

## ZRÓWNOWAŻONA KONSUMPCJA. ŹRÓDŁA KONCEPCJI I JEJ ZASTOSOWANIE

*Agata Neale*

### **Sustainable consumption. Sources of concept and implementation**

*Abstract:* The aim of this article is to draw attention to the two approaches to the concept of sustainable consumption. This consumption, so popular among consumers, policy makers and entrepreneurs is meant to refer to the concept of sustainable development and to be an alternative to consumerism. The alternative, which in effect is to contribute to the reduction of environmentally and socially devastating effects of consumer culture. In the first part of this article I attempt to present philosophical, cultural and legislative basis for the concept of sustainable consumption. In the second part, I discuss the theoretical and practical problems of this kind of consumption. The problems are a result of dominative approach to sustainable consumption based on the idea of innovation and rationalization of production as a successful and sufficient way to approach sustainable consumption. In economic discourse such approach is called weak sustainable consumption as an opposite to strong sustainable consumption.

*Keywords:* weak sustainable consumption, strong sustainable consumption, consumerism, deconsumption

*Zarys treści:* Celem artykułu jest zwrócenie uwagi na dwa podejścia do koncepcji zrównoważonej konsumpcji. Konsumpcja ta, tak dziś popularna wśród konsumentów, decydentów i przedsiębiorców, ma z założenia odwoływać się do koncepcji zrównoważonego rozwoju i stanowić alternatywę dla konsumpcjonizmu. Alternatywę, która w rezultacie ma się przyczynić do redukcji zgubnych ekologicznie i społecznie skutków kultury konsumpcyjnej.

W pierwszej części tego artykułu podejmuję próbę przedstawienia filozoficznych, kulturowych i legislacyjnych podstaw dla koncepcji zrównoważonej konsumpcji. W drugiej omawiam problemy teoretyczne i praktyczne tego rodzaju konsumpcji, wynikające z nacisku, jaki kładą urzędy zajmujące się jej promocją, na innowacyjność i racjonalność produkcji.

*Słowa kluczowe:* słaba zrównoważona konsumpcja, mocna zrównoważona konsumpcja, konsumeryzm, dekonsumpcja

## Wprowadzenie

W ostatnich dwóch dekadach na świecie, także w Polsce, rośnie na sile i znaczeniu konsumpcja określana mianem zrównoważonej konsumpcji (ZK). Jest ona odpowiedzią konsumentów na globalne problemy ekologiczne i społeczne. ZK bywa także wiązana z konsumencką mobilizacją i pokazem siły sprawczej, jaką mają konsumenci wobec nieuczciwych i wyzyskujących swych pracowników producentów. Wtedy łączona jest z konsumeryzmem. Orientacja konsumentów na ekologię, sprawiedliwość i odpowiedzialność międzypokoleniową jest zjawiskiem stanowiącym przedmiot badań w wielu dziedzinach nauki – socjologii, ekonomii, prawa, psychologii, filozofii, by wymienić tylko kilka z nich. Dominuje przekonanie, że zaspokojenie podstawowych potrzeb ludzi związanych z bezpieczeństwem fizycznym i ekonomicznym umożliwiło i przyczyniło się do zwrotu ludzi ku wartościom postmaterialistycznym (Inglehart 1977). Niewątpliwie przemiana wartości konsumentów jest jednym z motorów ZK, choć nie jedynym. Warto tutaj zaznaczyć, że w obliczu dużego zanieczyszczenia środowiska, którego przykładem może być wysokie stężenie pyłów w powietrzu, rośnie ryzyko wystąpienia chorób (także śmiertelnych) układu oddechowego. Zwrot konsumentów ku konsumpcji bardziej świadomej ekologicznie może być więc podyktowany nie tyle zapewnieniem bezpieczeństwa fizycznego, ale właśnie obawą o jego brak, obawą o stan zdrowia swojego i rodziny. Zdaniem Jeana-Baptiste'a Carpentiera nowe formy konsumpcji opierają się na działaniach uspokajających, asekuracyjnych.

*Współczesny konsument to osoba pełna obaw łaknąca uspokojenia, co rzutuje na dokonywane przez nią wybory. (...) zachowania [konsumenckie] wskazują na poszukiwanie sensu w dążeniu do osiągnięcia stanu spokoju przez konsumenta, którego trawi coraz większy niepokój wobec coraz mniej przewidywalnego świata (Carpentier 1996).*

W podobnym tonie pisze Ulrich Beck (2004). Jego koncepcja społeczeństwa ryzyka opiera się właśnie na dostrzeżeniu negatywnych mechanizmów zwrotnych i wysokich kosztów współczesnego postępu cywilizacyjnego i związanego z nim pędem kon-

sumpcyjnym. Jednym z obranych przez konsumentów sposobów na radzenie sobie z zagrożeniami jakie generuje współczesna kultura konsumpcji, jest jej kontestacja w postaci reorientacji celów konsumpcji oraz jej poziomu. Ogólnoświatowy trend zmniejszenia ilości konsumpcji zwany jest – dekonsumpcją.

Dekonsumpcja – jest najbardziej ogólnie rozumianą tendencją do ograniczania konsumpcji w ogóle. Jest świadomym ograniczaniem konsumpcji do rozmiarów racjonalnych, wynikających z naturalnych, indywidualnych, fizycznych i psychicznych cech konsumenta (Bywalec, Rudnicki 2002). Joanna Rachocka (2003) wskazuje na cztery wymiary tego zjawiska:

- 1) Ograniczenie konsumpcji ze względu na wzrost niepewności sytuacji współczesnych gospodarstw domowych. Konsumpcję asekuracyjną mogą cechować: niepewność rynków finansowych, życie na kredyt, brak stabilności zatrudnienia, strach przed wykluczeniem, przed nowymi odmianami chorób, strach przed konfliktami zbrojnymi oraz innymi katastrofami żywiołowymi. Ten rodzaj konsumpcji ma także sprzyjać domowemu budżetowi i może przyczynić się do zmniejszenia zadłużenia gospodarstwa domowego lub niepodejmowania decyzji, które mogłyby go zwiększyć.
- 2) Ograniczenie ilościowe konsumpcji na rzecz wzrostu aspiracji jakościowych. Takie zachowanie najczęściej podyktowane jest znużeniem i niepokojem, jaki wywołuje kultura hiperkonsumpcji. To kryterium powoduje, że ludzie wolą wydatkować nawet większe fundusze rzadziej, ale na towar trwalszy, lepszej jakości. Aspiracje jakościowe przejawiają zwolennicy ruchu *slow*, którego najbardziej sztandarowymi odłamami są: *slow food* i *slow living*<sup>1</sup> oraz tak zwani *downshifterzy*<sup>2</sup>.
- 3) Ograniczenie konsumpcji w sferze materialnej na rzecz sfery niematerialnej. Sfera niematerialna konsumpcji to przede wszystkim usługi i związane z nimi zjawisko serwicyzacji (Bywalec, Rudnicki 2003). Rachocka wylicza, że w UE usługi (turystyka, transport, rozrywka, usługi telekomunikacyjne itp.) pochłaniają ponad 50% wydatków. Berbeka (1999) zwraca natomiast uwagę na zwrot żądań konsumenckich „od materialnego do emocjonalnego”. Serwicyzacja polega na substytucji niektórych dóbr materialnych usługami. Za przykład mogą posłużyć wszelkiego rodzaju wypożyczalnie, usługi najmu czy pralnie publiczne lub nowe w Polsce

<sup>1</sup> *Slow food* i *slow living* to dwa z kilku elementów, które wchodzą w ruch *slow* – spowalniania życia. „To raczej filozofia promująca umiejętność odkrywania różnych smaków życia, dosłownie i w przenośni. To także umiejętność zatrzymania się na chwilę by dostrzec to, co oferuje nam najbliższe otoczenie i by odkryć moc płynącą z natury i z różnych, najstarszych tradycji” – czytamy na stronie internetowej polskiej Fundacji na Rzecz Wypalenia Zawodowego – Slow Lajf, <http://slowlajf.org.pl/> (19.06.2015).

