TENTO PROJEKT JE SPOLUFINANCOVÁN EVROSPKÝM SOCIÁLNÍM FONDEM A STÁTNÍM ROUPOČTEM ČESKÉ REPUBLIKY



**Mv\_3\_18**

**Pracovní list**

Téma:

**Komentář**

Zpracovala: Mgr. Tereza Ptáčková

**Pracovní list**

# Přečti si následující text:

# O koňské maso vlastně nejde. Je to organizovaný podvod

**Ponaučení z téměř celoevropské kauzy s koňským masem pro spotřebitele je, že snaha výrobců prosadit se na trhu použitím náhražek původních surovin v potravinářských výrobcích není ani náhodou výlučným problémem českého trhu. Ukazuje se, že nejen v případě této kauzy jde o dobře organizovaný podvod.**



Řezník Sean Basey z Market Harborough ve střední Anglii dal před nádoby s masem značku přeškrtnutého koně. | foto: [Reuters](http://www.reuters.com)

Nejde přitom o to, nekonzumovat koňské maso. Naopak, pokud s tím nemá [spotřebitel](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/dtest-jedine-nezavisle-testy-zbozi-a-sluzeb/10950142?rtype=V&rmain=7838509&ritem=10950142&rclanek=14349396&rslovo=435310&showdirect=1) etický problém, je konzumace koniny spíše nutričním přínosem, například proto, že takové maso obsahuje málo tuku, což je dáno životním stylem koní a jejich obvyklou stravou. Nakonec i u nás byl koňský salám v minulosti oblíbenou a vyhledávanou pochoutkou.

Časy se ale mění a mnozí lidé, zejména ti mladší, odmítají jíst výrobky z masa ušlechtilých zvířat, za která se koně považují. Tím se oproti minulosti zúžily možnosti odbytu koniny a nastal problém, jak výpadek nahradit. Záměna za hovězí se přímo nabízí - konina je mu hodně podobná, a ještě je levnější. Zabít se tak dají dvě mouchy jednou ranou; zpracovat surovinu, která by jinak končila v kafileriích, a ještě na tom vydělat. Nebo vytlačit z trhu konkurenty, kteří své [zákazníky](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/casopis-dtest-diky-nam-nejsou-zakaznici-obetmi/10950134?rtype=V&rmain=7838521&ritem=10950134&rclanek=14349396&rslovo=421368&showdirect=1) neklamou a jejichž hovězí je opravdu hovězí.

Klamání spotřebitele, ať je to formou jiného než deklarovaného složení [potravin](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/cerstveji-uz-to-nejde-10998370/10998370?rtype=V&rmain=7866444&ritem=10998370&rclanek=14349396&rslovo=419650&showdirect=1), zavádějícími obrázky či nápisy na jejich obalech, nebo tajením původu potravin je v současné době základní nástroj konkurenčního boje. V silách a vědomostech spotřebitele přitom není ani náhodou odhalit a dešifrovat všechny finty, které se k takovému účelu používají.

I proto přistoupila [EU](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/zakladni-informace-o-evropske-unii/6741922?rtype=V&rmain=7846125&ritem=6741922&rclanek=14349396&rslovo=427967&showdirect=1) ke zpřísnění pravidel v označování potravin zahrnujícímu mimo jiné zákaz klamavých informací. Bohužel, současná taktika boje proti méně [kvalitním](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/cerstveji-uz-to-nejde-10998370/10998370?rtype=V&rmain=7866443&ritem=10998370&rclanek=14349396&rslovo=419400&showdirect=1) nebo šizeným či kamuflovaným potravinám spočívá spíše ve snaze zavádět další a další povinné identifikační údaje, aniž by bylo řečeno to zcela podstatné: kdo potravinu vyrábí a odkud pochází rozhodující surovina. Naopak informace, kdo uvádí výrobek na trh, je zcela zbytečná, neboť to může být (a také často je) úplně někdo jiný než ten, kdo produkt vyrobil. Zavádějící je v tomto smyslu i systém [čárových kódů](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/vstupenkove-systemy/712549?rtype=V&rmain=7838538&ritem=712549&rclanek=14349396&rslovo=423501&showdirect=1). Ty identifikují nejen zemi výrobce, ale i zemi [sídla](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/poskytnuti-sidla-spolecnosti-na-praze-10/11094991?rtype=V&rmain=7849606&ritem=11094991&rclanek=14349396&rslovo=422676&showdirect=1) dovozce či distributora. V praxi tak čárový kód začínající číslicemi 859 (Česká republika) znamená, že zboží s tímto kódem může pocházet odkudkoli, pouze k nám bylo dovezeno firmou působící na našem území.

