstu kvality života je rozhodující příjem do 300 tisíc Kč měsíčně, nad hranicí 300 tisíc Kč nejsou peníze pro růst kvality života rozhodující

H2 - statky netržní povahy podléhají pomalejší degradaci stupně dosaženého štěstí než v případě materiálních statků

H3- vlastní hodnocení subjektivní míry štěstí vychází ze srovnávání s ostatními lidmi svého sociálního okolí

První hypotézu (H1) jsme v dotazníku testovali následující otázkou: „ Říká se, že peníze nejsou všechno. Jistě však budete souhlasit s tím, že pro zajištění kvality života jsou peníze důležité. Jakou minimální částku byste museli **měsíčně** vydělat (čistého), aby pro kvalitu vašeho života již **peníze nebyly důležité**?

Respondentům byly nabídnuty možnosti určitých minimálních částek měsíčních výdělků od sumy 20 tisíc korun až po příjem vyšší než 3 miliony. Zajímali jsme se zde především o to, do jaké finanční částky vyjádřené čistým měsíčním příjmem budou respondenti považovat peníze za důležité pro kvalitu života a současně zjistit, v jakém okamžiku nastane efekt klesající mezní užitečnosti bohatství, respektive od jaké výše částky měsíčního příjmu budou respondenti považovat peníze pro kvalitu života za nepodstatné. Očekávali jsme, že pro

subjektivní vnímání kvality života budou peníze důležité do částky 300 tisíc korun měsíčního příjmu. Každé zvýšení takového příjmu by při tom na vnímání kvality života nemělo mít žádný vliv.

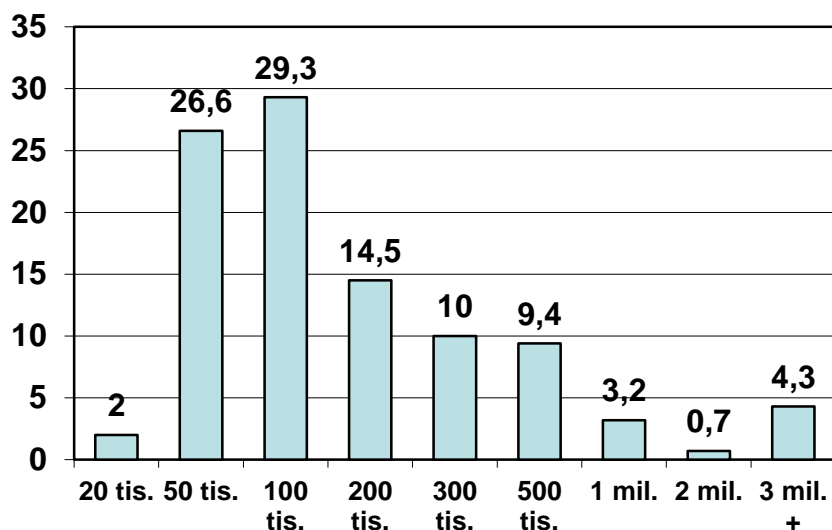
Jak vidíme v následujícím grafu (Graf 1), modus odpovědi (29,3 %) sledujeme u částky do 100 tisíc korun měsíčně, dalších přibližně 27 % respondentů odpovědělo, že minimální částkou měsíčního příjmu pro zajištění kvality života je suma 50 tisíc korun. To znamená, že pro více než polovinu respondentů finanční příjem vyšší než 100 tisíc korun přestává být důležitým faktorem kvality života. Vidíme, že pro téměř 85 % respondentů je čistý měsíční příjem ve výši 300 tisíc korun tou sumou, za níž již další případné zvyšování příjmu nesehrává v subjektivním vnímání kvality života důležitou roli. Přibližná hodnota průměru čistého měsíčního příjmu za celý zkoumaný soubor, za kterou již podle respondentů nejsou peníze pro kvalitu života podstatným faktorem, je částka 175 tisíc korun měsíčně. Jinak řečeno, jde o sumu vyjadřující pomyslnou hranici, za kterou by podle respondentů již další možné zvyšování finančního příjmu nemělo ovlivňovat úroveň jejich kvality života. Dodejme jen, že Kahneman při empirickém studiu stejného jevu dochází k sumě 75 tisíc amerických dolarů ročního hrubého příjmu na domácnost (2012:423), Eriksen uvádí 200 tisíc korun čistého měsíčně na osobu (2010:91).