<sup>2</sup> Ruch *downshift* – zwalnianie tempa życia oraz konsumpcji, w celu uzyskania większej satysfakcji z życia i otwarcia się na kontakt z innymi ludźmi.

usługi typu *car-sharing*<sup>3</sup>. Te działania z jednej strony minimalizują konsumpcję dóbr ruchomych przez gospodarstwo domowe, a z drugiej stymulują rynek. Dzięki serwicyzacji ludzie zyskują większą ilość czasu wolnego, który mogą spędzić na przeżywaniu wrażeń i zbieraniu doświadczeń.

- 4) Ograniczenie konsumpcji w celu jej racjonalizacji. Przesyt masową konsumpcją i jej negatywnymi skutkami środowiskowymi oraz psychologicznymi skłania ludzi do racjonalizacji i zwrotowi ku konsumpcji zrównoważonej. Przemiana świadomości konsumentów zachodzi przede wszystkim w sferze żywienia, wzrostu wiedzy na temat certyfikatów i chęci nabywania towarów certyfikowanych, redukcji wytwarzanych odpadów przez redukcję zakupów w pierwszej kolejności oraz unikanie nadmiernej ilości opakowań oraz ich recykling w sferze transportu (przez zastąpienie jazdy samochodem rowerem lub środkiem komunikacji publicznej). Wzrost wiedzy konsumentów nie tylko o produktach, producentach i certyfikatach, ale także o zależności, jaką jest sprzężenie zwrotne procesów produkcji, konsumpcji i utylizacji towarów – jest wynikiem szeroko zakrojonych kampanii informacyjnych, za którymi stoją nie tylko zapaleńcy reprezentujący organizację NGO, ale także znaczące instytucje rządowe, jak: Organizacja Narodów Zjednoczonych (ONZ), Organizacja Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD), a w Polsce: ministerstwo gospodarki oraz ministerstwo środowiska. W tym nurcie należy lokować zrównoważoną konsumpcję. U podłoża tego wymiaru konsumpcji można dostrzec humanistyczną koncepcję konsumpcji opartej na satysfakcjonującym zaspokojeniu potrzeb w taki sposób, który nie pozbawia przyszłych pokoleń podobnej satysfakcji (Jastrzębska-Smolaga 2000).

Do tego wątku wróć jeszcze w dalszej części pracy. Tutaj chciałabym zasygnalizować istnienie dwóch sił, które kierują realizacją szczytnych idei zrównoważonej konsumpcji. Pierwszą jest właśnie zhumanizowanie i ograniczenie konsumpcji w ogóle. Drugą jest urynkowanie tej idei i realizacja jej założeń w ramach obecnego systemu ekonomicznego, którego celem jest generowanie zysku i wzrost PKB.

W literaturze przedmiotu uderza brak spójności nie tylko definicyjnych, ale także terminologicznych opisywanego typu konsumpcji. Taki stan rzeczy może być zrozumiały ze względu na wysoki stopień złożoności samego aktu konsumpcji. Rozbieżność terminologiczna wymaga kilku słów dopowiedzenia. Dwoma najczęściej występującymi podtypami takiej konsumpcji są konsumpcja etyczna i konsumpcja polityczna.

Pierwszy z nich cechuje przykładanie wagi do szeroko rozumianych problemów etycznych konsumpcji i produkcji. Michelle Micheletti (2003) zaznacza, że kon-

<sup>3</sup> *Car-sharing* to współdzielenie samochodów. Założeniem *car sharing* jest ograniczenie ilości samochodów na drogach przez dostarczenie mieszkańcom aut, które mogą współdzielić przez wypożyczanie ich na określony czas. Przez łatwy dostęp do samochodu (stoi on zaparkowany na ulicy w pobliżu mieszkania) ogranicza się ilość posiadanych samochodów, a tym samym zyskuje wolne miejsca parkingowe na chodnik czy trawnik. Pomysł ten ma szansę zostać zrealizowany w Warszawie i Krakowie.



sumpcja etyczna jest podyktowana przemianą wartości i postaw, wzrostem wiedzy konsumentów oraz wzrostem uwrażliwienia na potrzeby społeczne i środowiska naturalnego. Autorka pisze, że zmiany te są skierowane na zagadnienia pozaekonomiczne (sprawiedliwości i uczciwości) i są związane z dobrobytem jednostek. Poza tym dla ludzi staje się ważne ocenianie działań instytucjonalnych i modelowanie ich konsumpcji na podstawie tych ocen (pozytywnych lub negatywnych), co skutkuje aktywizmem konsumentkim. Wyrazem tego jest konsumpcja negatywna, praktykowana jako bojkot towarów i zaprzestanie czasowe lub trwałe zakupu danej grupy produktów. Przeciwstawna do bojkotu jest konsumpcja pozytywna, wynikająca z aprobaty danej firmy lub produktu czyli preferowanie zakupu towarów lub producentów. Obszerność zakresowa definicji etycznej konsumpcji skłania do rozpatrywania jej bardziej jako koncepcji „parasola” niż jakichś z góry narzuconych ram. Za takim rozmytym ujęciem opowiadają się na przykład Humprey (2011) i Litter (2011). Do etycznej konsumpcji należy zaliczyć cały szereg różnorodnych praktyk, obejmujących: dbałość o dobrostan zwierząt (głównie tych z chowu masowego), prawa człowieka (wliczając w to standardy pracy oraz warunki zatrudnienia), zdrowie własne, dobrostan środowiska naturalnego, jakość produktu (postrzegana przez pryzmat jego trwałości i braku szkodliwości dla środowiska), polityki zmierzające ku realizacji idei zrównoważenia przez promowanie odpowiednich produktów organicznych, pochodzących ze sprawiedliwego handlu, mających pozytywny wpływ na środowisko i inne.

Innym rodzajem konsumpcji, używanym czasem w kontekście konsumpcji zrównoważonej, jest konsumpcja polityczna. „Ten rodzaj konsumpcji zakłada podjęcie kroków, które wykraczają poza tradycyjną perspektywę ekonomiczną i związek między ceną a jakością towaru” (Micheletti 2011). Najczęściej taka konsumpcja jest zorientowana na rozwiązanie znamienych problemów etycznych, środowiskowych, praw człowieka odnoszących się do nierespektowania prawa pracy, oraz na masową konsumpcję. Konsumpcja polityczna wyraża sprawczość konsumentów, determinację w podejmowaniu działań przeciw międzynarodowym korporacjom w celu wprowadzenia pozytywnych zmian (na przykład podwyższenia płacy minimalnej, uwzględnienia praw pracy). Punktem ciężkości konsumpcji politycznej jest przykładanie wagi do postaw i działań producentów. Sam produkt – jako materialny przedmiot pożądania – ma tutaj mniejsze znaczenie. Konsumentkie wybory determinowane są przez wartości, cnotę i etykę (Micheletti 2003).

