

J A M E S W A L V I N

CUKR

ZKAŽENÝ SVĚT
ANEB
OD OTROCTVÍ
K OBEZITĚ



Obsah

| | |
|---|-----|
| Obsah | 3 |
| Poděkování | 5 |
| Předmluva | 7 |
| Úvod – Cukr v dnešní době | 10 |
| 1. Tradiční chuť | 14 |
| 2. Nástup úpadku | 26 |
| 3. Cukr a otroctví | 33 |
| 4. Vliv na životní prostředí | 48 |
| 5. Nákup cukru | 56 |
| 6. Dokonalá přísada do čaje a kávy | 63 |
| 7. Vytříbená chuť | 74 |
| 8. Rum zanechává svou stopu | 82 |
| 9. Cukr dobývá svět | 94 |
| 10. Sladká Amerika | 100 |
| 11. Mocenské změny v Novém světě | 108 |
| 12. Sladší vojna a mír | 132 |
| 13. Obezita | 142 |
| 14. Jak dnes jíme | 161 |
| 15. Hořká pravda o sladkých nápojích | 180 |
| 16. Jak zastavit vlnu – daň z cukru nestačí | 197 |
| Závěr – Hořkosladké vyhlídky | 207 |
| Bibliografie a doporučená četba | 213 |
| Poznámky | 217 |
| Rejstřík | 236 |

Úvod

Cukr v dnešní době

Jak k tomu došlo? Co přesvědčilo desítky milionů lidí na celém světě, aby měli rádi a aby *potřebovali* zboží – cukr, o němž dnes medicína tvrdí, že nám škodí? Aby toho zmatku nebylo málo, v létě roku 2016 nás doslova bombardovaly reklamy velebící nějaký produkt kvůli tomu, že neobsahuje žádný cukr. Toho léta sledovaly miliony televizních diváků velmi neobvyklou reklamu na Coca-Colu. Při finálových zápasech mistrovství Evropy ve fotbale ve Francii, které sledovaly miliony lidí po celém světě (soutěž částečně sponzorovala firma Coca-Cola), svítily na elektronických poutacích nápisy hlásající, že jejich nový nápoj obsahuje „Zero Sugar“, tedy je bez cukru. Každý, kdo sledoval hru, viděl nápis „Zero Sugar“ bezpočtukrát.

Tyto zápasy byly samozřejmě vynikající příležitostí pro reklamu. Po olympiádě a mistrovství světa, evropský šampionát zaručeně přilákal stovky milionů diváků po celém světě. Ovšem na této konkrétní reklamě bylo zarážející, že propaguje produkt ujištěním, že něco *nemá*. Přicházela s nápojem, kterému něco *chybí*, s nápojem, který *neobsahuje* cukr. Přijít s tímto produktem na trh bylo nákladné – jen ve Spojeném království to přišlo na 10 milionů liber.¹ Těžko si vzpomenu na srovnatelnou propagaci – oslavovat výrobek ne proto, co nabízí, ale pro to, co *nenabízí*. Tady máte nápoj bez cukru.

Anglickým divákům mohla tato reklama připadat dobře načasovaná, protože jen o rok dříve zdůraznila rozsáhlá zpráva vlády problém obezity v souvislosti s cukrem u milionů obyvatel Anglie.² Ačkoliv je cukr součástí našeho jídelníčku po staletí, v posledních letech se stal tématem kontroverzní společenské a politické diskuse. V období mého dětství (za války a v době poválečného nedostatku a přidělového hospodářství) si rodiče často stěžovali, že nemohou zajistit dost cukru. Dnes jsou rodiče odrazováni – lékaři, novináři a politiky – od přílišné konzumace cukru. Po staletí se děti hýčkaly a konejšily sladkostmi,

dnes je základní snahou *omezit* dětem přístup k cukru a všem sladkostem. Ve skutečnosti se cukr stal vyvrhelem. Přesto mám v živé paměti, že byl široce pojímán jako nezbytná věc a příjemná nutnost – komodita, která stejným dílem posilovala a těšila. Co přivedilo tuto výjimečnou změnu v tom, jak nahlížíme na věc, která je po staletí součástí lidského jídelníčku, a jak o ní hovoříme?

I když je cukr součástí západního jídelníčku po mnoho století, zhruba do roku 1600 byl drahým luxusem, který si mohli dovolit jen bohatí a mocní. To se změnilo během 17. století společně s rozkvětem evropských cukrových kolonií na americkém kontinentě. Od té doby byl cukr levný, všudypřítomný a nesmírně oblíbený. To, co bylo dříve drahou záležitostí, se nyní stalo každodenní potřebou. Cukr, který kdysi zdobil pouze stoly společenské smetánky, se do roku 1800 stal jednou ze základních životních potřeb i těch nejhudších pracujících. A tak zůstal až do poloviny 20. století nezpochybnitelnou součástí života milionů lidí a základní ingrediencí nejrůznějších potravin a nápojů. Přesto dnes, hovoří-li se o cukru v médiích, je zobrazován jako hrozba zdraví – hlavní příčina nejen zdravotních problémů jedinců, ale také globální epidemie obezity. Výsledkem je, že se stal předmětem naléhavých obav vlád a mezinárodních zdravotnických organizací.