*Jakou minimální částku byste museli **měsíčně** vydělat (čistého), aby pro kvalitu vašeho života již peníze nebyly důležité?*

Frekvence – celkem (%)

Odpovědělo 713 respondentů

Graf 1



Pokud se podíváme na výsledky dat podle pohlaví respondentů (Graf 2), modus odpovědi v případě žen je v intervalu měsíčního příjmu v minimální výši 50 tisíc korun (32,7 %), u mužů jsou nejčetnější odpovědi v intervalu 100 tisíc korun (30,7 %). Kumulativní četnosti odpovědi dále ukazují, že pro přibližně 87 % žen je měsíční příjem ve výši 300 tisíc korun čistého natolik dostačující sumou pro zajištění kvality života, že další případný růst příjmů kvalitu života neovlivní. V případě mužů jsme zaznamenali v tomto intervalu (tj. do 300 tisíc korun) podíl odpovědi v hodnotě přibližně 78 %. U mužů sledujeme, že na rozdíl od žen v průměru přisuzují penězům významnější roli ve vztahu ke kvalitě života. V tomto ohledu

jsou jejich nároky na finanční příjem ambicióznější než v případě žen, které zřejmě nevidí v penězích tak silnou hodnotu, respektive faktor kvality života.

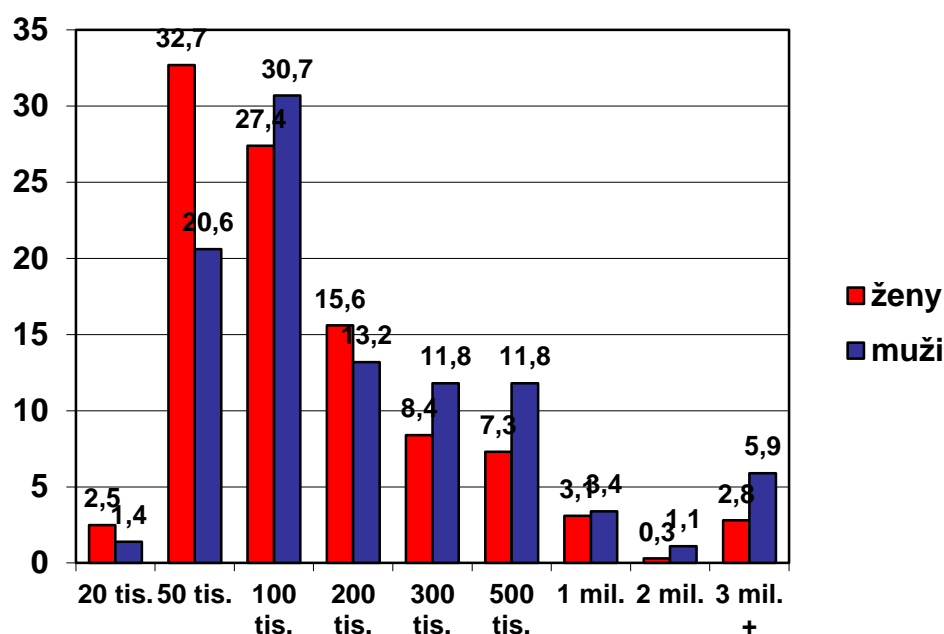
Celkově vzato, ze vzájemného srovnání mužů a žen v otázce vztahu peněz a kvality života vyplývá poznatek, že pro muže je ve srovnání se ženami výše finančního příjmu významnějším faktorem kvality života, a že subjektivní pocit kvality života více odvozují z množství peněz. Otázku samozřejmě zůstává, jak respondenti chápou kategorii „kvalita života“ a s čím vším kvalitu života ztotožňují na straně jedné muži a na straně druhé ženy. Pravděpodobně však budou muži a ženy přisuzovat různým aspektům kvality života nestejný význam, jak vidíme i na tomto příkladu.