Jednoznaczne określenie i wytyczenie ram tych różnych typów konsumpcji jest zadaniem trudnym, jeśli nie niemożliwym. Często preferencje badaczy wynikają z subiektywnego wycucia podejmowanego tematu badawczego lub też mocy terminów i przypisywanemu im kulturowo znaczeniu. Na przykład w Wielkiej Brytanii preferuje się *ethical consumption*. W Polsce z reguły operuje się pojęciami: odpowiedzialna konsumpcja – termin promowany w materiałach Polskiej Zielonej

Sieci<sup>4</sup>, oraz zrównoważona konsumpcja – pojęcie wyrażające związek z polityczną doktryną zrównoważonego rozwoju. Ten termin pojawia się także w zapisach prawnych ministerstwa gospodarki.

Warto jednak zwrócić uwagę na relację tych rodzajów konsumpcji względem siebie. Wydaje się że można je rozpatrywać jako narzędzia do realizacji celu, jakim jest zrównoważona i trwała konsumpcja. Powszechnie panuje przekonanie, że promocja i zwiększenie wymiaru etycznej konsumpcji powinno przynieść pozytywne wyniki w postaci realizacji założeń zrównoważonej i trwałej konsumpcji. Konsumpcję polityczną można rozpatrywać w kategoriach koła zamachowego rozbudzającego świadomość innych osób.

Istotne wydaje się również wyjaśnienie konsumeryzmu, ponieważ i ten termin występuje w dyskursie nauk społecznych w dwojakim znaczeniu. W literaturze socjologicznej konsumeryzm często pojawia się jako synonim hiperkonsumpcji, i w pejoratywnym brzmieniu klasyfikuje konsumpcję jako zgubny dla jakości życia ludzi i dobrostanu ekosfery efekt kultury konsumpcji. Taki konsumeryzm zwie się również konsumpcjonizmem. Na odmienne znaczenie konsumeryzmu wskazuje Aldridge (2006). Autor w zjawisku tym widzi moralnie nacechowaną konsumpcję alternatywną, która często występuje w wersji zielonej<sup>5</sup> (Neale 2007). Słownik pojęć socjologicznych również definiuje konsumeryzm jako zjawisko odmienne od konsumpcjonizmu. Konsumeryzm rozumiany jest na cztery sposoby, jako:

- 1) długotrwała ewolucja świadomości kupujących i klientów, którzy mając większą wiedzę o produktach, stają się coraz bardziej wymagający;
- 2) sceptycyzm wobec praktyk producentów i handlowych;
- 3) zorganizowana działalność w celu korygowania wadliwości produktów i nieprawdziwych obietnic reklamowych;
- 4) działalność legislacyjna mająca na celu ochronę konsumenta przez instytucje rządowe (Pacholski, Słaboń 2001).

Historyczna analiza przedstawiona przez Gabriela i Langa (1995) dowodzi czterech etapów kształtowania się konsumeryzmu. Pierwszy z nich oparty jest na modelu współpracy (a nie generowania zysku) spółdzielni, czyli oddolnych wspólnot działających na rzecz własnych korzyści. Pierwsza spółdzielnia powstała w angielskim mieście Rochdale w 1844 roku w wyniku protestów wobec rosnących cen żywności i jednoczesnym niskim zarobkiem. Druga fala konsumeryzmu (także dotycząca sfery żywności) rodzi się na fali protestów wobec fałszerskim praktykom handlowym również w dziedzinie spożywczej. Rosnące w siłę korporacje stawały się zagrożeniem dla interesów jednostek. W tym czasie powstała publikacja *Yours Money Worth* w 1927 roku, w której przekonywano, że konsument jest ofiarą wszechogarniają-

<sup>4</sup> Polska Zielona Sieć to związek stowarzyszeń działających na rzecz życia w zgodzie z naturą.

<sup>5</sup> Zielona konsumpcja występuje czasem jako synonim konsumpcji ekologicznej.

cego systemu masowej produkcji pod egidą rzekomo przyjaznych korporacji. Jeden z autorów publikacji – Frederick J. Schlick – w 1928 roku założył organizację testującą produkty, której opracowania były udostępniane opinii publicznej – Consumer Research (CR). W 1936 roku grupa osób współpracujących z CR tworzy Consumers Union wydające magazyn „Consumer Reports”. Slogan *value for money* to idea przyświecająca magazynom tego typu. W jej myśl konsumentom winno dostarczać się rzetelne informacje, by ci mogli wybrać najlepszy, ich zdaniem, produkt i płacić adekwatną za niego cenę.

Trzecia fala konsumeryzmu opiera się na oskarżeniach koncernów samochodowych o lekceważenie bezpieczeństwa kierowców i pasażerów, zapoczątkowany przez Ralphi Nadera (od jego imienia zwany jest naderyzmem). W 1965 roku autor ten wydaje publikację *Unsafe at Any Speed* i staje się przykładem jednostkowego uporu w walce z potężną korporacją (General Motors) dla dobra publicznego. „Nader poprzez swoją determinację, nieustraszoną postawę i obywatelską aktywność doprowadził do zmiany obowiązujących standardów bezpieczeństwa a także do zmiany polityki firm samochodowych” – pisze Lewicka-Strzałecka (2003). Nader jest twórcą organizacji Nader’s Riders, które za zadanie wyznaczyły sobie transparentność informacji dotyczących całych przedsiębiorstw (a już nie tylko produktów spożywczych, jak to było w poprzednich falach konsumeryzmu). Dostarczenie rzetelnej i kompleksowej informacji miało umożliwić konsumentom bardziej świadomy udział w rynku przez podanie całokształtu polityki przedsiębiorstw wraz z jej różnymi społecznymi, zdrowotnymi czy ekologicznymi konsekwencjami. Nader żądał wolności i transparentności informacji. Domaganie się opieki państwa wobec nieuczciwych korporacji miało skłonić Amerykanów do przejścia roli obywateli, a nie tylko konsumentów. Nader twierdził, że korporacje są w zмовie z rządami i politykami, a konsumenci muszą walczyć o jej zwalczenie, inaczej będą współwinni. Rolą stowarzyszeń konsumenckich powinno być kształtowanie polityki ekonomicznej kontrolującej marketing. Monit powinien przebiegać na wszystkich poziomach, a szczególnie na poziomie lokalnym.