### Hovězí mimo nebezpečí

Jinými slovy, současná - i ta zpřísňující se legislativa - stále nedostatečně identifikuje potravinářské výrobky, což se ukazuje jako stále více nutné. Právě to totiž umožňuje podvodníkům zůstat minimálně do eskalace nějakého problému v anonymitě. Je tedy na čase změnit současné označovací strategie - a technicky to není nijak složité. Stačilo by totiž vyžadovat dvě základní zásady - jak u surovin, tak u finálních vyrobených potravin stanovit nepřekročitelnou povinnost identifikace konkrétního prvovýrobce a zpracovatele.

Že je to například u masa možné, ukazuje případ hovězího masa, kde taková povinnost po aféře s nemocí šílených krav (BSE) existuje a dohledatelný je každý jednotlivý kus skotu. U jiných druhů mas však takto detailní povinnost neexistuje, byť se na úrovni EU připravuje. Ještě důležitější by ale byla zřejmě povinnost uvádět na obalech výrobků skutečného výrobce s názvem a sídlem firmy, respektive adresou výrobního provozu (ta totiž může být jiná než administrativní adresa firmy). Taková povinnost však není - a ani se nepřipravuje! Je přitom zřejmé, že u toho, kdo se nestydí "podepsat" pod svým produktem, existuje menší pravděpodobnost kamufláží.

### Hlavně, aby to moc nestálo

Na aféře s koňským masem má samozřejmě svůj podíl i spotřebitel. Mimo jiné tím, že nejen v Česku existuje značná část lidí, kteří mají stále hlouběji do kapsy, a proto vyhledávají co nejlevnější potraviny. To velmi často vede k nutnosti použít pro výrobu potravin levnější suroviny. Do hry však stále více vstupují i emotivní a právě etické faktory, jejichž společným jmenovatelem je odrazování spotřebitele od konzumace různých druhů nebo skupin potravin, zejména různých druhů mas, včetně koňského. I to nepochybně přispělo k potřebě jeho využití v potravinářství utajit.

Přítomnost nedeklarovaného koňského masa už byla odhalena i ve výrobcích na tuzemském trhu - v zahraničních výrobcích. Těžko se však i v [budoucnosti](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/chcete-na-vs-zvolte-cvut-fakultu-biomedicinskeho-inzenyrstvi-v-kladne/11067293?rtype=V&rmain=7862260&ritem=11067293&rclanek=14349396&rslovo=423410&showdirect=1) najde v českém řízku nebo českém hovězím guláši. Ty totiž mají, na rozdíl od celé řady po světě i Evropě cestujících potravin, původ dohledatelný.

Autor: Petr Havel, agrární analytik

**Odpověz na následující otázky:**

**1. Urči slohový útvar, kterým by daný text publicistického stylu mohl být.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**2. Na základě přečteného textu charakterizuj, jaké podstatné rysy má tento slohový útvar.**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**3. Jaké jazykové prostředky využívá tento publicistický útvar (dolož z textu).**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**4. Co je tématem tohoto slohového útvaru?**

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**Pracovní list, ŘEŠENÍ**

# Přečti si následující text:

# O koňské maso vlastně nejde. Je to organizovaný podvod

**Ponaučení z téměř celoevropské kauzy s koňským masem pro spotřebitele je, že snaha výrobců prosadit se na trhu použitím náhražek původních surovin v potravinářských výrobcích není ani náhodou výlučným problémem českého trhu. Ukazuje se, že nejen v případě této kauzy jde o dobře organizovaný podvod.**



Řezník Sean Basey z Market Harborough ve střední Anglii dal před nádoby s masem značku přeškrtnutého koně. | foto: [Reuters](http://www.reuters.com)

Nejde přitom o to, nekonzumovat koňské maso. Naopak, pokud s tím nemá [spotřebitel](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/dtest-jedine-nezavisle-testy-zbozi-a-sluzeb/10950142?rtype=V&rmain=7838509&ritem=10950142&rclanek=14349396&rslovo=435310&showdirect=1) etický problém, je konzumace koniny spíše nutričním přínosem, například proto, že takové maso obsahuje málo tuku, což je dáno životním stylem koní a jejich obvyklou stravou. Nakonec i u nás byl koňský salám v minulosti oblíbenou a vyhledávanou pochoutkou.