*Jakou minimální částku byste museli **měsíčně** vydělat (čistého), aby pro kvalitu vašeho života již peníze nebyly důležité?*

Frekvence – **podle pohlaví (%)**

Odpovědělo 713 respondentů

Graf 2



V druhé oblasti výzkumného zájmu jsme se soustředili na problém, který je v odborné literatuře označován jako hédonistická adaptace (Brickman a Campbel 1971:287-302; Eriksen 2010:99; Kahneman 2012:432-434). Jde o jev, který představuje univerzální psychologické pravidlo, zajišťující schopnost přizpůsobovat se vnějším podmínkám života. Adaptace tak současně představuje mechanismus zabraňující ponechat člověka jak v trvalém stavu prožívaného pozitivně, tak v trvalém stavu prožívaného negativně. Předpokládáme, že právě hédonistická adaptace úzce souvisí se subjektivním prožíváním štěstí, které adaptačním procesům nějakým způsobem více či méně, dříve nebo později podléhá. Vyslovili jsme hypotézu, že statky netržní povahy podléhají pomalejší degradaci stupně dosaženého štěstí než v případě materiálních statků. Jinými slovy, testovali jsme předpoklad, že některé nemateriální zdroje štěstí a radosti poskytují trvalejší pocity blaha a spokojenosti a nepodléhají tak rychlému odeznění pozitivních emocí v důsledku adaptačních mechanismů, jak by tomu mohlo být v případě materiálních hodnot. Předpokládali jsme, že hodnoty netržní

povahy, tedy to, co si nelze jednoduše koupit a vlastnit, budou ve srovnání s materiálními objekty a dalšími požitky odolnější vůči adaptačním procesům a nabídnou tak i dlouhodobější a stabilnější pocity štěstí.

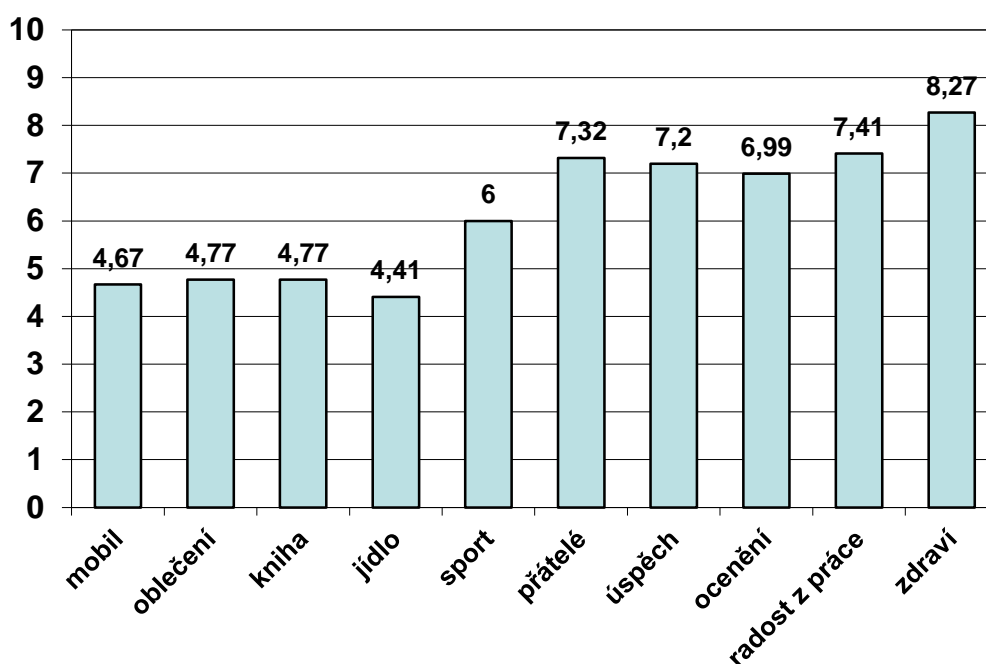
V dotazníku jsme za tímto účelem položili následující otázku: „Na uvedené škále 1 – 10 zaznamenejte, **jak dlouho** podle svých zkušeností prožíváte intenzivnější pocity radosti a štěstí v případě uvedených situací (1 nejkratší doba – 10 nejdelší doba). Respondentům byly nabídnuty následující možné zdroje potěšení: *mobilní telefonu, nové oblečení, dobré jídlo, sportovní aktivita, posezení s dobrými přáteli, úspěch ve škole nebo zaměstnání, ocenění blízkých za vykonanou službu, dobře vykonaná práce a dobrý zdravotní stav.*