Na bazie naderyzmu zrodził się czwarty nurt konsumeryzmu – zielony konsumeryzm, mający swe korzenie w latach 70. ubiegłego wieku. Ta fala wywodzi się z przekonania o szybko postępującej degradacji środowiska naturalnego oraz przekonaniu, że ludzie – konsumenci – powinni temu zjawisku zapobiegać. To z działaniami tego ruchu należy łączyć poglądy kwestionujące ważność ekonomicznego wzrostu rozumianego jako przyrost PKB oraz jednostronne myślenie indywidualistycznego (antropocentrycznego) i uznanego jako zgubne i krótkoterminowe. To pod naciskiem zielonego konsumeryzmu pojawiły się między innymi ekologiczne produkty certyfikowane. Czwarty nurt konsumeryzmu koncentruje się na dobru środowiska naturalnego pojmowanego jako dobro samo w sobie, wartość ochrony i poszanowania. Idee ekologiczne stały się na tyle silne, że firmom trudno

było się oprzeć i nie uwzględnić ich w strategiach marketingowych. W tym artykule idee ekologiczacji konsumpcji, konsumencki nacisk na producentów, wyrażony często także w zakresie walki o poprawę jakości zatrudnienia robotników produkujących towary na zachodnie rynki zbytu, nazywam zrównoważoną konsumpcją, gdyż można wyznaczyć punkt wspólny tych działań i uznać chęć zrównoważenia elementów ekologicznych, społecznych oraz ekonomicznych.

## Filozoficzne i kulturowe podłoże dla zrównoważonej konsumpcji

W XX wieku mamy do czynienia z prężnym rozwojem idei etyki środowiskowej, humanizmu ekologicznego i związanymi z nim koncepcjami ekofilozofii<sup>6</sup>, ekodziałania oraz ekoświadomości. W roku 1968 Lynn White w głośnej publikacji *The Historical Roots of our Ecology Crisis* dowodzi, że teza o dominacji człowieka nad resztą istot żywych, w tym także środowiska naturalnego, pochodzi od czasów starotestamentowych. Autorka twierdzi, że od tamtego czasu dominuje przekonanie o wyższości człowieka, który jako jedyny został stworzony na obraz i podobieństwo Boga. Tego samego argumentu używa również Piotr Gliński (1996), cytując Księgę Wyjścia: „Idźcie i czyńcie sobie ziemię poddaną”, co miało się stać uprawomocnieniem instrumentalnego traktowania ekosfery.

W literaturze związanej z ekofilozofią pojawiają się dwa poglądy na stosunek człowieka do środowiska. Z jednej strony znajduje się antropocentryzm (zwany także egocentryzm), pogląd, w myśl którego człowiek dominuje nad resztą swego otoczenia, a ono może być przedmiotem jego troski o tyle, o ile jest ludziom przydatne. Ten pogląd, jak twierdzą Robbins i in. (2010), wywodzi się z siedemnastowiecznej filozofii społecznej, związanej zdaniem autorów raczej z pracami Johna Locke’a niż ze wspomnianą wcześniej Księgą Świętą.

*Dla Locke’a i dla większości libertynów (...) rząd winien funkcjonować tylko wtedy, kiedy konieczne jest zabezpieczenie „naturalnych” wolności indywidualnych obywateli. Wolność w tym kontekście jest prawem i zdolnością do pozyskania, posiadania i zarządzania własnością. Bez własności rząd byłby niepotrzebny, ponieważ bez własności nie ma niczego, co wymagałoby obrony* (Robbins i in. 2010, s. 67).

Lockowskie rozumienie własności zakłada po pierwsze istnienie ciała ludzkiego (podmiotu posiadającego tę własność). Po drugie jego pracę fizyczną. W tym kon-

<sup>6</sup> Literatura filozoficzna zorientowana na myśl ekofilozoficzną jest obszerna; i tutaj zostanie zarysowana tylko w nieznacznym stopniu.

tekście własnością będzie wszystko to, co człowiek wykorzystuje we własnej pracy, jak ścinanie drzew w celu budowania domu czy łowienie ryb, by zaspokoić głód. Wszystkie skutki tej pracy są własnością człowieka. Autorzy piszą dalej, że wszystkie przekształcenia (bezwartościowej) natury przez pracę jednostki ludzkiej stają się jej własnością. Tym samym przyroda staje się uprzedmiotowiona, o wyraźnym charakterze utylitarystycznym. Działalność ludzi zorientowana na przekształcanie i dostosowanie przyrody do własnych potrzeb, która nie baczyła na dalekosiężne skutki tych działań, doprowadziła do katastrof i powstania licznych zagrożeń ekologicznych.

W latach 30. minionego wieku powstała głośna praca Aldo Leopolda *Zapiski z piaszczystej krainy* (2004), z rozdziałem „Etyka ziemi”, w którym Leopold wzywa do ochrony ziemi i terenów zielonych. Ochronę uznaje za stan harmonii między człowiekiem a przestrzenią zieloną, i chce włączyć gleby, wodę, rośliny i zwierzęta w granice społeczności. Tym samym autor opowiada się za takim rozumieniem etyki, które powinno wykraczać daleko poza kwestie związane z człowiekiem (*moral extensionism*). W *Etyce czci dla życia* – Albert Schweitzer pisze słowa: „Jestem życiem, które pragnie żyć, pośród życia, które pragnie żyć”. Słowa stają się kamieniem węgielnym dla ekofilozofii – środowiskowego nurtu filozofii. W pracach Schweitzera można doszukać się pragnienia doceniania każdego życia, nie tylko ludzkiego. Tym samym autor wpisuje się w nurt etyki biocentrycznej, nurtu, który szybko się rozwija. Henryk Skolimowski, klasyk ekofilozofii, pisze:

*Ekofilozofia jest nowym racjonalnym sformułowaniem całościowego spojrzenia na świat, w którym kosmos i rodzaj ludzki stanowią część tej samej struktury, to – ujmując rzecz w kategoriach filozoficznych – wyraz jedności między ludźmi, naszą planetą i wszystkimi innymi istotami* (Skolimowski 1992).

Kolejnymi etapami rozwoju myśli ekofilozofii jest nurt ekologii głębokiej zapoczątkowany w 1973 roku przez Norwega Anre Naessa, który autor ten definiuje jako „całościowy pogląd na ludzkość w harmonii z naturą”, a także nurt wyzwolenia zwierząt, mający swe korzenie w pracy Petera Singera *Animal Liberation* (1975). W całym nurcie ekofilozofii najważniejsza jest przemiana homocentryzmu na ekocentryzm oraz świadomości na ekoświadomość, by dostrzec siebie i świat we wspólnym kontekście przyszłości. Człowiek ekologiczny powinien postępować wobec zasad nowego paradygmatu i kodeksu postępowania.

*[P]ostępuj tak, aby zachować i spotęgować ewolucję w jej rozwoju, albowiem jesteś jego częścią; (...) – postępuj tak, aby zachować i spotęgować życie we wszelkich jego formach; – postępuj tak, aby zachować i spotęgować ekologiczne habitaty, będące podstawą dla kontynuacji życia, świadomości i wrażliwości; – postępuj tak, aby zachować i spotęgować najbardziej rozwinięte*



*aspekty ewolucji: świadomość, samoświadomość, wrażliwość i twórczość; – postępuj tak, aby zachować i spotęgować życie ludzkie, które jest arką zawierającą w sobie najbardziej drogocenne atrybuty ewolucji* (Skolimowski 1991).

Podstawowym celem, do jakiego zmierzali twórcy i praktycy ekofilozofii była zmiana świadomości ekologicznej. Nadmierną konsumpcję postrzegano jako brak dobrze wykształconej ekoświadomości, co z kolei rzutowało na brak poczucia potrzeby podejmowania wyborów bardziej przyjaznych środowisku naturalnemu. Proces edukacyjny miał – zdaniem Naessa – skutkować oporem wobec sił konsumpcjonizmu: reklamy, kultury masowej i hiperkonsumpcji (Naess 1992).

