

**SEMINÁRNÍ PRÁCE PRO KURZ POJMY V SOCIÁLNÍCH VĚDÁCH
NA TÉMA
KONZUM**

Ve své seminární práci bych se chtěla zabývat konzumem jakožto pojmem s určitými kontexty a historií užívání, hodnotovou zatížeností a se specifickým výskytem v sociologických textech. Konzum je slovo, které nespadá do odborné sociologické „hantýrky“, jež bývá pro laického čtenáře místy nesrozumitelnou. Naopak jde o slovo z běžné aktivní slovní zásoby, které je však v sociologickém diskursu značně frekventováno a vyskytuje se v různých modifikacích. Vzhledem k hodnotové zatíženosti pojmu bych se chtěla zaměřovat hlavně na oblast kritické sociologie.

LEXIKOLOGICKÉ UVEDENÍ

Etymologie a sémantika slova

Každé bádání zaměřené na určitý pojem by logicky mělo začínat u etymologických slovníků. V případě slova *konzum*¹ se v jednom z takových slovníků lze dočíst, že toto slovo má svůj původ v latinském slovese *consumere*, které lze přeložit jako *spotřebovat, pojídat, trávit, opotřebovat* [Český etym. slovník 2001]. Přímou ve slovníku latinském je navíc zajímavé slovo *consumptio*, které je podstatným jménem ke slovesu *consumere* [Latinsko-český slovník 1956]. Zajímavé je zvláště z toho důvodu, že tvoří etymologický základ pro anglické slovo *consumption*, které lze přeložit jako spotřebu, ale právě také jako konzum.

V češtině bylo slovo konzum původně synonymem pro slovo spotřeba. Ve slovnících cizích slov se můžeme dočíst, že slovo *konzum* znamená primárně „spotřebu (běžně potřebných věcí) k živobytí“ [Slovník cizích slov 1996]. V novějších verzích slovníku je však navíc přidána poznámka, že *konzumní společnost* je „typ moderní industriální společnosti, v níž jsou rozhodující sociální funkce určovány spotřebou (konzumem)“ [Nový ak. slov. ciz. slov 2007]. V jiném slovníku cizích slov je u poznámky o konzumní společnosti uváděna její definice takto: „náruživě toužící po stále větším získávání majetku a předmětů, které by činily život pohodlnějším, který by stále stupňovaly životní rozkoše (...) a spatřující v této činnosti hlavní smysl“ [Slovník cizích slov 1998]. Na jedné straně je tak zdůrazňován klíčový význam spotřeby pro společnost, na straně druhé její přebujelost.

¹ Lze psát i se s jakožto „konsum“.

V tomto bodě se dostáváme k posunu významu, jaký slovo *konzum* prodělalo. Užitečné jsou v tomto směru informace ze slovníku neologismů. Pod heslem *konzum* se dozvíme, že jde o slovo s novým významem, jenž lze popsat jako „životní styl charakteristický jednostranným důrazem na spotřebu materiálních produktů“. Tento nový význam je dle slovníku připisován publicistice [Nová slova v češtině 1998]. Tímto posunem významu došlo k odlišení slov *spotřeba* a *konzum*, což, jak bylo zmíněno, v angličtině takto není, protože oba významy jsou obsaženy v jednom slově.

Odvozená slova a pojmy

Přírozeně nesmíme opomenout také slova odvozená. Tím, že jde o slovo, které je užíváno v běžné mluvě, dochází u něj k poměrně bouřlivé slovotvorbě. Vznikla tak například slova jako *konzumismus*, *konzumerismus*, *konzumenství*, *konzumnost*. Významné je užívání přívlastku *konzumní*. V sociologickém diskursu se totiž můžeme setkat s pojmy *konzumní společnost*, *konzumní kultura*, *konzumní kapitalismus*, *konzumní doba*, *konzumní způsob života* a jinými.