Výsledky naznačují (Graf 3), že respondenti podle vlastních zkušeností prožívají pocity radosti a štěstí relativně nejdelší dobu z dobrého fyzického zdraví, z dobře vykonané práce, z posezení s dobrými přáteli, z úspěchů v práci nebo škole a z ocenění blízkých za vykonanou službu. Jde tedy o takové situace navozující pocity radosti a spokojenosti, které si člověk musí nějak zasloužit, něco vykonat, být aktivní. Nelze se k těmto hodnotám přiblížit jinak, než vlastní snahou a úsilím, jen těžko si lze tyto zdroje štěstí jednoduše zaplatit (snad s výjimkou lepší zdravotní péče) nebo opatřit jinak, než vlastní sociální aktivitou, cílevědomou snahou a schopnostmi. Podle očekávání se relativně nejkratší dobu dovedou respondenti těšit z koupě mobilního telefonu, oblečení, jídla, ale i knihy, která podle odpovědi poněkud překvapivě poskytuje pocity radosti jen na velmi omezený čas. Zjistili jsme, že intenzita i délka trvání pozitivních emocí, které koupě nové knihy přináší, pozitivně koreluje s věkem a dosaženým vzděláním. Kniha přináší více radosti a spokojenosti starším a vzdělanějším respondentům.

Jak dlouho podle svých zkušeností prožíváte intenzivnější pocity radosti a štěstí v případě uvedených situací?

Průměry – **celkem** (čím vyšší průměr, tím delší doba prožívání pocitů radosti a štěstí)
Odpovědělo 713 respondentů