Lata 70. ubiegłego wieku to czas, kiedy kruchość naszej planety zaczęła być postrzegana w kontekście globalnego kryzysu, a życie zgodne z naturą i środowiskiem stało się rodzajem oporu wobec alienacyjnej i destrukcyjnej kultury, która zmierza ku samozagładzie. Powstała wtedy kontrkultura reprezentowała nowy styl kultury, opierający się na zespole wartości innych niż materializm i wiara w postęp technologiczny. Na tej fali zrodził się environmentalizm, który zyskał nowy status: antykonsumpcyjnego i antimaterialistycznego (Bramwell, [za:] Macnaghten, Urry 2005). Skierowanie zainteresowania opinii publicznej na kwestie środowiskowe było wypadkową kilku czynników. Z jednej strony przez działalność na szczeblu naukowo-politycznym powstają alarmistyczne raporty o katastrofalnym stanie świata. Są one poparte głosami orędowników przyrody wywodzącymi się z kręgów naukowych. Głośnymi przykładami są objazdowe wykłady prowadzone w USA przez naukowców entuzjastów: Barry’ego Commonera i Paula R. Ehrlicha prowadzone w czasie szybko postępującej ekspansji problemów ekologicznych związanych z odpadami promieniotwórczymi, zatruciami wyciekami toksycznymi wód. Taka wiedza oraz aktywizm – podparte nurtami filozoficznymi – przyczyniły się do ukształtowania się wrażliwości ekologicznej ludzi i narodzin ruchu environmentalistycznego (Macnaghten i Urry 2005), a którego założenia stanowią nić wspólną z koncepcją zrównoważonego rozwoju (ZR) Rezultatem kształtowania się obywatelskiej świadomości ekologicznej było uchwalenie Dnia Ziemi (od 22 kwietnia 1970 roku). W Polsce obchodzimy Dzień Ziemi od 1990 roku dzięki inicjatywnie piosłki Jana Rzymelki.

## Instytucjonalizacja zrównoważonego rozwoju

Świadomość ekologiczna oraz zgubnych skutków antropopresji wzrastała szybko w świadomości opinii społecznej, a problemy destrukcji środowiska zostały dostrzeżone przez elity polityczne. Postępujące zanieczyszczenie środowiska naturalnego stało się przedmiotem badań naukowych i były podejmowane w debatach rządowych. Walory estetyczne i rekreacyjne przyrody stały się podstawą dyrektyw, które do tej pory nie podejmowały tych kwestii w ogóle. Publikacja alarmujących raportów



o stanie środowiska naturalnego opracowanych przez specjalistyczne agendy ONZ wywołała światowe poruszenie. Pierwszy z nich, Raport U'Thanta *Człowiek i jego środowisko*, wzywał do aktywnego działania na rzecz ekosfery i przyniósł rezultaty w postaci powstania licznych agend, zarówno rządowych, jak i pozarządowych. W 1968 roku powstał Klub Rzymski, którego praca opierała się głównie na badaniu, analizie wyników i opracowywaniu raportów<sup>7</sup>. Wszystkie te analizy miały właściwie jedno przesłanie: współczesna gospodarka jest zgubna w skutkach dla środowiska naturalnego czyli także dla człowieka. Dopiero w 2000 roku w *Raporcie o stanie świata* zdecydowanie zaapelowano o nowy ład gospodarczy, u którego podstaw miałyby leżeć dbałość o ekosystemy, a to w konsekwencji miałyby się przyczynić do lepszego życia ludzi.

ONZ już od wczesnych lat 70. ubiegłego wieku usiłuje wprowadzić alternatywne idee rozwoju gospodarczego. Pierwsze kroki podjęto na konferencji w Sztokholmie w 1979 roku, na której zobowiązano się do opracowania paradygmatu gospodarczego. Przykładem zmian miała być inna niż dotychczasowa koncepcja rozwoju opartego na liniowym wzroście kapitału, uwzględniająca wyczerpywane zasoby naturalnych złóż i innych zasobów, na przykład wody pitnej. Nowy paradygmat zakładał harmonię działań ludzkich z przyrodą, uznaną jako wartość godną ochrony. Dalsze prace polegały na wypracowaniu w 1987 roku koncepcji polityczno-gospodarczej – zrównoważonego rozwoju (ZR) opracowaną przez Komisję Bruntland w raporcie *Nasza wspólna przyszłość*. Obrady tej komisji wskazały na konieczność dalszych prac i przyczyniły się do kolejnego ważnego w konsekwencjach spotkania – Szczytu Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 roku. Tam opracowano dokument o roboczej nazwie *Agenda 21* będący rodzajem globalnego planu działań, regulujący i kształtujący rozwój gospodarczy w taki sposób, by ten nie wykraczał poza „pojemność regeneracyjną planety”. Cel ten wymagał połączenia wysiłków rządów, konsumentów oraz producentów. Szczególna uwaga miała być poświęcona znaczącej roli, jaką odgrywały kobiety i gospodarstwa domowe jako konsumenci oraz potencjalnemu wpływowi ich połączonych sił nabywczych na gospodarkę – jak czytamy w programie (UNCED 1992). Doniosłość tego dokumentu wyraża fakt, że był pierwszym w historii, który połączył dewastację środowiska naturalnego z konsumpcją i stylem życia ludzi. „Program ten jest głównie zorientowany na zmiany nietrwałych wzorów konsumpcji i produkcji oraz na wartości, które zachęcają do trwałych wzorów konsumpcji oraz stylów życia” (UNCED 1992). Co równie istotne, rozpoczął on reorientację wysiłków badawczych i wykonawczych w kwestii celu jakim miało być osiągnięcie ZR. Dotychczas koncentrowano się na

<sup>7</sup> Najbardziej znanymi raportami poruszającymi kwestie gospodarki i ekologii są: *Granice wzrostu* (1972), *Ludność w punkcie zwrotnym* (1974), *O nowy ład międzynarodowy* (1976), *Drogi do przyszłości* (1989), *Pierwsza rewolucja globalna* (1991), *Przekraczanie granic* (1992) oraz autorstwa Browna, Flavina, Frencha: *Raport o stanie świata. U progu nowego tysiąclecia* (2000).

działaniach lokalnych i oczyszczaniu miejscowych źródeł zanieczyszczeń, później także na racjonalizacji i ekologizacji produkcji. Dostrzeżenie i wyartykułowanie wagi konsumpcji ludzi oraz ujęcie jej wymiarów (i skutków) w kontekście globalnym było niebywałym przełomem, gdyż, jak dowodzi Inge Ropke, problem stylów życia i rangi, jaką ma wzmóżona konsumpcja w niepowodzeniach w dążeniu do ZR, jest tematem trudnym politycznie i zamiatanym pod dywan (Ropke 2005).