Časy se ale mění a mnozí lidé, zejména ti mladší, odmítají jíst výrobky z masa ušlechtilých zvířat, za která se koně považují. Tím se oproti minulosti zúžily možnosti odbytu koniny a nastal problém, jak výpadek nahradit. Záměna za hovězí se přímo nabízí - konina je mu hodně podobná, a ještě je levnější. Zabít se tak dají dvě mouchy jednou ranou; zpracovat surovinu, která by jinak končila v kafileriích, a ještě na tom vydělat. Nebo vytlačit z trhu konkurenty, kteří své [zákazníky](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/casopis-dtest-diky-nam-nejsou-zakaznici-obetmi/10950134?rtype=V&rmain=7838521&ritem=10950134&rclanek=14349396&rslovo=421368&showdirect=1) neklamou a jejichž hovězí je opravdu hovězí.

Klamání spotřebitele, ať je to formou jiného než deklarovaného složení [potravin](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/cerstveji-uz-to-nejde-10998370/10998370?rtype=V&rmain=7866444&ritem=10998370&rclanek=14349396&rslovo=419650&showdirect=1), zavádějícími obrázky či nápisy na jejich obalech, nebo tajením původu potravin je v současné době základní nástroj konkurenčního boje. V silách a vědomostech spotřebitele přitom není ani náhodou odhalit a dešifrovat všechny finty, které se k takovému účelu používají.

I proto přistoupila [EU](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/zakladni-informace-o-evropske-unii/6741922?rtype=V&rmain=7846125&ritem=6741922&rclanek=14349396&rslovo=427967&showdirect=1) ke zpřísnění pravidel v označování potravin zahrnujícímu mimo jiné zákaz klamavých informací. Bohužel, současná taktika boje proti méně [kvalitním](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/cerstveji-uz-to-nejde-10998370/10998370?rtype=V&rmain=7866443&ritem=10998370&rclanek=14349396&rslovo=419400&showdirect=1) nebo šizeným či kamuflovaným potravinám spočívá spíše ve snaze zavádět další a další povinné identifikační údaje, aniž by bylo řečeno to zcela podstatné: kdo potravinu vyrábí a odkud pochází rozhodující surovina. Naopak informace, kdo uvádí výrobek na trh, je zcela zbytečná, neboť to může být (a také často je) úplně někdo jiný než ten, kdo produkt vyrobil. Zavádějící je v tomto smyslu i systém [čárových kódů](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/vstupenkove-systemy/712549?rtype=V&rmain=7838538&ritem=712549&rclanek=14349396&rslovo=423501&showdirect=1). Ty identifikují nejen zemi výrobce, ale i zemi [sídla](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/poskytnuti-sidla-spolecnosti-na-praze-10/11094991?rtype=V&rmain=7849606&ritem=11094991&rclanek=14349396&rslovo=422676&showdirect=1) dovozce či distributora. V praxi tak čárový kód začínající číslicemi 859 (Česká republika) znamená, že zboží s tímto kódem může pocházet odkudkoli, pouze k nám bylo dovezeno firmou působící na našem území.

### Hovězí mimo nebezpečí

Jinými slovy, současná - i ta zpřísňující se legislativa - stále nedostatečně identifikuje potravinářské výrobky, což se ukazuje jako stále více nutné. Právě to totiž umožňuje podvodníkům zůstat minimálně do eskalace nějakého problému v anonymitě. Je tedy na čase změnit současné označovací strategie - a technicky to není nijak složité. Stačilo by totiž vyžadovat dvě základní zásady - jak u surovin, tak u finálních vyrobených potravin stanovit nepřekročitelnou povinnost identifikace konkrétního prvovýrobce a zpracovatele.