Graf 3



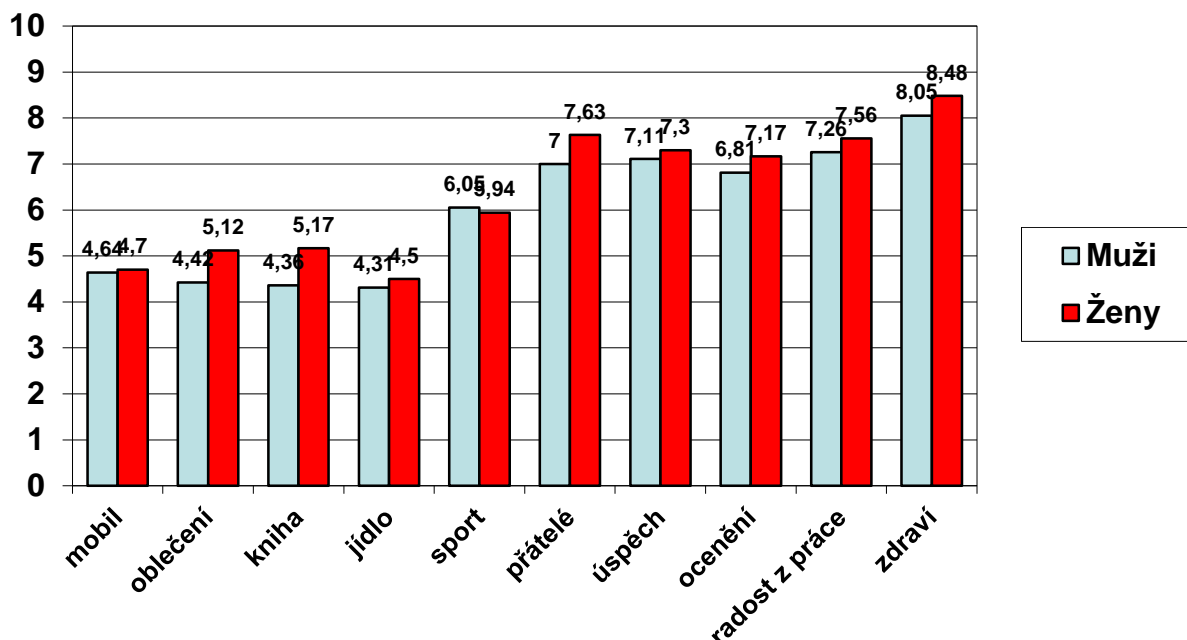
Zajímali jsme se v této otázce současně i o možné rozdíly v odpovědích mužů a žen. Dospěli jsme k předběžnému zjištění (Graf 4), že ženy ve srovnání s muži ve všech sledovaných položkách (kromě sportovních aktivit), respektive zdrojů poskytujících pocity radosti a štěstí projevují větší schopnost delšího prožívání intenzivnějších pozitivních emocí. To by mohla být například atraktivní informace jak pro zadavatele, tak i tvůrce marketingových a mediálních kampaní, neboť jak se z těchto výsledků zdá, cílová skupina žen je možná ve srovnání s muži sociální skupinou, odolnější adaptačním mechanismům a celkově schopnější udržet si relativně delší dobu intenzivnější pocity radosti a štěstí v různých sledovaných situacích. Spočívá-li adaptace na každou novou situaci v tom, že se tyto situace stávají stále méně předmětem naší pozornosti a objektem myšlení, můžeme vyslovit domněnku, že muži na rozdíl od žen některým situacím rychleji přivyknou a dříve od nich odpoutávají pozornost. Ženy možná prožívají ve zmíněných situacích delší čas v intenzivnějších stavech radosti a štěstí právě proto, že těmto situacím věnují větší pozornost a více na ně myslí. Ženy v této perspektivě poznatků působí ve srovnání s muži jako ta cílová skupina, u které práh nasycení radosti nastává v delším časovém horizontu a zdroje poskytující pocity blaha neztrácejí svou hodnotu v očích žen tak rychle, jako v případě mužů. Toto zjištění by samozřejmě vyžadovalo další podrobnější zkoumání a ověřování, nicméně jde o zajímavý poznatek, který by mohl být uplatněn například pro potřeby marketingových strategií a obchodní praxe.

Jak dlouho podle svých zkušeností prožíváte intenzivnější pocity radosti a štěstí v případě uvedených situací?

Průměry – **podle pohlaví** (čím vyšší průměr, tím delší prožívání pocitů radosti a štěstí)

Odpovědělo 713 respondentů

Graf 4



V další oblasti výzkumného zájmu jsme soustředili pozornost na problém sociální komparace jako významného aspektu ovlivňujícího subjektivně prožívanou míru štěstí. Inspirovali jsme se řadou empirických studií zkoumajících okolnosti toho, jak srovnávání s druhými lidmi a vzájemné poměrování ekonomické situace s těmi, kteří žijí v naší blízkosti, ovlivňuje

subjektivní míru spokojenosti a životního štěstí. Některé studie a experimenty dokazují, že ve společnosti, kde bohatnou všichni, zůstává úroveň individuálního štěstí neměnná (Eriksen 2010). Vycházíme zde tedy z předpokladu, že míru subjektivní spokojenosti a osobního štěstí do jisté míry určují efekty sociální komparace. Tyto efekty lze v moderní komplexní společnosti jen těžko zrušit nebo ignorovat, nejsou jen součástí každodenní životní praxe, ale i objektem řady marketingových sdělení a mediálních obrazů. Reklamní průmysl funguje efektivně právě proto, že tyto efekty zkomercionalizoval a masově rozšířil všeobecnou touhu lidí, podobat se nebo přiblížit se těm, kteří jsou na tom o něco lépe, než my ostatní (Eriksen 2010:31). Z přirozené, spontánní, soukromé a často nevyslovené potřeby vzájemného srovnávání a poměřování sebe a ostatních, stává se uměle fabrikovaný model života, mediálně odhalovaný do největších detailů a dokonalostí, který je stále obtížnější následovat, neboť objekty s nimiž se máme v mediálním světě reklamy srovnávat, jsou stále nedosažitelnější a neuvěřitelnější. Nové podoby komercionalizovaných a médii produkováných objektů sociálního srovnávání otevírají stále větší prostor pocitům relativní deprivace těm, kteří jsou podobnému srovnávání vystavováni, a to i přesto, že se jim objektivně daří.