Od czasu Szczytu Ziemi prace nad zmianami stylów życia nabrały tempa. W kolejnych latach różne agendy skupiały się także na rozwoju działań w sferze konsumpcji. Agenda United Nations Environmental Programme (UNEP) wprowadziła projekt *Guidelines for National Programmes on Sustainable Consumption and Production*. Organizacja Narodów Zjednoczonych w wytycznych dotyczących ochrony konsumenta wprowadziła sekcję promującą zrównoważoną konsumpcję, w której ramach prowadzone są badania nad tym typem konsumpcji, promowanie recyklingu, zrównoważona polityka rządowa, promowanie rozwiązania *life-cycle* oraz ekoproduktów. Do dzisiaj powstało *gras* programów<sup>8</sup> (zarówno rządowych, jak i pozarządowych) których celem była implementacja idei ZR w dziedziny produkcji, biznesu oraz konsumpcji. W tym miejscu trzeba wyliczyć między innymi: Program Narodów Zjednoczonych do Spraw Rozwoju, Program Środowiskowy ONZ – Wytyczne dla Narodowych Programów Zrównoważonej Konsumpcji i Produkcji, Dziesięcioletni Plan dla Zrównoważonej Konsumpcji i Produkcji (DEZR), Marrakech Process. Ten ostatni jest zobowiązaniem podjętym przez wszystkie państwa członkowskie do podjęcia wysiłków i zwrotu ku zrównoważonej konsumpcji i produkcji. Projekt powstał w celu ułatwienia wdrożenia ZK na poziomie państw. Głównym jego ograniczeniem była dystrybucja funduszy skierowanych przede wszystkim na kraje Europy Centralnej oraz jednorazowość prowadzonych programów edukacyjnych (Lorek, Fuchs 2005). W prace nad wdrażaniem zasad ZK i ZP włączyło się także OECD. W rezultacie powstały: raport zawierający przykłady „dobrych praktyk” w państwach zrzeszonych – *Promoting Sustainable Consumption. Good Practices in OECD Countries*, także *The Commission on Sustainable Development* (CSD) oraz *The Division for Sustainable Development* (DSD), który przynależy do Departamentu Ekonomii i Problemów Społecznych ONZ (UNDSEA). Organ ten wprowadził w życie Międzynarodowy Program Zmiany Konsumpcji i Wzorów Produkcji. W dokumentach tych znalazło się wiele koncepcji i propozycji wdrażania i wzorów ZR i ZP. Promowane są między innymi: podejście *life-cycle*, czyli całościowy ogląd w kompletnym cyklu życia danego towaru, przykładanie uwagi do procesu produkcji, konsumpcji, jak i do utylizacji towaru w celu minimalizacji skutków ubocznych, jakie mogą pojawić się na każdym etapie istnienia towaru; koncepcja *decoupling* – termin ekonomiczny odnoszący się do takiego rozwoju gospodarczego, który nie opiera

<sup>8</sup> Szczegółowy spis i charakterystykę tych programów przedstawiają Lorek i Fuchs (2005, s. 261–288).

się na wskaźniku PBK będącym wyrazem zwiększenia szkodliwej w skutkach dla środowiska produkcji. W koncepcji tej chodzi o takie przemianowanie produkcji, by przy zachowaniu wzrostu gospodarczego ograniczać do minimum skutki uboczne.

Ten bardzo okrojony przegląd wysiłków podjętych przez międzynarodowe organizacje rządowe (International Government Organizations – IGO) ma na celu pokazanie rozmiaru wieloletniej, wytężonej pracy różnych podmiotów w celu wypromowania i praktykowania zrównoważonego rozwoju i zrównoważonej konsumpcji. Rozmiar prac, ranga urzędów oraz włożone środki finansowe mogą sugerować, że nastąpił rzeczywisty zwrot polityki i gospodarki ku jej ekologizacji, i że istnieje nadzieja na lepszą przyszłość naszych dzieci i następnych pokoleń. W tym kontekście warto zwrócić uwagę na narzędzia, jakie obrano do realizacji celu, jakim jest ZR. Namysł nad metodami, drogami obranymi ku realizacji zamierzeń Komisji Brutland, ich efektywnością, a właściwie brakiem oczekiwanych postępów, skłonił Sylwię Lorek i Doris Fuchs (2011) do wyróżnienia dwóch rodzajów zrównoważonej konsumpcji: mocnej i słabej. Do podobnych wniosków skłania się Gil Seyfang (2011), pisząc o zrównoważonej konsumpcji głównego nurtu oraz o alternatywnej zrównoważonej konsumpcji.

## Dwa modele zrównoważonej konsumpcji

W literaturze przedmiotu autorzy zwykle definiują konsumpcję jako kupowanie towarów przyczyniających się do zwiększenia zrównoważenia między trzema elementami: gospodarką, ekologią i ludźmi. Felician Bylok (2013), definiując ZK, odwołuje się do trzech elementów: społecznego, ekologicznego i ekonomicznego, zawartych w definicji zrównoważonego rozwoju. Taka konsumpcja powinna się opierać na trzech zasadach: racjonalności ekonomicznej (optymalizacji ekonomicznej w wyborze dóbr); racjonalności ekologicznej (wyborze takich dóbr, które w najmniejszym stopniu szkodzą środowisku); racjonalności społecznej (wyborze dóbr, które rozwiązują problemy społeczne lub przynajmniej nie przyczyniają się do ich pogłębienia). Felician Bylok (2013) twierdzi, że konsumpcja zrównoważona powinna być także rezygnacją z dóbr, które przynoszą szkodę środowisku i ludziom. Dariusz Kiełczewski (2004) proponuje usytuowanie ZK w czterech układach:

1) podmiotowym, zakładającym:

- równowagę wydatków na konsumpcję bieżącą oraz oszczędności;
- rozwój gospodarki opartej na wiedzy i rozwój ekoinnowacyjności;
- kształtowanie świadomości ekologicznej oraz prośrodowiskowej aksjologii;

2) przedmiotowym, odnoszącym się do:

- skali i formy konsumpcji, powinny one zostać tak przeformułowane, by generować jak najniższe koszty środowiskowe i społeczne;

- zwrotu ku konsumpcji kołowej opartej na zwiększeniu trwałości produktu oraz ułatwieniu jego recyklingu;
- 3) organizacyjnym, stanowiącym:
- wsparcie państwa w ekologizacji dóbr i usług (np. wprowadzenie zasady: zanieczyszczający płaci) oraz wsparciu usługodawstwa niematerialnego;
- 4) przestrzennym:
- koncentracja na poszukiwaniu rozwiązań wyrównujących szanse krajów mniej rozwiniętych cywilizacyjnie.

W tych i innych podobnych definicjach wspólnym mianownikiem jest reforma produkcji w celu jej ekologicznego usprawnienia oraz rozbudzenie ZK. Treści te wpisują się w założenia dyrektyw IGO. Szereg rozwiązań kładzie szczególny nacisk na innowacyjność i racjonalizację produkcji, edukację konsumentów oraz podejmowanie prób zmian w obszarze wartości i moralności, interwencjonizm państwowy, opierający się między innymi na wspieraniu rozwoju konsumpcji zbiorowej i usług, oraz zmiany prawne, które zdejmują odpowiedzialność z klienta i przenoszą ją na producentów. W ostatnim przypadku chodzi o sytuacje, w których wprowadza się zakaz sprzedaży produktów wielokrotnie opakowanych, lub w inny sposób reguluje się infrastrukturę spożycia.