KONTEXTY UŽÍVÁNÍ POJMU

Užívání pojmu v nesociologických diskurzech

Pojem *konzum* a k němu příbuzná slova se významově liší co do kontextu použití. Například v právnickém diskursu je slovo *konzumat* označením pro skutkové naplnění či dokonání trestného činu. Ekologie užívá slova *konzument* pro „heterotrofní organizmy živící se organickou stravou vytvořenou jinými autotrofními organismy“ [Nový ak. slov. ciz. slov 2007]. Snad v každém slovníku cizích slov nalezneme informaci, že *konzum* může být označením pro spotřební družstvo či pro obchod se smíšeným zbožím. V novějších verzích však je informace doplněna o poznámku, že jde o poměrně zastaralé užití slova. Přívlastku *konzumní* může být užito (například při hodnocení vína) ve smyslu průměrné kvality [Slovník cizích slov 1998].

Tolik okrajově o kontextech užití, která nás vzhledem k zaměření práce příliš nezajímají, ale jsou často uváděny ve slovnících. Mnohem přínosnější je v tomto případě prostudování ekonomických slovníků, jelikož ekonomie je sociální vědou a zároveň jí jsou pojmy *spotřeba* a *konzum* poměrně vlastní (příznačnější je spíše užívání neutrálnějšího pojmu *spotřeba*). Pod hesly *spotřeba*, *konzum* lze nalézt definici: „zničení použitím; spotřebou se statky a služby rychle či pomalu ničí nebo transformují“ [Slovník ekonomie a sociálních věd, 1995] či „konečné užití zboží a služeb s cílem uspokojit potřeby“ [Ekonomický slovník 2003].

Velká pozornost je v ekonomii věnována spotřebnímu chování, které je vnímáno jakožto „chování spojené se získáváním, užíváním a odkládáním spotřebního zboží (a služeb)“, které „se sleduje pomocí vazeb mezi podněty a reakcemi“. Tyto podněty mohou být i marketingového charakteru a jejich výsledkem jsou „konkrétní reakce (volba produktu, obchodu, čas nákupu apod)“. V této souvislosti se užívá výrazu *černá skříňka spotřebitele*, který je „průnikem predispozic spotřebitele k určitému spotřebnímu jednání a daného kupního rozhodovacího procesu“ [Ekonomický slovník 2003]. Co se týče hodnotového zatížení pojmu, *spotřeba* (a potažmo i *konzum*) v ekonomii nabývá spíše pozitivního smyslu, jelikož je motorem ekonomického rozvoje. Z ekonomického pohledu je proto důležité snažit se o pochopení spotřebního chování zejména za účelem jeho ovlivňování skrze marketingové nástroje.

Ekonomický diskurs je však v souvislosti se zkoumaným pojmem zajímavý také tím, že z něj pochází slovo v sociologii často používané, a to *konzumerismus*. Jde o slovo přejaté z angličtiny, které původně označovalo hnutí za ochranu spotřebitelů, a tento význam mu v ekonomii zůstal dodnes. Došlo však u něj k výrazné změně významu. Ve slovníku neologismů je tento nový význam popsán takto: „(z hlediska kritiků) životní způsob příznačný pro vyspělé průmyslové společnosti, charakteristický nadměrnou spotřebou materiálních produktů; konzumenství, konzumismus, konzumnost“. Hned pod tímto heslem je k nalezení heslo *konzumismus*, což je naopak nově utvořené slovo, které označuje „konzumní způsob života, konzumenství, konzum“ a jeho užívání je připisováno odbornému vyjadřování a publicistice [Nová slova v češtině 1998]. Na první pohled je tak pozoruhodné, jak lze různými slovy označit to samé, z čehož plyne značná rozrůzněnost užívání těchto jednotlivých slov. U některých autorů se tak můžeme setkat s pojmem *konzum*, kdežto u jiných to může být ve stejném smyslu *konzumismus*, *konzumerismus*, či opisně *konzumní způsob života*.