Dnes lidé na celém světě konzumují závratné množství cukru; nejvyšší spotřeba je v zemích, které cukr produkují – například v Brazílii, na ostrovech Fidži a v Austrálii. Australané zkonsumují ročně více než 50 kilogramů na osobu. Toto množství je však jen o něco nižší v ostatních zemích, jako třeba v Evropě a Severní Americe, v místech, která byla prvními průkopníky masové spotřeby cukru po roce 1600. Ale dokonce i tato hrubá zobecnění se během poslední generace dost dramaticky změnila, a to zejména v důsledku vlivu moderních fast-foodů a sycených nápojů, z nichž většina je plná cukru. Z větší části však jejich dnešní sladká chuť nepochází z třtinového cukru, ale z kuřice či syntetických sladidel.

Chuť na sladké v potravě a nápojích je univerzální a pěstování cukru je globální. V tropech se pěstují nejrůznější druhy cukrové třtiny, zatímco v mírných oblastech se pěstuje cukrová řepa. Ale hnacím motorem vzestupu popularity cukru byla cukrová třtina. V počátcích, v Indonésii, Indii a v Číně, se pěstovala jen v malém a byla určena výlučně pro lokální trh. Ale jakmile se cukrová třtina přenesla na plantáže

CUKR

ve Středomoří a pak na ostrovy v Atlantiku, příběh se změnil, a dokonce ještě dramatičtější, když se cukr dostal přes Atlantik do Ameriky. Tady pěstovali cukrovou třtinu a měnili ji v cukr otroci z Afriky (kteří sem byli přivezeni přes Atlantik). Byl to cukr vypěstovaný otroky, který přivodil revoluční změny v krajině cukrových kolonií, zatímco měnil chutě západního světa.

Když se Evropané a Američané usadili a začali během 19. století obchodovat s dalším světem, přenesli komerční pěstování cukru do nových míst: na ostrovy v Indickém oceánu, do Afriky, Indonésie, na Tichomořské ostrovy a do Austrálie. Ale kdekoliv se s pěstováním cukru začalo, místní plantážníci měli problémy s pracovní silou. Odpověď našli v importované, nesvobodné pracovní síle. Od jednoho regionu po jiný – od Brazílie po Havaj – se cukrové plantáže staly domovem cizích lidí. Lidí, kteří byli vykořeleni a přepraveni na velké vzdálenosti, aby se věnovali vyčerpávající, úmorné práci na třtinových plantážích.

Přesto se cukrové plantáže ukázaly pro své vlastníky a investory jako velmi cenné. Ale za rozvoj cukrových plantáží bylo nutno zaplatit vysokou cenu. Přírodní prostředí bylo tímto rozvojem nesmírně zdevastováno. Od Barbadosu kolem roku 1640 po Everglades na Floridě z nedávné doby jsou ekologické škody způsobené cukrovými plantážemi obrovské a jsou plně rozpoznatelné teprve teď. Nicméně, nejnápadnější a nejdramatičtější je *lidská* cena za pěstování cukru. Nejnápadněji je to vidět na pracovní síle, od prvních skupin otroků v Brazílii 16. století až po nesvobodné indické dělníky na Fidži, Japonce na Havaji či „jihomořské ostrovany“ přivezené do Austrálie ve druhé polovině 19. století. Pěstování cukrové třtiny byl tvrdý obchod a právě dřina otroků a nesvobodných dělníků přeměnila luxusní věc v základní komoditu. Během dvou století – zhruba v období 1700 až 1900 – se cukr stal nedílnou součástí jídelníčku pro všechny skupiny lidí na celém světě.

Je zřejmé, že na cukru je něco zvláštního, něco osobitého. Lidé ho měli rádi a nakonec ho začali potřebovat. S tím, jak rostla celosvětová populace, hlavně v 19. století, a jak další miliony lidí vyžadovaly v jídelníčku cukr, bylo snahou uspokojit jejich touhu po sladkém pěstováním třtiny, kdekoliv to bylo možné. Koncem 19. století se cukr pěstoval i v chladnějších klimatických oblastech. Nástup cukrové řepy, nejprve v Evropě a pak i v rozsáhlých oblastech Severní Ameriky, doplnil expandující světovou produkci cukru. O století později byla výroba sladidel obohacena vývojem syntetických a kukuřičných sladidel.