Autoři Solnick a Hemenway (1998) testovali hypotézu významu sociální komparace na subjektivní pocit štěstí pomocí experimentu realizovaného na Harvardově univerzitě. Objektem výzkumu byli studenti, kteří byli postaveni před dvě možné varianty volby, přičemž se měli rozhodnout pro jednu z nich, která by jim více vyhovovala.

Varianta 1 – žít ve světě, kde by váš plat byl 50 000 dolarů, přičemž plat ostatních by byl poloviční

Varianta 2 – žít ve světě, kde by váš plat byl 100 000 dolarů, přičemž plat ostatních by byl dvojnásobný.

Přibližně dvě třetiny respondentů volilo variantu číslo 1, čímž autoři experimentu prokázali určité účinky efektu sociální komparace na povahu subjektivně prožívaného štěstí a spokojenosti. Většina respondentů podle odpovědí preferuje žít v takovém prostředí, kde na tom ostatní lidé v jejich okolí budou finančně hůře, a to i za cenu, že si sami sníží životní úroveň. Jde o podobnou situaci, jako kdyby se někdo měl rozhodnout mezi tím, jestli si zvolí kolo tam, kde všichni musejí chodit pěšky, nebo bude chtít raději malou motorku, ale všichni ostatní budou jezdit v rychlejších autech. Z výsledků experimentu Solnicka a Hemenwaye lze ve společnosti za uvedených podmínek usuzovat na častější preferenci „kola před malou motorkou“.

V dotazníku jsme položili podobnou otázku, jejímž účelem bylo ověřit předpoklad, že vlastní hodnocení subjektivní míry štěstí vychází ze srovnávání s ostatními lidmi svého sociálního okolí. Otázku jsme mírně přizpůsobili a formulovali následovně:

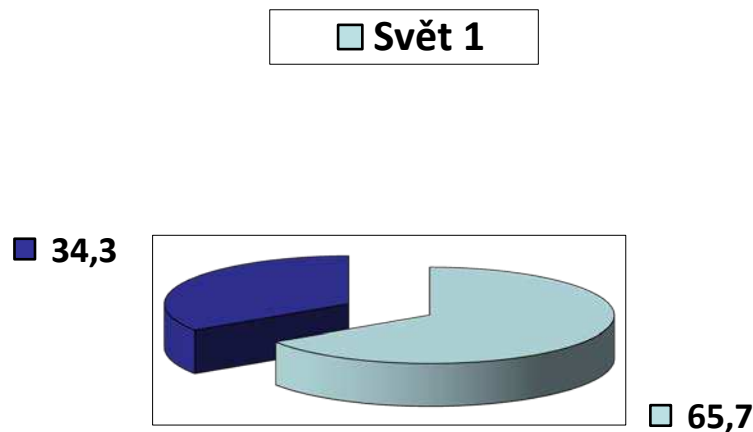
Zvolte jednu ze dvou uvedených variant

Varianta 1 – *chci žít ve světě, kde by váš plat byl 100 000 Kč ročně, přičemž plat ostatních by byl poloviční*

Varianta 2 – *chci žít ve světě, kde by váš plat byl 300 000 Kč ročně, přičemž plat ostatních by byl dvojnásobný.*