Pojem konzum v sociologickém diskursu

Dostáváme se k nejpodstatnější části práce, a tou je nastínění způsobu užívání pojmu *konzum* v kontextu sociologie. Prvotními a nejobecnějšími zdroji informací jsou v tomto případě sociologické slovníky a slovníky sociálních věd. Ve *Velkém sociologickém slovníku* heslo *konzum* nenalezneme. Otázkou je, proč tomu tak je. Může to být způsobeno starším datem vydání, či distancováním se od tohoto pojmu jakožto pojmu z neodborné mluvy. Nalezneme však zde jeho pojmový ekvivalent, *konzumerismus*, který je definován jakožto „obecná inklinace ke konzumnímu způsobu života“. *Konzumní způsob života* zde má také samostatné heslo a je definován jakožto „způsob života založený na vysoké úrovni spotřeby a její vysoké hodnotě pro

člověka a společnost“. Dalšími relevantními hesly jsou: *spotřeba*, *spotřeba demonstrativní*, *spotřeba masová*, *spotřeba ostentativní*, *spotřeba prestižní*, *chování spotřební*, *sociologie spotřeby* [Velký sociologický slovník 1996].

Zamysleme se nad pojmem *konzum* v rámci obecnější perspektivy sociologie. Pro počátky *konzumního způsobu života* bylo klíčové prvotní sociologické témata, jímž byl přechod tradiční společnosti ve společnost moderní. Jedním z hlavních procesů modernizace byla totiž generalizace trhu, která dala vzniknout tržní společnosti. „Tato proměna transformovala povahu celé lidské společnosti, včetně charakteru její kultury i představ člověka o sobě samém“ [Keller 2008: 15]. V té době lidé přestávali být samostatnými, začali být stále více závislí na trhu a zbožně-peněžní vztahy začaly pronikat do všech odvětví lidské činnosti. Konzumní styl života je však připisován spíše až vyspělejší industriální společnosti druhé poloviny 20. století², kdy začala ostře stoupat kvalita života. V té souvislosti pak mluvíme o *konzumní společnosti*. *Konzum*, *konzumerismus* či *konzumismus* pak označují životní styl (či ideologii) těchto společností, který je „charakteristický nadměrnou spotřebou materiálních produktů“ [Nový ak. slov. ciz. slov 2007]. V této souvislosti se užívá také termínu *konzumní kultura*, který se „vztahuje ke kultuře konzumní společnosti. Naznačuje, že představy (symboly a zpodobňování) a hodnoty současné společnosti se točí okolo spotřeby: nákupy a požitky ze zboží konstruují životní styly“ [Int. Enc. of the S&B Sciences 2007, překlad: autorka].

Důležité je zmínit, že v sociologickém diskursu je užívání pojmů *konzum*, *konzumerismus*, *konzumní společnost*, *apod.* svázáno s kritikou konzumního aspektu společnosti, čímž tyto pojmy získávají silný hodnotový náboj. „Pojem ‚konzumní společnost‘ se poprvé objevuje v průběhu dvacátých let, v padesátých a šedesátých letech nabývá na popularitě a dodnes je oblíben, jak o tom svědčí častý výskyt v každodenní komunikaci i v odborné rozpravě“ [Lipovetsky 2007: 27].

Diskutovány jsou limity konzumního způsobu života i jeho etický základ. „S výraznou kritikou konzumerismu a konzumní společnosti se setkáváme od počátku 70. let v souvislosti s rostoucím znečištěním životního prostředí a vyčerpáním neobnovitelných přírodních zdrojů. Vznikly teorie nulového a omezeného růstu a později teorie kvality života, které zdůrazňují nástup nových hodnotových systémů v postindustriální společnosti, snižování váhy hmotné spotřeby a růst úlohy služeb terciálního a kvartálního typu. S ostrou kritikou konzumerismu se

² Datování zrodu *konzumerismu* je však diskutabilní. Někteří autoři vidí počátky *konzumní kultury* už v Anglii 18. století (McKendrick et al. 1982), jiní dokonce už v alžbětinské Anglii 16. století (McCracken 1988), či v době vzniku romantické etiky (Campbell 1987) [Int. Enc. of the S&B Sciences 2007: 2663].

lze setkat zejména ve zprávách Římského klubu a výrazně k ní přispěli autoři, jako E. J. Mishan, J. W. Forrester, B. Commoner či J. K. Galbraith“ [Velký sociologický slovník 1996].