Koncem 20. století rostla poptávka po cukru o 2 procenta ročně, částečně proto, aby se uspokojila chuť narůstající populace, ale také díky růstu životní úrovně nově se rozvíjejících národů. Širší svět se obracel ke sladkému jídlu a nápojům podobně jako Západ v 18. a 19. století. S tím, jak rostla prosperita lidí, požadovali stále více sladkého.

Od prvních dnů, kdy cukr pěstovali v Americe otroci, byl cukr tak důležitý, tak ústřední, že se stal zdrojem politických, ekonomických a mezinárodních sporů. Dokonce i dnes je cukr námětem intenzivních debat mezi národy a v rámci mezinárodních organizací. Slouží k vytváření matoucího chaosu zájmů, komodit a cen, které všechny propojují dohromady různé výrobce a zákazníky, různé mezinárodní organizace a rozmanité dohody do globální sítě spletené světovou potřebou cukru. Ještě více matoucí, bizarní, a dokonce těžko pochopitelné je klíčové poznání, nyní široce přijímané, že cukr nám ve skutečnosti škodí. Jistě, dnes medicína tvrdí, že cukr je špatný. Tečka.

Ale tvrzení o tom, že cukr škodí, jsou velmi nedávného data. Jestliže je špatný dnes, kdy byl dobrý? V mnoha ohledech byl cukr špatný po staletí. Byl špatný pro svou pracovní sílu (otroky a nesvobodné nádeníky) a byl špatný pro životní prostředí regionů, kde se pěstovala třtina. Nyní se dozvídáme, že cukr je primární příčinou rostoucích zdravotních problémů mezi národy na celém světě. I přesto cukr stále ve velkém konzumuje víc a více lidí. Cukr je neustále oblíbený – z kvantitativního hlediska populárnější než kdy dřív. Lidé mají cukr stále rádi.

Jak tedy k tomu všemu došlo? Jak se stalo, že stovky milionů lidí chtějí cukr a jsou na něm závislí? Pokud je pravda, že nám cukr škodí, jak to, že se svět nechal tak zkorumpovat touto jedinou, obyčejnou komoditou?

2

Nástup úpadku

Za vlády Alžběty I. byl cukr nesmírně oblíbený mezi vyššími vrstvami anglické společnosti. Jedly a pily jej v hojném množství (Shakespeareův Falstaff si své sladké víno ještě doslazoval cukrem) a dávaly cukrem okázale najevo svou moc a vliv. Když královna roku 1591 projížděla Hampshirem, hrabě z Hertfordu ji uvítal ohromným ohňostrojem, po němž následoval banket, kterému vévodila „armáda Jejího Veličerstva z cukru... Zámky, pevnosti, dělostřelectvo, bubeníci, trubači a vojáci všeho druhu, všechno z cukru...“ Exotická zvířata a ptáci, hadi, velryby, delfíni a ryby – všechno z cukru – se předváděly na počest čtyřiašedesátileté královny, která měla mlsný jazyk. V roce 1597 napsal francouzský velvyslanec o královně: „Má velmi zažloutlé a nerovné zuby... Mnoho zubů jí také chybí, takže když mluví rychle, je jí špatně rozumět.“ O rok později jiný návštěvník prohlásil, že její zuby jsou černé. Už na konci 16. století bylo jasné, že cukr je pro lidský chrup velmi nebezpečný.¹ Dnes, kdy lze problémy s chrupem rychle a bezbolestně vyřešit, sebou trháme při pomýšlení na utrpení našich předků. Ve skutečnosti jsou zkažené zuby a bolestivé ošetření chrupu poměrně moderním jevem – a jsou z drtivé většiny spojeny s dějinami cukru. Zjistili jsme to částečně díky pokrokům moderní vědy a bolestně si uvědomujeme, že zubní kaz je obzvláště destruktivní, když cukr reaguje s bakteriemi a výsledkem je kyselina narušující sklovinu. Ale v posledních letech se díky spolupráci s archeology ukázalo, že naši předkové *netrpěli* zubními problémy, jak si často představujeme – ne do nástupu rafinovaného cukru. Kuriózní je, že jistá vodítka poskytuje devastující exploze Vesuvu.

Dne 24. srpna roku 79 n. l. vybuchla sopka Vesuv. Spolu s výbuchem Krakatoy roku 1883 jde pravděpodobně o nejznámější sopečnou erupci v dějinách lidstva. Zničila města Pompeje a Herculaneum a mnoho dalších míst v jejich blízkosti, tisíce lidí zahynuly ve vlnách dunícího žáru, po nichž následovaly záplavy popela a vulkanické lávy. Popel zaplavil

města a jejich obyvatele nakonec změnil v sopečný kámen. Během doby podlehla těla uvězněná v těchto schránkách z pemzy rozkladu a zůstaly po nich jen kostry. Moderní archeologové využívající nové technologické postupy a materiály vytvořili odlitky obětí tak, že do schránek nalili sádro. Týmy vědců, archeologů, radiologů, lékařů a dentistů tyto lidské ostatky, které byly po staletí pohřbeny pod vrstvami sopečného popela a lávy, nedávno analyzovaly a přinesly důkazy o kondici a zdraví zemřelých. Ostatky třiceti lidí, které byly zkoumány moderními metodami CT, mimo jiné ukázaly, že chrup těchto lidí byl v pozoruhodně dobrém stavu. Skeny, radiogramy a dentální analýza naznačily, že tyto oběti (muži, ženy a děti) ve skutečnosti nepotřebovali žádné ošetření chrupu a jen několik z nich mělo zubní kazy. Když zemřeli, jejich zuby byly ve velmi dobrém stavu.²