Že je to například u masa možné, ukazuje případ hovězího masa, kde taková povinnost po aféře s nemocí šílených krav (BSE) existuje a dohledatelný je každý jednotlivý kus skotu. U jiných druhů mas však takto detailní povinnost neexistuje, byť se na úrovni EU připravuje. Ještě důležitější by ale byla zřejmě povinnost uvádět na obalech výrobků skutečného výrobce s názvem a sídlem firmy, respektive adresou výrobního provozu (ta totiž může být jiná než administrativní adresa firmy). Taková povinnost však není - a ani se nepřipravuje! Je přitom zřejmé, že u toho, kdo se nestydí "podepsat" pod svým produktem, existuje menší pravděpodobnost kamufláží.

### Hlavně, aby to moc nestálo

Na aféře s koňským masem má samozřejmě svůj podíl i spotřebitel. Mimo jiné tím, že nejen v Česku existuje značná část lidí, kteří mají stále hlouběji do kapsy, a proto vyhledávají co nejlevnější potraviny. To velmi často vede k nutnosti použít pro výrobu potravin levnější suroviny. Do hry však stále více vstupují i emotivní a právě etické faktory, jejichž společným jmenovatelem je odrazování spotřebitele od konzumace různých druhů nebo skupin potravin, zejména různých druhů mas, včetně koňského. I to nepochybně přispělo k potřebě jeho využití v potravinářství utajit.

Přítomnost nedeklarovaného koňského masa už byla odhalena i ve výrobcích na tuzemském trhu - v zahraničních výrobcích. Těžko se však i v [budoucnosti](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/chcete-na-vs-zvolte-cvut-fakultu-biomedicinskeho-inzenyrstvi-v-kladne/11067293?rtype=V&rmain=7862260&ritem=11067293&rclanek=14349396&rslovo=423410&showdirect=1) najde v českém řízku nebo českém hovězím guláši. Ty totiž mají, na rozdíl od celé řady po světě i Evropě cestujících potravin, původ dohledatelný.

Autor: Petr Havel, agrární analytik

**Odpověz na následující otázky:**

**1. Urči slohový útvar, kterým by daný text publicistického stylu mohl být.**

**komentář**

**2. Na základě přečteného textu charakterizuj, jaké podstatné rysy má tento slohový útvar.**

**Jedná se o druh novinového článku, ve kterém autor vyjadřuje svůj názor nebo stanovisko k nějakému problému z přítomnosti či minulosti. Od zpravodajského článku se odlišuje osobním stylem autora, zaujetím postoje a přijetím názoru.**

**3. Jaké jazykové prostředky využívá tento publicistický útvar (dolož z textu).**

**Zabít se tak dají dvě mouchy jednou ranou.- řčení (nevětné spojení; úsloví)**

**nutričním přínosem- práce s odbornými termíny**

**kamuflovaným - práce s odbornými termíny**

**ušlechtilých zvířat- sousloví**

**mají stále hlouběji do kapsy- rčení**

**Těžko se však i v** [**budoucnosti**](http://produkty.topkontakt.idnes.cz/p/chcete-na-vs-zvolte-cvut-fakultu-biomedicinskeho-inzenyrstvi-v-kladne/11067293?rtype=V&rmain=7862260&ritem=11067293&rclanek=14349396&rslovo=423410&showdirect=1) **najde v českém řízku nebo českém hovězím guláši- ironie**

**4. Co je tématem tohoto slohového útvaru?**

**konzumace koňského masa a klamání spotřebitele**

**Použité zdroje:**

Pospíšil, J. *Mediální výchova*. První vydání. Kralice na Hané: [Computer Media](http://www.vkta.cz:8080/Carmen/main/application.faces?library=main&view=search&action=advanced&specialField=TF_nakl&specialValue=Computer%20Media&page=1), 2009.

**Komentář dostupný z:**

<http://ekonomika.idnes.cz/podvody-s-konskym-masem-v-jidle-komentar-ffr-/ekonomika.aspx?c=A130221_1892140_ekonomika_skr>