Obecny kształt idei zrównoważenia konsumpcji wskazuje na dwa nurty. Pierwszy to przemianowanie konsumpcji na ekologiczną; wszak twierdzi się, że ekologizacja konsumpcji ma niebawem stać się podstawową tendencją kształtującą wzorce zachowań indywidualnych konsumentów. W myśl pierwszego nurtu kluczem do celu, jakim jest zrównoważony rozwój, mają być zmiany w sferze konsumpcji. „Nie chodzi tu bynajmniej o ograniczenie konsumpcji, ale o taką modyfikację, aby jej zewnętrzne negatywne efekty były możliwie małe. Warunkiem jest więc ekologizacja konsumpcji. (...) Wyrazem ekologizacji konsumpcji jest ekokonsumpcja, zwana również konsumpcją zieloną” (Bywalec, Rudnicki 2002). Konstatację tę zdaje się potwierdzać i promować kierownik programu Commission on Sustainable Development (CSD). Jego wypowiedź daje wyraz powszechnemu kierunkowi, ku jakiemu zmierza praktyczne zastosowanie koncepcji ZK. Zrównoważona konsumpcja to nie wyrzeczenia lecz kupowanie inaczej, zorientowanie na efektywność w celu polepszenia własnej jakości życia (Lorek, Fuchs 2005). W myśl tych postulatów zrównoważona konsumpcja, tak jak każda inna konsumpcja, ma prowadzić do zachowania i poprawienia wygodnego i dobrego jakościowo życia, ma być przyjemnością kupowania i potęgować poczucie sprawstwa i samostanowienia o sobie konsumenta. Innym, niewypowiedzianym wprost, a dostrzeżonym przez licznych krytyków problemem, jest fakt politycznych i biznesowych powiązań, które stoją za brakiem zaangażowania IGO w promowanie tego rodzaju konsumpcji, który realnie może przynieść zmiany – czyli jej ograniczenia i poskromienia. Lorek i Fuchs (2011) zwracają uwagę na problem zamknięcia decydentów w paradygmacie

„więcej to lepiej”. Więcej zrównoważonej konsumpcji ma stanowić o jej wyższości nad tradycyjną konsumpcją. Jest to o wiele łatwiejsza koncepcja do zaadoptowania przez producentów, polityków i samych konsumentów niż radykalna zmiana stylu życia oraz zmniejszenie produkcji i konsumpcji dóbr – twierdzą autorki. Inge Ropke mówi zaś wprost o „niewygodnym dla przedsiębiorców i polityków elemencie jakim jest ograniczenie konsumpcji w ogóle” (1999). Konsumpcja, która opiera się na podtrzymaniu wysokiego poziomu konsumpcji lecz z uwzględnieniem walorów zrównoważenia, to właśnie słaba zrównoważona konsumpcja, zwana też zrównoważoną konsumpcją głównego nurtu (Seyfang 2010).

Drugim nurtem zrównoważonej konsumpcji opiera się na postulatcie ograniczenia konsumpcji w ogóle, zmianie stylu życia i wezwaniu do ekologicznego obywatelstwa (za: Seyfang 2011, s. 59), któremu obce jest podejmowanie decyzji ze względu na powierzchowne pobudki materialistyczne. Mocna zrównoważona konsumpcja, bo o niej tu mowa, wiąże się z pewnym typem moralności i postawy ludzi, które ma na uwadze dobro nieznanym ludzi, przyszłe pokolenia, a nawet inne gatunki (za: Seyfang 2011, s. 58). Ten nurt opiera się na przemianowaniu roli konsumenta do roli obywatela właśnie. Obywatela, który docenia niematerialne przyjemności życia, praktykuje aktywne sąsiedzkie kontakty, opierające się na przykład na wymianie, używaniu czy innym formach podtrzymywania wspólnotowości (Lorek, Fuchs 2013).

Wydaje się, że realizacja pierwszego nurtu jest łatwiejsza i bardziej pożądana przez system. Składa się na to kilka czynników:

- 1) Urynkowienie założeń zrównoważonej konsumpcji. W myśl zasady, że sprzedać można wszystko, rynek wchłonął również i tę ideę. W sklepach łatwo trafić na towary w zielonych opakowaniach, z przedrostkiem „eko-” w nazwie. Powstała dziedzina marketingu zwanego zielonym, mająca na celu promocję towarów ekologicznych. Urynkowiony zielony marketing zaowocował zjawiskiem *green-washing* – które w innym miejscu nazywam „zielonym zamydleniem oczu” (Neale 2007). Konsumentom zainteresowanym towarami ekologicznymi poddawani są przez producentów manipulacji polegającej na celowym i nieprawdziwym wywoływaniu efektu ekologiczności produktów, które takimi nie są.
- 2) Społeczeństwo konsumpcyjne jest takim typem społeczeństwa, w którym życie i codzienność zorganizowane są wokół konsumpcji. Idee ZK są już na tyle mocno zakorzenione w świadomości producentów, że wykształcił się cały szereg udogodnień, dzięki którym ten rodzaj konsumpcji jest ogólnodostępny. Chodzi tutaj o certyfikaty i oznaczenia towarów, ekologiczny PR przedsiębiorstw, politykę CSR przedsiębiorstw, wyróżnienia i nagrody dla firm, które z sukcesem promują idee ZK, a także infrastrukturę dostępu towarów, które obecnie łatwo można znaleźć w sklepach, nie tylko specjalistycznych, ale również w mniejszych lub większych sieciach spożywczych, sklepach internetowych. W tym kontekście można mówić o mobilizacji wobec utrzymywania wysokiego poziomu konsumpcji innych niż



do tej pory przedmiotów, bo „zielonych”. Wielość certyfikatów oraz działań przedsiębiorstw może budzić zarówno podziw, jak i dezorientację. Nie wszystkie są przyznawane przez rzetelne instytucje certyfikujące, część z działań korporacji ma na celu wzbudzenie zainteresowania konsumentów wrażliwych społecznie i ekologicznie, a nie zmianę postępowania firmy. Różnicowanie się w gąszczu znaków, odznaczeń i praktyk może stanowić trudność dla konsumentów.

- 3) Moda na produkty ekologiczne jest kolejnym elementem, który sprzyja stymulacji konsumpcji zrównoważonej. Można rozpatrywać ten styl konsumpcji także w takiej perspektywie, w której nabywanie towarów przyjaznych środowisku czy ludziom ma wymiar prestiżowy i świadczy o statusie społecznym. W tym przypadku nabycie wysokogatunkowej odzieży z certyfikatem Fair Trade czy samochodów napędzanych energią elektryczną może stanowić o prestiżowym charakterze tego typu konsumpcji. W veblenowskim ujęciu konsumpcja ostentacyjna ma charakter pokazowy, ma też pełnić funkcję nobilitującą, świadczyć o przynależności jednostki do grupy społecznej, do której aspiruje. Nie można wykluczyć że istnieje grupa ludzi praktykujących omawiany styl konsumpcji właśnie ze względów aspiracyjnych.

## Podsumowanie

W artykule zwrócono uwagę na dwa nurty zrównoważonej konsumpcji, które powinny występować jako komplementarne. Biorąc pod uwagę nurt główny, zorientowany na promocję słabej ZK, warto zauważyć, że podejmowane działania, realizowane programy oraz opracowywane strategie traktowały o nowym modelu konsumpcji w sposób charakterystyczny dla instytucji powiązanych politycznie i gospodarczo.