O jejich stravování víme hodně z nejrůznějších historických zdrojů. Byl to středozevní jídelníček bohatý na vlákninu, typický spoustou ovoce a zeleniny. Ještě významnější je, že také víme, že jejich jídelníček neobsahoval žádný cukr nebo jen velmi málo. Šlo o vyváženou stravu velmi podobnou té, jakou dnes doporučují dietetici coby zdravou alternativu moderních potravin prosycených cukrem a tukem. Zejména však oběti této erupce nejedly žádný rafinovaný cukr. Zuby těch, které erupce Vesuvu v roce 79 n. l. zabila, jsou jasným příkladem toho, jak vypadají zuby, když se cukr *nekonzumuje*.

Příklad Vesuvu je poutavý, ale ne ojedinělý. Řada archeologických a lékařských zkoumání zubů z mnoha pradávných pohřebišť ukazují velmi podobnou situaci. Téměř 1 000 britských exemplářů vyzvednutých z pohřebišť sahajících od doby železné až po pozdní středověk – některá z nich byla stará až dva tisíce let – nevykazovalo žádné známky zhoršení stavu chrupu. Konkrétní případové studie to potvrzují. Zkoumání 504 vzorků z doby anglosaské neukazují nic podobného zubnímu kazu způsobenému cukrem.

Tato situace se ovšem v 17. století začíná měnit. A v 19. století – v letech urbanistické a industriální přeměny Británie – ukazují pohřebiště již něco zcela odlišného. U mrtvých z viktoriánské éry nacházíme opakovaně známky značných dentálních problémů – špatné zuby, spoustu zubních kazů, rozpadajících se chrup a celkově špatný stav zubů. Za touto pozoruhodnou změnou se skrývá příběh cukru.³ Údaje o stavu chrupu v Británii představují periodu delší než dva tisíce let. A existuje řada rozsáhlejších studií *globálního* charakteru a archeologické údaje, které tento trend potvrzují. Dříve byl hlavní či jedinou příčinou zkaženého

chrupu přirozený proces stárnutí. V jižním Tichomoří, ve starém Egyptě a mezi původními obyvateli Severní Ameriky byl jedinou příčinou zkažených zubů věk, nikoliv jídelníček. Závěr, k němuž dospěl významný profesor stomatologie, říká, že „do 17. století (a na venkově ještě mnohem déle) lidé pravděpodobně netrpěli tak velkými dentálními problémy, jak bychom si snad mohli představovat“. A to proto, že nejedli ani nepili cukr.⁴

Srovnajme to s rozšířenými problémy v současné populaci Británie. Rozsáhlé zubní kazy – nejproblematictější a nejrozšířenější mezi mladou generací – jsou pravidelným a běžným tématem debat mezi odborníky i v médiích. Jistě, přesný souhrn dietních faktorů, které vedou k problémům dentálního zdraví v Británii (i jinde), je komplexní, ale jediné pochybnosti, jde-li o roli cukru ve vytváření těchto potíží, vznášejí pouze výrobci cukru a potravin a jimi placená lobby. Není divu, když se v tisku objevují zprávy řekněme o obecně dobrém stavu chrupu u starých Římanů s poutavými titulky, jako například STARŠÍ ŘÍMANÉ V POMPEJÍCH MĚLI „DOKONALÉ ZUBY“. ⁵ Počátky dnes rozšířených potíží se zuby se objevily nejprve mezi bohatými. Není divu, protože právě tito lidé si mohli dovolit opulentní dávky cukru. I když potíže Alžběty I. (a jejích prosperujících poddaných) byly nápadné, ve srovnání se stavem chrupu francouzské královské rodiny a šlechty bledly. Jejich dentální problémy jsou viditelné na portrétech i dnes.