S *konzumním způsobem života* je spojován také pojem ostentativní (či demonstrativní) *spotřeba*, v níž se konzum stává znakem společenského postavení. Autorem konceptu okázalé spotřeby byl Thorstein Veblen (kniha *Teorie zahálčivé třídy*). Symbolickému aspektu spotřeby jakožto pravděpodobnostního ukazatele společenského postavení se věnoval zejména Pierre Bourdieu, který tak za pomoci konceptu habitu propojil strukturalistický a interpretativní pohled na společnost.

Je však nutné si uvědomit, že pojem *spotřební/konzumní společnost* je pojmem dvojznačným a nejasně vymezeným. Podle jedněch má tento pojem pejorativní obsah a „podle nich v této společnosti vládou podniky, které manipulují spotřebiteli a usměrňují jejich volbu na své výrobky, aby měly odbyť“. Podle jiných však jde o společnost, ve které je spotřebitel králem, „jenž svou poptávkou řídí výrobu“ [Slovník ekonomie a sociálních věd, 1995].

Specifické užití pojmu v sociologii

Nakonec je třeba zmínit užití pojmu *konzum* a jemu příbuzných slov u jednotlivých autorů. Hledat, kdy byl pro sociologii objeven pojem *konzum*, v podstatě nelze, poněvadž v anglicky psané literatuře pojem se jen měnil kontext užívání pojmu *consumption*, který se tak stal ambivalentním pojmem. Po důkladném prostudování mnoha knih bychom možná k bodu zlomu v jeho užívání dospěli, však mnohem úspornější je věřit encyklopedii sociálních věd a zaměřit se na užívání pojmu *consumerism*, který můžeme v češtině označit za ekvivalent pojmu *konzum*.

Produkce a spotřeba jakožto základy sociálního života byly ekonomickou teorií dlouho považovány za bezproblémové. „Sociologická kritika ekonomie se objevila na konci devatenáctého a na začátku dvacátého století a zaměřovala se na limity racionální volby, která byla základem pro popisování sociálního života. Durkheim, Weber, Marx, Simmel, Pareto, Parsons a Veblen analyzovali sociální a kulturní proměnné bez ekonomického jednání, které bylo s nimi spojováno, čímž se podnítily nové otázky ohledně spotřeby“ [Int. Enc. of the S&B Sciences 2007, překlad: autorka]. Intelektuálové a akademici spojovaly téma spotřeby s diskusemi o masové kultuře, jelikož kapitalistická masová produkce vedla ke standardizaci zboží a tím vytvářela uniformitu vkusu. Spotřeba začala být pojímána jako masifikovaná a kontrolovaná pasivní činnost, která eliminovala individualitu a kreativitu. Jedním z prvních a nejznámějších kritiků konzumní společnosti byl Jean Baudrillard, který roku 1970 vydal knihu přímo nesoucí název *Konzumní společnost*. Dle Baudrillarda je spotřeba především strategickým

prvkem přežití kapitalismu. Významným objektem spotřeby dle něj „není materiální stránka věci, ale *image*, znak či symbol, který získává svou odlišnost jen ze sémiotické odlišnosti od jiných znaků“ [Harrington 2006: 350].

Kritický pohled na konzumní způsob života je však „obsažen již v Ekonomicko-filozofických rukopisech K. Marxe (1844), najdeme jej ale i u představitelů frankfurtské školy, freudomarxismu, neofreudismu a surrealismu ve 30. a 40. l. 20.st.“ [Velký sociologický slovník 1996]. V sociologii je *konzumní způsob života* „stále více a více traktován buď jako problém kvantity spotřeby (podmíněné masovostí a strojovou výrobou), nebo ryze eticky jako otázka správného či nesprávného zaměření kultury a civilizace“ [ibid], s čímž bývá spojována i otázka limitů růstu, ekologických rizik (viz Beckova *Riziková společnost*) a hledání alternativních způsobů života (v českém prostředí například *Pestří a zelení* Hany Librové, *Zelená svatozář* Erazima Koháka).