Głównym motorem działań jest utrzymanie konsumpcji na wysokim poziomie, choć konsumpcji zgoła jakościowo innej od powszechnego do tej pory trendu opartego na hedonistycznym materializmie i konsumpcji „instant”<sup>9</sup>, jej instrumentach i politykach prowadzących do utrzymania wysokiego poziomu – już zielonej, ale wciąż konsumpcji. Inną możliwością jest budowanie nowych form społecznej organizacji – zrzeszeń, których działalność polega na promowaniu żywności lokalnej, produkowanej na małą skalę, ekologicznej architektury, banków czasu – inicjatywy opartej na bezgotówkowej wymianie własnych umiejętności według aktualnych potrzeb ludzi. Powodzenie alternatywnej zrównoważonej konsumpcji opiera się na promocji kontrowersyjnego politycznie i gospodarczo stylu życia opartego na ilościowym zmniejszeniu konsumpcji. Jest to zadanie trudne, wymaga bowiem całkowitej reorientacji wartości, moralności, przyzwyczajzeń i wzorów konsumpcji. Wydaje się jednak, że

<sup>9</sup> Używam tutaj terminu Zygmunta Baumana.



zrównoważona konsumpcja, jaka funkcjonuje w głównym nurcie dyskursu tylko w nieznacznym stopniu pomoże odciążyć planetę i przyczynić się do długoterminowej poprawy jakości życia ludzi.

## Literatura

- Beck U., 2004, *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*, Wydawnictwo Scholar, Warszawa.
- Berbeka J., 1999, *Nowe tendencje w zachowaniach konsumentów*, Marketing i Rynek, 1, 17.
- Berner K., 2006, *Dekalog ekorozwoju*, <http://proekologia.pl/content> (30.06.2015).
- Byłok F., 2013, *Konsument, konsumpcja i społeczeństwo konsumpcyjne we współczesnym świecie*, Śląsk, Katowice.
- Bywalec Cz., Rudnicki L., 2002, *Konsumpcja*, PWE, Warszawa.
- Carpentier J-B., 1996, *Konsument i konsumpcja w społeczeństwie postmodernistycznym*, Wyższa Szkoła Zarządzania i Marketingu, Warszawa.
- Gabriel Y., Lang T., 1995, *The Unmenagable Consumer*, SAGE Publications Ltd, London.
- Gliński P., 1996, *Polscy Zieloni. Ruch społeczny w okresie przemian*, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa.
- Humphery K., 2011, *The simple and the good: Ethical consumption as anti-consumerism*, [w:] T. Lewis, E. Potter (red.), *Ethical consumption: A critical introduction*, Routledge, London, 40–53.
- Inglehart R., 1977, *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Westerners*, Princeton University Press, Princeton.
- Jacobs M., 2001, *The Politics of Plenty in the Twentieth-Century United States*, [w:] M. Daunton, M. Hilton (red.), *The Politics of Material Culture and Citizenship in America and Europe*, Berg, Oxford, 223–259.
- Jastrzębska-Smolaga H., 2000, *W kierunku trwałej konsumpcji: dylematy, zagrożenia, szanse*, PWN, Warszawa.
- Jensen R., 2005, *What Does Political Consumerism Mean for the Marketers*, [w:] M. Bostrom, A. Follesdal (red.), *Political Consumerism. Its Motivations, Power, and Conditions in the Nordic Countries and Elsewhere*, Nordic Council of Ministers, Kopenhaga, 439–454.
- Kiełczewski D., 2004, *Konsumpcja a perspektywy trwałego i zrównoważonego rozwoju*, Wydawnictwo Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- Klein N., 2004, *No Logo*, Świat Literacki, Izabelin.
- Leopold A., 2004, *Zapiski z piaszczystej krainy*, Pracownia na Rzecz Wszystkich Istot, Bystra.
- Lewicka-Strzałecka A., 2003, *Konsumeryzm kontra konsumeryzm*, *Annales, Etyka w życiu gospodarczym*, 6, 132–138.
- Litter J., 2011, *What's wrong with ethical consumption?* [w:] T. Lewis, E. Potter (red.), *Ethical consumption: A critical introduction*, Routledge, London, 27–39.

- Lorek S., Fuchs D., 2005, *Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures*, Journal on Consumer Policy, 28 (3), 261–288.
- Lorek S., Fuchs D., 2013, *Strong Sustainable Consumption Governance – precondition for a degrowth path?*, Journal of Cleaner Production, 38, 36–43.
- Macnaghten P., Urry J., 2005, *Alternatywne przyrody. Nowe myślenie o przyrodzie i społeczeństwie*, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
- Micheletti M., 2003, *Political Virtue and Shopping. Individuals, Consumerism and Collective Action*, Palgrave Macmillan, New York.
- Micheletti M., 2011, *Ethical Consumption*, [w:] *Encyclopedia of Consumer Culture*, Sage Publications, Dale Southerton, 1097–1100.
- Naess A., 1992, *Rozmowy*, Pracownia na Rzecz Wszystkich Istot, Bielsko-Biała.
- Neale A., 2007, *(Nie)przyjemności zielonego konsumeryzmu*, [w:] K. Romaniszyn (red.) *Nowa droga do zniewolenia? O życiu w społeczeństwie konsumpcyjnym*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków, 115–142.
- Pacholski P., Słaboń A., 2001, *Słownik pojęć socjologicznych*, Akademia Ekonomiczna w Krakowie, Kraków.
- Rachocka J., 2003, *Dekonsumpcja, domocentryzm, Ekologizacja życia – nowe tendencje konsumenckie w rozwiniętych gospodarkach rynkowych*, [w:] T. Bernat (red.), *Problemy globalizacji gospodarki*, Polskie Towarzystwo Ekonomiczne, Szczecin, 185–192.
- Robbins P., Moore S.A., Hintz J., 2010, *Environment and society: a critical introduction*, Wiley-Blackwell, Chichester.
- Ropke I., 2005, *Consumption in ecological economics*, Entry prepared for *The Internet Encyclopaedia of Ecological Economics*, [http://isecoeco.org/pdf/consumption\\_in\\_ee.pdf](http://isecoeco.org/pdf/consumption_in_ee.pdf) (24.05.2015).
- Slow Lajf, <http://slowlajf.org.pl/> (19.06.2015).
- Seyfang G., 2011, *The New Economics of Sustainable Consumption. Seeds of Change*, Palgrave Macmillan, New York.
- Skolimowski H., 1991, *Medytacje o prawdziwych wartościach człowieka, który poszukuje sensu życia*, Wrocławska Oficyna Wydawnicza Astrum, Wrocław.
- Skolimowski H., 1992, *Filozofia żyjąca. Ekofilozofia jako drzewo życia*, Wydawnictwo Pusty Obłok, Warszawa.
- UNCED, 1992, *Agenda 21. The United Nations Program of Action From Rio*, <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/Agenda21.pdf> (20.05.2015).
- White L., 1967, *The Historical Roots of Our Ecological Crisis*, Science 155 (3767), 1203–1207.

Agata Neale  
Uniwersytet Jagielloński  
Instytut Socjologii  
ul. Grodzka 52, 31-044 Kraków  
e-mail: agataneale@gmail.com