Roku 1701 namaloval Hyacinthe Rigaud velkolepý oficiální portrét třiašedesátiletého „Krále Slunce“, Ludvíka XIV. Jde o oslnivou, přepychovou oslavu královské moci zahalenou ve všech příslušných symbolech bohatství a královské autority. Tento malý plešatý muž vypadá na portrétu vysoký, na hlavě má bohatou kučeravou paruku. Malířova dovednost a umění si však nedokázaly poradit s královými ústy a tvářemi. Ludvík byl „bezzubý panovník“. Do svých čtyřiceti let přišel o všechny zuby navzdory osobním lékařům, kteří mu poskytli nejlepší lékařskou a zubní péči té doby. I když se starali o celkový královův stav, nevěnovali pozornost jeho spotřebě cukru. Ve své bezzubosti však nebyl Ludvík sám. Zubní kaz a ztráta zubů byly na Ludvíkově třpytivém dvoře běžnou záležitostí, mnohem více než mezi jeho chudšími poddanými. Bystří pozorovatelé si povšimli, že ty nejchudší děti ulice – tedy ty bez přístupu k drahým sladkým jídlům a pozitkům z cukru – měly lepší chrup než jim společensky nadřazené vrstvy. Slovy Colina Jonese: „Prázdňá ústa byla za bývalé péče o chrup průvodním jevem života dospělých v Evropě...“⁶ S tím, jak se cukr šířil

po francouzském společenském žebříčku na nižší stupně, rozmáhaly se i dentální problémy.

Francouzi si přidávali cukr do čokolády, kávy, čaje a limonády a jejich kuchaři ho bohatě používali při přípravě jídel a lahůdek. V lepší společnosti a u dvora se pití a požívání těchto cukrových směsí stalo rituálem a známkou vybraného chování. Tato móda ovlivnila osobní chutě a diktovala rostoucí zájem o cukr. To všechno (a rostoucí návyk na tabák) vedlo ve Francii k velkému nárůstu dentálních problémů. Důkazy jsou neúprosné a nenajdeme je pouze na portrétech bohatých a mocných. Archeologové zkoumající hroby ve Francii našli velmi odlišné svědectví než současní badatelé v Pompejích: v 17. a 18. století měli Francouzi zkažené zuby.⁷ Dentální problémy francouzských vládnoucích kruhů jsou dodnes nejlépe vidět na soudobých portrétech. Podobně jako Rigaudův obraz Ludvíka XIV. i pozdější portréty bohatých a známých lidí ukazují jen zřídka jejich zuby, a to hlavně proto, že jich měli málo, nebo byly zkažené. Pravda však je, že soudobé konvence nařizovaly, aby tvář byla vážná. Úsměv byl znakem vulgárnosti a nižší třídy a smích ještě více – to mělo raději zůstat skryto před veřejností.

V průběhu 18. století ovšem nastupuje nové vnímání, které vedlo ke značné změně stylu a k akceptování toho, že úsměv – odhalující dokonce bílé zuby – je přijatelný společenský rys jak na veřejnosti, tak i na plátně. K tomu bylo ovšem zapotřebí dovednosti nových zubařů, mužů schopných zachovat zuby a zlepšit jejich bělost – mužů, kteří svým pacientům umožnili smát se na veřejnosti. Taková péče – dokonce i ve své základní formě z 18. století – byla dostupná jen nejbohatším členům společnosti. I tak bylo možno dosáhnout jen omezených výsledků. Zubaři bojovali s rostoucí spotřebou cukru.

Cukr do Francie proudil z jejích prosperujících kolonií v Karibiku – z Guadeloupe a Martiniku, ale hlavně ze Santo Dominga (dnešní Haiti). Jako všechny hlavní evropské námořní a koloniální mocnosti i Francie si vybudovala významné základny v Americe. I když Francouzi nebyli první, rychle v Americe dohnali Portugalce, Španěly, Holanďany a Brity. Obecně se soudilo, že klíč k růstu francouzského koloniálního bohatství leží v Indii a v Americe. V obou těchto regionech bojovali Francouzi s Brity o globální nadvládu. V Americe, ale zejména na ostrovech v Karibiku, byl důležitým prvkem místního úspěchu přísun pracovních sil v podobě afrických otroků, navzdory složitému přesunu z otročených Afričanů přes Atlantik. Na ostrovech Afričané pracovali na produkci řady tropických komodit, mezi nimiž dominoval cukr.

Jak zastavit vlnu – daň z cukru nestačí

Rostoucí obavy o problém obezity vyvolal nejrůznější reakce. Mezinárodní organizace – zejména Světová zdravotnická organizace (WHO) – spustily po celém světě iniciativy proti nadměrnému užívání cukru, zatímco řada vlád jednotlivých států cítila tlak na zdravotnická zařízení a obrátila se k myšlence zavedení „daně u cukru“ na nápoje s obsahem cukru, protože se zdálo, že právě on je hlavním viníkem.¹ Miliony lidí se rozhodly s obezitou a nečinností bojovat svým vlastním způsobem tak, že začaly držet dietu, cvičit a snažily se dosáhnout všeobecně dobré fyzické kondice. Tento proces vedl ke vzniku nových odvětví, která reagovala na jejich potřeby – zdravější potraviny a obchody s nimi, dietní programy a cvičení, nákladná fitness centra. Vznikla celá kultura jako protilék k silám, které vytvořily celosvětový problém obezity.