V padesátých a šedesátých letech se objevil pojem *affluent society*, který bývá překládán jako *společnost hojnosti/blahobytu* či *konzumní společnost*. Do sociologického diskursu se dostal skrze stejnojmennou knihu J. K. Galbraitha vydanou v roce 1958, ve které byla popisovaná americká společnost po druhé světové válce. Galbraith v ní „věcně a přesvědčivě dokládá, že ekonomika Spojených států dosáhla úrovně, která garantuje většině občanů solidní a v podstatě bohatý život“ [Petrušek 2006: 372]. Toto konstatování je však spíše ironické, jelikož *společnost hojnosti* s sebou nese fenomény jako je manipulativní reklama, konformita, potlačování alternativních definic kvalitního života [Int. Enc. of the S&B Sciences 2007: 2663].

Velkým morálním dilematem je stanovení míry spotřeby, kterou lze označit za konzumní. V Petruskově *Společnostech pozdní doby* se tak můžeme dočíst: „Problém ‚společnosti blahobytu‘ formuloval Alan Durning již v názvu své knihy *Kolik znamená dost*.“ Přes vlny kritiky totiž nelze přehlédnout, že „příslušníci spotřební třídy se (...) radují s osobní nezávislosti, která je v dějinách bezprecedentní“, což naznačuje, že *konzumní společnost* s sebou nese i aspekt svobody a nárůstu životní úrovně, což jsou zajisté pozitivní jevy. Argyle však „upozorňuje na dvě podstatné věci: 1. mezi blahobytem a štěstím není přímá úměra a 2. blahobyt produkuje osamění, „individualizaci“ v extrémní formě, zatímco chudoba spíše než vzájemný zápas reprodukuje odvěký typ solidarity chudých a vyhnanců (dnes ‚marginalizovaných‘)“ [Petrušek 2006: 374].

Diskurs kritické sociologie silně ovlivnil Erich Fromm se svou knihou *Mít, nebo být?*, s níž se váže jeho pojem *homo consumens*, kterým označuje „bezhraničnou touhu po spotřebě a majetku (cílem je mít víc a užívat stále víc), na základě rozlišení škodlivé a humanistické

spotřeby (která slouží rozvoji a potěšení člověka). Homo consumens je člověk manipulovaný reklamou a jinými prostředky k tomu, aby „kupoval věci, které nepotřebuje, za peníze, které nemá“ (J. K. Galbraith)“ [Velký sociologický slovník 1996]. Erich Fromm kritizuje konzumní orientaci „v souvislosti se svou koncepcí kapitalismu, odcizení člověka i jeho vlastností a orientací. Společnost „být“ má za ústřední bod člověka, společnost „mít“ se točí kolem věcí. Konzument je „věčný kojeneček“, touha „mít“ plodí pasivitu a také touhu po moci a závislost na moci“ [ibid.]. V této souvislosti můžeme mluvit o „hrabivé společnosti“, což bylo „jedno z prvních nelichotivých označení pro soudobý kapitalismus pochází z pera (...) Richarda Henry Tawneye“. V roce 1920 vydal populární knihu *The Acquisitive Society*, která (...) byla rychle přeložena do češtiny pod ne příliš šťastným dobovým názvem „výdělkářská společnost“. Pojem *acquisitive* má (...) ještě několik dalších významů, například nenasytý, hrabivý, hamižný“ [Petrusek 2006: 105].