V následujícím grafu (Graf 5) zřetelně vidíme procentuální podíly těch, kteří preferovali první nebo druhou variantu odpovědi. Přibližně 65 % respondentů upřednostňuje třikrát nižší roční příjem za cenu toho, že budou žít tam, kde všichni ostatní budou vykazovat příjmy jen poloviční. Tato představa jak se zdá je natolik atraktivní, že vede na první pohled k paradoxnímu rozhodnutí vlastního snížení životní úrovně. Naopak vize života v podmínkách třikrát vyššího finančního zabezpečení tam, kde na tom ale budou ostatní finančně dvakrát lépe, preferuje zhruba jen každý třetí respondent. V perspektivě tohoto poznatku se ukazuje efekt sociální komparace jako významná životní okolnost podmiňující vnímání osobní spokojenosti. Zřejmě i některé rozhodovací procesy a životní volby souvisí s vědomím potřeby sociální komparace, jejíž nemalá rizika spočívají v negativních pocitech relativní deprivace.

Frekvence – celkem (%)
Odpovědělo 688 respondentů
Graf 5



Závěry

Lidské štěstí je dlouhodobě předmětem teoretických, empirických a experimentálních studií. Vedle řady klasických filozofických spisů a úvah, nacházíme souvislejší výsledky badatelské práce k otázkám lidského štěstí tradičně v odborné psychologické produkci, v posledních letech se zintenzivňují i snahy o sociologické, ekonomické nebo antropologické uchopení této problematiky. Tematika zkoumání štěstí se problematizuje a objevují se nové perspektivy jejího zkoumání. Hledají se i nové cesty využití, jak poznatky o lidském štěstí, jeho zdrojích způsobech prožívání aplikovat v oblasti například psychoterapie nebo sociální politiky. Mnohé empirické a experimentální studie se ovšem uplatňují i v teoriích řízení, personalistice nebo komerční oblasti marketingových komunikací.

Odborné studium lidského štěstí přináší zajímavá fakta a podloženou argumentaci, zpochybňující řadu intuitivních představ, schématických obrazů a stereotypů lidského štěstí. Realita je složitější. Lidské štěstí patří do množiny mnoha typů pocitů a prožívání, nálad a stavů mysli. Vyznačuje se vysokou mírou subjektivity a autenticity, dobou trvání či

rozsahem. Zpravidla se rozlišuje typ štěstí horizontální – jednorozměrný a typ štěstí vertikální – vícerozměrný. Je tak důležité rozlišit štěstí hédonistické, emociálně exponované a štěstí dlouhodobé, spojené s trvalejšími hodnotami a celkovou životní spokojeností. V Kahnemanově teorii se setkáváme v této souvislosti s konceptem prožívajícího štěstí a pamatujícího štěstí. Štěstí tak má dvě různé polohy odvozené z toho, co právě prožíváme a jak život aktuálně hodnotíme. Hovoříme tak o prožívaném štěstí a životní spokojenosti.

V rámci horizontálního pojetí štěstí jsme se zabývali některými jeho aspekty. Ověřovali jsme předpoklad, že pro subjektivní vnímání kvality života jsou peníze důležitým faktorem, ale pouze do určité míry. Pozitivní korelace peněz a kvality života se potvrzuje, ale má své zřetelné limity. Hodnota peněz od jisté výše měsíčního příjmu postupně ztrácí v očích respondentů svou přitažlivost a pro kvalitu života přestává být určující.

Dále jsme poukázali na vztah přirozených adaptačních schopností lidí na prožívání pozitivních emocí v různých životních situacích. Snažili jsme se ověřit, zda-li v situacích, které nepodléhají tržním principům, vyznačující se nemateriální povahou a vyžadující osobní angažovanost a motivaci, budou respondenti odolnější adaptačním mechanismům, než v situacích, kde jsou zdrojem pozitivních emocí materiální hodnoty. Ukázalo se, že dlouhodobější pocity intenzivní radosti a štěstí skutečně poskytují častěji hodnoty nemateriální povahy – osobní úspěch nebo mezilidské vztahy. Nelze dále ignorovat zjištění, že ženy jsou ve srovnání s muži v průměru schopny déle se těšit a radovat ze situací, které byly uvedeny jako možné zdroje pozitivních emocí.