Nyní existují nejrůznější druhy diet, některé smysluplné a lékaři schválené, jiné vycházející ze stále větší oblíbenosti ezoterických – a vyloženě nebezpečných – filosofí a názorů. Specializované časopisy, nekonečný počet knih o dietách, televizní programy, specializované prodejny, životospráva, dietní pilulky, tělocvičny – to všechno a ještě mnohem víc se nabízí jako alternativní životní styl a protiváha světu sladké obezity.

Debaty o obezitě se rozšířily z oblasti medicíny a výživy do širší společenské diskuse o záležitostech životního prostředí, a dokonce o budoucnosti naší planety. To vše také vedlo k důležitému zlomovému bodu v historii ženského hnutí, když Susie Orbach v knize *Fat Is a Feminist Issue* (Tuk je feministickým problémem) zaměřila pozornost na hmotnost a fyzický vzhled jako na klíčová témata genderové politiky.

V ostrém protikladu k obezitě je protichůdný kult fyzické zdatnosti a snahy docílit zdravého a stále krásnějšího těla. Proudí lidí

nejrůznějšího věku, tvaru a velikosti běhají, chodí pěšky, plavou a jezdí na kole – to vše svědčí o rozhodnutí bojovat s obezitou a její hrozbou pro zdraví. Města jsou plná tělocvičen, z nichž mnohé mají prosklené zdi, aby mohli třeba podřadnější smrtelníci alespoň zahlédnout, co se děje uvnitř, a podívat se potu, který zůstává na spoustě drahých strojů, jež mají za úkol dostat tělo a duši do přijatelnější kondice. A samozřejmě – udržet hmotnost na přijatelné a zdravé úrovni.

V roce 2015 se odhadovalo, že v Británii je jeden člověk z osmi – 1,5 milionu jen v Londýně – členem nějakého fitness klubu. V Británii bylo 6 312 „fitness zařízení“ a jejich tržní hodnota se odhadovala na 4,3 miliardy liber. O tomto jevu se dnes otevřeně hovoří jako o „průmyslu“, jehož sponzoři a investoři mají rok co rok potěšení ze zdravého stavu svých financí. V USA jsou tato čísla přirozeně ještě mnohem vyšší. V současnosti zde existuje odhadem 36 000 fitness zařízení, která v roce 2016 vytvořila roční příjem ve výši 25,8 miliard dolarů a využívalo je 55 milionů členů. Sportovní vybavení těchto míst dosahuje hodnoty 5,12 miliard dolarů. Odhaduje se, že na celém světě využívalo v roce 2015 tato zařízení 151 milionů lidí.²

Světový dietní průmysl je dokonce ještě více ohromující. Jen v Británii má tento průmysl hodnotu 2 miliardy liber ročně, v době, kdy National Health Service (NHS, Národní zdravotní služba; zdravotní systém Velké Británie) platí 2,33 miliard liber na záchrannou službu. V USA vydělává tento průmysl 60 miliard dolarů ročně. Musíme však k tomu ještě uvážit finanční situaci průmyslu rychlého občerstvení. Například rozpočet firmy McDonald's na reklamu činí 2 miliardy dolarů. Další 3 miliardy dolarů se každoročně investují do balení snídaňových cereálií zacílených na děti.

Tato čísla poskytují letmý pohled na nesmírné finanční a komerční síly, které fungují všude kolem nás. Na jedné straně jsou to výrobci potravin a nápojů a jejich důležití spojenci pracující v reklamě, na druhé straně stojí ohromná aliance zdravotníků a jejich podporovatelů – lidí, kteří se musí vyrovnávat s problémem obezity – společně s fitness lobby, která nabízí komerční alternativy k obezitě. Problém je natolik velký a moc komerčních sil tak významná, že dokonce vlády váhají nad tím, jak co nejlépe tento problém uchopit.

Od počátku 21. století bylo zcela jasné, že obezita je jen dalším důsledkem širšího působení globalizace. V tomto případě šlo o škody způsobené moderními potravinami a nápoji, které chrlí světové giganti.

Přesto se tento problém projevuje bezprostředněji – a znepokojivě – na úrovni států. Jednotlivé vlády musí hledat řešení problémů spojených s obezitou ve svých vlastních zemích. Každá země reaguje jinak. V případě Anglie se situace vyhrtila v roce 2015 publikováním klíčové zprávy o veřejném zdraví Anglie *Sugar Reduction: the Evidence for Action*. Zpráva si nebere žádné servítky a poskytuje zdrcující pohled na tento problém a neúprosný výčet důkazů. Spolu s mnoha ostatními zeměmi čelí Anglie obezitě v nevídaném rozsahu se všemi dobře známými zdravotními riziky.