V oblasti kultury můžeme také mluvit o *konzumu*. V tomto kontextu byla nejvýznamnější nejspíše teorie *kulturního průmyslu*, se kterou se pojí hlavně jména Walter Benjamin a Theodor Adorno. Tato teorie označuje proces industrializace kultury, díky níž kulturní artefakty vykazují stejné rysy jako ostatní výrobky masové kultury a její příjemci se v podstatě stávají také konzumenty (v pasivním smyslu). *Kulturní průmysl* a *spotřeba* jimi byly chápány jako nástroje pro stabilizaci kapitalismu [Harrington 2006: 224]. Pojem *konzumní kultura* je přisuzován Ewenovi a Bellovi³, kteří v sedmdesátých letech navázali na dřívější kritiky a dali jim větší analytickou hloubku. V jejich pojetí je konzumní kultura synonymem pro ideologii kapitalistické společnosti neboli konzumerismus [ibid.].

Nelze opomenout pro sociologii důležitý vztah *individualizace* a *konzumního způsobu života*. Ulrich Beck v této souvislosti uvádí: „Individualizace znamená závislost na trhu ve všech dimenzích života. Existenční formy, jež takto vznikají, představuje osamostatněný, sám sebe si nevědomý masový trh a masová spotřeba hromadně projektovaných bytů, domácího zařízení, předmětů denní potřeby a rovněž mediálně šířených a přejímaných názorů, zvyklostí, postojů a životních stylů“ [Beck 2004: 212].

Kritici *konzumního způsobu života* v této souvislosti „zdůrazňují rozšíření zbožních vztahů do všech oblastí lidského života a z toho vyplývající spec. způsoby odcizení, to, že jde o způsob života, v němž peníze hrají roli všeobecného ekvivalentu (ke koupi a na prodej je vlastně vše: láska, čest, právo, morálka, přírodní i lidské zdroje, zdraví i nemoc)“ [Velký sociologický

³ Daniel Bell 1976: *Kulturní rozpory kapitalismu*

Stuart Ewen 1976: *Captains of consciousness : advertising and the social roots of the consumer culture*

slovník 1996]. Takovým kritikem je například Zygmunt Bauman, který ve své knize *Individualizovaná společnost* konstatuje, že „svazky a partnerství se dnes vnímají jako věci, které máme spotřebovávat, *konzumovat*, nikoli vyrábět. Podléhají stejným kritériím jako všechny ostatní spotřební předměty“ [Bauman 2004: 186].

V prostředí české sociologie je neznámějším kritikem *konzumní společnosti* Jan Keller, který *konzumní způsob života* spojuje s blížící se ekologickou katastrofou a *konzumní rituály* připodobňuje k rituálům primitivních společností, díky nimž se lidé vyrovnávají s procesy odcizení a vytvářejí si vlastní „útlonou skutečnost“ [Keller 2005: 39].

Konzum jakožto způsob života (post)industriální společnosti je pro sociologii velkým tématem. Otázkou však je, jestli již není vyčerpáno. Nad otázkou současné podoby konzumnosti společnosti se zamýšlí zejména Gilles Lipovetsky. Dnešní společnost označuje dokonce přívlastkem „*hyperkonzumní*“. Ve své knize *Paradoxní štěstí* píše o novém typu modernosti, který nazývá „civilizací touhy“ a je spjat s „novým směřováním kapitalismu, který nastoupil cestu soustavné stimulace spotřeby, komercializace a nekonečného rozmnožování potřeb. [Lipovetsky 2007: 13]. Popisuje již zmíněnou *affluent society* (společnost blahobytu), pro kterou byla typická hluboká proměna způsobu života s důrazem na hodnotu života v přítomnosti, hédonismus, horečnou touhu po komfortu a narůstání významu volného času. S touto společností spojuje koncepci *better life*, což je kult neustálého vylepšování životních podmínek. Klíčový moment Lipovetsky spatřuje ve změně postavení spotřebitele, který se dostal do středu dění a z pasivního příjemce se stal tím, kdo diktuje výrobcům pravidla. V tomto bodě začala vznikat společnost *hyperkonzumní*, což je nová fáze spotřebního kapitalismu. „Rodí se *homo consumericus* třetího typu, ničím nespoutaný, mobilní a flexibilní „turbokonzument“, z valné části oproštěný od staré kultury společenských vrstev a s nepředvídatelnými zálibami i nákupy“ [ibid.: 16]. Typická pro tuto fázi konzumerismu je také změna jeho hodnot. „Materialismus původní spotřební společnosti dnes vyšel z módy a my přihlížíme expanzi trhu s duší a s duševní proměnou, s vnitřní rovnováhou, se sebeúctou a s farmakou štěstí“ [ibid.: 17]. Idea osobního štěstí se tak stává hnacím motorem dnešní ekonomiky a na trh ve velkém vstupuje zboží nemateriálního charakteru.