Významným aspektem prožívání osobního spokojenosti a životního štěstí je efekt sociální komparace. To, jak člověk hodnotí vlastní životní spokojenost a to, co momentálně prožívá, je nutně zřejmě sledovat v kontextu toho, s kým srovnává, porovnává či poměřuje svou životní situaci. Subjektivní míra štěstí a spokojenosti je pravděpodobně závislá na povaze sociálního prostředí, ekonomických, kulturních a sociálních podmínkách těch, s nimiž sdílíme sociální prostor a v kontextu kterých prožíváme každodenní realitu. Jelikož do našeho žitého prostoru významně intervenuje množství mediálních sdělení a obrazů, problém sociální komparace není jen problémem „živých“ sociálních vztahů lokální úrovně, ale i globálně působících „zprostředkovaných“ modelů a typů života, životních stylů, hodnot a vzorců šťastného života více či méně reálných a realizovatelných v žité každodennosti.

Literatura

Argyle, M.: *The Psychology of Happiness*. New York: Methuen, 1987

Argyle, M.: *Causes and Correlates of happiness*. In: Kahneman, D., E. Diener, N. Schwartz (eds.): *Well-being: the foundation of hedonic psychology*. New York: Russell Sage Foundations, 1999, pp. 353-373

Bauman, Z.: *Umění života*. Praha: Academia, 2010

Brickman, P., D. Campbell : *Hedonic relativism and planning the good society*. In: Apley, M. (ed.). *Adaptation-level theory: A symposium*. New York: Academic Press, 1971, pp. 287 - 301

- Diener, E., E.M. Suh: National differences in subjective well-being. In: Kahneman, D., E. Diener, N. Schwartz (eds.): Well – being: the foundations of hedonic psychology. New York: Russel Sage Foundations, 1999, pp. 434-450
- Diener, E., R. Diener: Will money increase subjective well-being? Social Indicators research 57, 2002, pp. 119-169
- Durning, A.: How Much is Enough? The Consumer Society and the Future of the Earth. New York: Norton, 1992
- Easterlin, R.A., Explaining happiness. Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America 100, 11176-11183, 2003
- Eriksen, T.H.: Syndrom velkého vlka – hledání štěstí ve společnosti nadbytku. Brno: Doplněk, 2010
- Galbraith, K.: Společnost hojnosti. Praha: Svoboda, 1958.
- Inglehart, R.: The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles among Western Publics. Princetown: Princetown University Press, 1977.
- Kahneman, D.: Myšlení rychlé a pomalé. Brno: Jan Melvil Publishing, 2012
- Kant, I.: Základy metafyziky mravů. Praha: Svoboda, 1976
- Koukolík, F.: Zvíře politické. Eseje o lidské nátuře. Praha: Galén, 2012
- Křivohlavý, J.: Psychologie pocitů štěstí. Praha: Grada, 2013
- Loewenstein, G.: The fall and rise of psychological explanations in the economics of intertemporal choice. In: Loewenstein G. & Elster J. (eds.) Choice over time. New York: Russell Sage Foundation, 1992, pp. 3-34.
- Robinson J.P., P.R. Shaver, L.S. Wrightsman: Measures of Personality. New York: Academic Press, 1991
- Seligman, M.E.P.: Opravdové štěstí. Praha: Ikar, 2003
- Seligman, M.E.P.: „Flourish“ A visionary new understanding of happiness and well-being. New York: Free Press, 2011
- Solnick, S. J., D. Hemenway: Is more always better?: A survey on positional concerns. Journal of Economic Behavior and Organization 37/1998, pp. 373-383
- Thaler, R.H.: Mental accounting and consumer choice: Anatomy of a failure. Marketing Science 27, 2008, pp. 12-14

Mgr. Ondřej Roubal, PhD.
Vysoká škola finanční a správní
Fakulta sociálních studií
Estonská 500
101 00 Praha 10
ondrej.roubal@vsfs.cz

Příspěvek byl zpracován v rámci programu SVV VŠFS Praha.