Zpráva z roku 2015 obvinila cukr. Charakter celé zprávy předurčuje úvodní věta: „Jíme příliš mnoho cukru a to škodí našemu zdraví.“ Důkazy podporující toto tvrzení byly zdrcující: Skoro 25 procent dospělých, 10 procent čtyř- až pětiletých dětí a 19 procent dětí mezi 10 a 11 lety v Anglii je obézních a další významný počet lidí trpí nadváhou.³

Tato zpráva však byla jen nejnovější epizodou v dlouhém procesu společenského a politického zájmu o problematiku obezity. Už od počátku 21. století sílily znepokojené hlasy veřejnosti – vládní zprávy, lékařské výzkumy a učiněná smršť článků a programů v médiích. Snad nejnápadnějším z nich byly programy celebrit-šéfkuchařů, jako je například Jamie Oliver. To vše sloužilo k tomu, aby se otázka obezity dostala do centra pozornosti veřejnosti a politiků. Už to nebylo něco, co lze přehlížet.

Z jedné strany byl tento problém nezpochybnitelný, protože je tak viditelný. Důkaz o obezitě ve společnosti je jasný, poněvadž ji vidí každý, každý den, na veřejnosti. Byli to však lékaři, kdo začal bojovat s důsledky obezity. Přesto byly základní příčiny problému mnohem méně zřetelné – a diskutované –, ačkoliv nebylo pochyb o jeho dopadu na NHS. Zpráva z roku 2015 tvrdí: „Obezita a důsledky s ní spojené stojí ročně NHS 5,1 miliard liber...“ A nepochybuje o primární příčině tohoto problému, kterou jsou vysoké koncentrace cukru v britských potravinách a nápojích.⁴

Z krátkodobého hlediska to lze vysvětlit hlubokými změnami našeho vztahu k jídlu a pití v letech po druhé světové válce. V prvé řadě, v reálných hodnotách byly potraviny levnější než kdykoliv předtím. Ale i potraviny byly *jiné* – mnohé z nich byly zpracované a průmyslově vyráběné s nadměrným využitím cukru. Také byly jinak nabízeny a prodávány, a to převážně v supermarketech. Na první pohled to může vypadat jako marginální záležitost v debatě o obezitě, ale tyto nové

formy nakupování sehrály ústřední roli při celkové přeměně potravin a nápojů. Supermarkety se staly důležitým činitelem infiltrace bezprecedentního objemu cukru do jídelníčku lidí.

Tyto roky rovněž zvěstovaly novou dobu masové spotřeby a lidé byli neustále ponoukáni – reklamou, podporou prodeje a brilantní propagandou –, aby kupovali a spotřebovávali více *všeho* – včetně jídla.⁵ Společně s celkově materialistickým přístupem k životu jsme jednoduše spotřebovávali stále víc. Stejně jako jsme byli lákáni, abychom si zaplnili život materiálními objekty, bez nichž jsme kdysi dokázali žít, byli jsme lákáni, abychom jedli víc, než potřebujeme. A spousta tohoto jídla mělo nízkou nutriční hodnotu, a než doputovalo na regály supermarketů, bylo pořádně oslazené. Výsledkem je, že se konzumuje cukr, z větší části nevědomky, v takové míře, že by si nad tím majitel třtinové plantáže z 18. století radostí mnul ruce.

Studie o veřejném zdraví v Anglii z roku 2015 se soustředila zejména na děti. Důkazy potvrdily, že děti konzumují průměrně trojnásobek doporučeného množství cukru a dospělí dvojnásobek.⁶ Hlavním zdrojem tohoto cukru jsou podle očekávání nealkoholické nápoje, cukr užívaný v domácnosti, bonbóny, ovocné džusy, sušenky a podobné pochoutky a snídaňové cereálie. U dospělých byl hlavním zdrojem cukru alkohol.

Mezi různými věkovými skupinami byly zjištěny určité rozdíly. Například mezi dospívajícími byly největším zdrojem cukru nealko nápoje, zatímco mladší děti konzumovaly cukr v sušenkách, koláčích, snídaňových cereáliích, bonbónech a ovocných džusech. Opět, a ne překvapivě, byla největší spotřeba cukru mezi nízkopříjmovými skupinami obyvatelstva, a tudíž s tím spojená obezita – ve všech věkových skupinách – byla nejhorší v komunitách a oblastech postižených všeobecným nedostatkem.

Řečeno bez obalu, chudí, nezaměstnaní – zajisté celé komunity postižené kolapsem místního průmyslu, který nedokázal čelit globalizaci – dopadli opět nejhůř. Proto není nové, když zopakují, že chudí – na obou stranách Atlantiku – trpí nejvíce osobními a fyzickými problémy způsobenými špatným jídelníčkem, který tvoří levné, sladké, zpracované potraviny a nápoje.

Byl tu tedy anglický pohled na mnohem širší problém, který spojoval potraviny s hlubší studií o tom, jak jsou lidé přesvědčováni, aby si kupovali jídlo a pití, které konzumují. Za celým problémem se skrývá moc moderní reklamy a způsob, jakým se podporuje prodej potravin a nápojů prostřednictvím nákladných a manipulativních kampaní.