Pojem *konzum* se v sociologickém diskursu rozšiřuje i mimo sféru materiálních produktů a bývá používán i pro ostatní sféry života (což je spojováno s teoriemi postmaterialismu). Tím se z něj stává ještě obecnější a obtížně uchopitelný pojem.

Použitá literatura

- BAUMANN, Zygmunt. *Individualizovaná společnost*. Praha: Mladá fronta. 2004. ISBN 80-204-1195-X.
- BECK, Ulrich. *Riziková společnost*. Praha: Sociologické nakladatelství. 2004. 80-86429-32-6.
- ECHAUDÉMASION, Claude-Daniele, et al. *Slovník ekonomie a sociálních věd*. Praha: EWA. 1995. ISBN 80-85764-13-X
- FROMM, Erich. *Mít nebo být*. Praha: Naše vojsko. 1994. ISBN 80-206-0469-3.
- HARRINGTON, Austin, et al. *Moderní sociální teorie*. Praha: Portál. 2006. ISBN 80-7367-093-3.
- HINDLS, Richard, et al. *Ekonomický slovník*. Praha: Beck. 2003. ISBN 80-71798-19-3.
- KELLER, Jan. *Až na dno blahobytu*. Praha: EarthSave. 2005. ISBN 80-903085-7-0.
- KELLER, Jan. *Úvod do sociologie*. Praha: Sociologické nakladatelství. 2008. ISBN 978-80-86429-39-7.
- KLIMEŠ, Lumír. *Slovník cizích slov*. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1998. ISBN 80-04-26710-6.
- KOHÁK, Erazim. *Zelená svatozář*. Praha: Sociologické nakladatelství. 2006. ISBN 80-85850-86-9.
- KRAUS, Jiří, et al. *Nový akademický slovník cizích slov*. Praha: Academia. 2007. ISBN: 80-200-1415-2.
- *Latinsko-český slovník*, Praha: Státní pedagogické nakladatelství. 1956.
- LIBROVÁ, Hana. *Pestrí a zelení (kapitoly o dobrovolné skromnosti)*. Brno: Veronica. 1994. ISBN 80-85368-18-8.
- LIPOVETSKY, Gilles. *Paradoxní štěstí: Esej o hyperkonzumní společnosti*. Praha: Prostor. 2007. ISBN 978-80-7260-184-4.
- MARTINCOVÁ, Olga, et al. *Nová slova v češtině: Slovník neologizmů*. Praha: Academia. 1998.
- PETRUSEK, Miloslav. *Společnosti pozdní doby*. Praha: Sociologické nakladatelství. 2006. ISBN 978-80-86429-63-2.
- REJZEK, Jiří. *Český etymologický slovník*. Voznice: Lada. 2001. ISBN 80-85927-85-3.
- RITZER, George. *Encyclopedia of Social Theory*. Sage publications. ISBN: 0-7619-2611-9
- RITZER, George. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Blackwell Publishing. 2007. ISBN: 978-1-4051-2433-1
- *Slovník cizích slov*. Praha: Encyklopedický dům. 1996. ISBN 80-90-1647-8-1.
- *Slovník spisovné češtiny pro školu a veřejnost*. Praha: Academia. 1994. ISBN 80-200-0493-9.
- SMELSER, Neil J. et BALTES, Paul B., et al. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences (vol. 4.)*. Amsterdam: Elsevier. 2001. s. 2662-2690. ISBN 0-08-043076-7.