Měnící se stravovací návyky, řekněme, posledních čtyřiceti let jsou úzce spjaty s tím, jak jsou potraviny a nápoje propagovány. Reklama se už neomezuje jen na barevné poutače, chytlavé televizní reklamní šoty a znělky. I samotné reklamní kanály prošly revoluční změnou, aby udržely krok s internetem a sociálními médii, zejména ve formě „vyskakovacích oken“ s reklamou na chytrých telefonech, tabletech a počítačích. Nedávná omezení reklamy v televizi a supermarketech zacílené na děti lze snadno obejít umístěním reklam na sociálních sítích. Čím více dětí používá chytré telefony nebo tablety, tím více reklam na sladké potraviny a nápoje pravděpodobně uvidí. A průmysl on-line reklamy neustále roste. V roce 2013 stály ve Spojeném království reklamy na internetu 6,3 miliard liber.

Velká část reklam na potraviny a nápoje míří speciálně na děti. Jsou bombardovány kreslenými postavkami z oblíbených seriálů, barevnými obrázky s příhodami a pro děti přitažlivými obaly. Mnoho reklam chce mladé lidi pobavit a získat je pro určitý produkt. Mimo televizní obrazovky jsou sladkosti, čokolády, sušenky a nápoje důmyslně rozmístěny v supermarketech, aby upoutaly dětskou pozornost v naději, že je spontánně koupí rodiče, nebo si je koupí děti samy. Právě tyto produkty obvykle obsahují nezdravé množství cukru. Nedávný výzkum potvrzuje, že taková reklama, v nových médiích i v televizi, úspěšně přesvědčí děti, aby zatoužily a pak si koupily sladké dobroty – děti si budou vždy volit sladké výrobky.⁷

Také víme, že volbu dětí upoutá výrobek propagovaný populární hvězdou, nejčastěji slavnými sportovci. Stala se z toho velmi dobře využívaná komerční taktika. Podobně působí i figl se snížením ceny anebo zvláštní nabídka „dvou za cenu jednoho“. Tyto nabídky dramaticky ovlivňují prodej. Také víme, že zboží s vysokým obsahem cukru je právě tím, které se nabízí, protože – opět – výzkum trhu potvrzuje, že lidé jsou tak nalákáni, aby si je koupili. Neméně důležitou roli hraje přesné umístění produktu v supermarketu – které místo v uličce či na regále nejspíše upoutá dětskou pozornost. Výsledkem je, že odhadem 7 až 8 procent *veškerého* cukru, který se takto dostává do domácnosti, bývá zakoupeno tímto způsobem – na základě do očí bijícího snížení ceny anebo díky zvláštní, výhodné nabídce.⁸ Tyto marketingové metody se zkoušejí a testují, v té či oné formě, už půl století a žádný seriózní student nebo badatel v této oblasti nepochybuje, že jsou při prodeji sladkých výrobků velmi úspěšné.

„Šokující a objevné ... žádný jiný produkt natolik nezměnil svět a žádná jiná kniha neukazuje tak dobře rozsah jeho vlivu.“

DAVID OLUSOGA

Jak došlo k tomu, že se jednoduchý produkt, kdysi ceněný artikl dostupný vřadně králům a princům, stal základní potravinou milionů lidí, než se znovu přeměnil v odmítanou a zavrhovanou příčinu globální epidemie?

Před rokem 1600 byl cukr drahým luxusem, doménou bohatých. Ale s rozvojem evropských kolonií na americkém kontinentu v 17. století se stal levnou, všudypřítomnou a nesmírně oblíbenou – každodenní potřebou. Až do 70. let minulého století se jen málokdo domníval, že cukr představuje globální zdravotní problém. Dnes je považován za nebezpečně návykovou látku srovnatelnou s tabákem a za příčinu globální epidemie obezity.

Naše současné obavy ve spojitosti s cukrem můžeme plně pochopit, porozumíme-li vztahu mezi společností a sladkostí během dlouhé historické doby o dvě století dříve, v době, kdy byl cukr zásadní pro růst evropské domácí i koloniální ekonomiky.

JAMES WALVIN je autorem mnoha knih o otroctví a dějinách moderní společnosti. Jeho kniha *Crossings* byla vydána vydavatelstvím Reaction Books roku 2013. První kniha, kterou napsal společně s Michaellem Cratonem, je podrobnou studií třtinové plantáže: *A Jamaican Plantation, The History of Worthy Park, 1670–1970* (Toronto, 1970). Roku 2006 se stal členem společnosti Royal Society of Literature a roku 2008 získal Řád Britského impéria za službu vědě.



Doporučená cena 329 Kč

www.anag.cz

ANAG[®]
ANDRAGOGOS
AGENCY