

Dariusz Kiełczewski

# RÓŻNORODNOŚĆ STYLÓW ŻYCIA JAKO CZYNNIK ROZWOJU ZRÓWNOWAŻONEGO

---

Dariusz Kiełczewski, dr hab., prof. UwB – Uniwersytet w Białymstoku

adres korespondencyjny:

Zakład Zrównoważonego Rozwoju

Wydział Ekonomii i Zarządzania

Uniwersytet w Białymstoku

ul. Warszawska 63, 15-062 Białystok

email: d.kielczewski@uwb.edu.pl

## THE DIVERSITY OF LIFE STYLES AS A FACTOR OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**SUMMARY:** The article is about the relationship between modern lifestyles and the prospects for sustainable development. The growing variety of styles of life certainly affect trends assessment of the prospects for achieving the objectives of sustainable development and the interpretation of the category of sustainable consumption. Without a doubt is a new interesting direction of research in this area.

**KEY WORDS:** lifestyles, sustainable development, sustainable consumption

---

## Wstęp

Analiza relacji między stylami życia współczesnego społeczeństwa a perspektywami zrównoważonego rozwoju jest zagadnieniem istotnym badawczo, którego podjęcie może pozwolić uzyskać odpowiedź na następujące pytania badawcze: jak się ma współczesna konsumpcja do problemów realizacyjnych zrównoważonego rozwoju; jaka jest istota konsumpcji zrównoważonej; na ile współczesne style życia są zgodne z wzorcami konsumpcji zrównoważonej; w jakim kierunku powinny zmierzać badania nad wzorcami konsumpcji zrównoważonej? Próba podjęcia dyskusji na te tematy jest celem niniejszego opracowania.

## Konsumpcja i współczesny styl życia jako wyzwanie zrównoważonego rozwoju

Problem konsumpcji, stylów życia i sposobów zaspokajania potrzeb stanowi jedno z najważniejszych wyzwań zrównoważonego rozwoju. Wynika to z faktu, że we współczesnym społeczeństwie utrwalił się system etyczny typowy dla społeczeństw wysoko rozwiniętych, które dzięki koniunkturze gospodarczej drugiej połowy XX wieku stały się społeczeństwami obfitości. Przy tym obfitość dóbr, zarezerwowana w przeszłości dla elit społecznych, stała się jednym z przymiotów demokracji. Zgodnie z propagandowymi hasłami typu *american dream* bogactwo i sukces materialny stały się dostępne dla każdego, byleby wykazać się wystarczającym poziomem przedsiębiorczości i pracowitości<sup>1</sup>. Osiągnięcie wysokiej pozycji materialnej i korzystanie z wielkiej obfitości dóbr materialnych stało się jednym z aksjomatów odnośnie celów i aspiracji gospodarstw domowych. Z czasem przy tej obfitości znaczenia nabrała również rotacja dóbr<sup>2</sup>. Chodzi w niej o to, by dany konsument nadażał za zmianami w modzie i udoskonaleniami technicznymi poszczególnych wyrobów. We współczesnych czasach nie wystarcza zatem to, że dobra materialne są dostępne dla konsumentów. Istotne jest również, by w danym czasie korzystać z dóbr odpowiedniej generacji. Trend ten umacnia się na zasadzie sprzężenia zwrotnego. Producenci wiedząc, że konsumenci oczekują rzeczy przede wszystkim modnych, przestają dbać o ich trwałość. To zmusza konsumentów do nabywania nowych, zwłaszcza, że ceny usług są na tyle wysokie, że bardziej opłaca im się kupić nowy produkt zamiast naprawiać stary.

Styl życia społeczeństw obfitości jest atrakcyjny także dla społeczeństw mniej zamożnych, które starają się go powielić na tyle, na ile pozwala im na to ich sytuacja materialna. To sprawia, że wysoka konsumpcja materialna coraz bardziej się rozpowszechnia. Dobra materialne starszej generacji względnie są

<sup>1</sup> E. Fromm, *Mieć czy być*, Rebis, Poznań 1995.

<sup>2</sup> H. Jastrzębska-Smolaga, *W kierunku trwałej konsumpcji. Dylematy – zagrożenia – szanse*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2000, s. 54-56.

na tyle tanie, że coraz większa liczba gospodarstw domowych zdolna jest je nabywać i utrzymywać. Są to na ogół produkty o gorszych parametrach ekologicznych, zdrowotnych i bezpieczeństwa. W skrajnych przypadkach mogą być one nawet niebezpieczne dla zdrowia i życia człowieka, na przykład używane samochody osobowe remontowane po ciężkich awariach i wypadkach samochodowych.<sup>3</sup> Tym niemniej chęć dorównania pod względem poziomu życia najbogatszym sprawia, że konsumenci decydują się na ryzyko z tym związane.

Efektom tych zjawisk był i nadal jest stały wzrost konsumpcji materialnej, który powoduje negatywne skutki środowiskowe i społeczne. Skutki środowiskowe wzrostu konsumpcji były wielokrotnie opisywane i są powszechnie znane. Najbardziej konsumpcyjne społeczeństwo świata, którym jest USA emituje połowę całkowitej emisji gazów cieplarnianych oraz odpadów.<sup>4</sup> Szybki awans cywilizacyjny krajów, takich jak Chiny oraz Indie przekłada się na wzrost zanieczyszczenia środowiska w tych krajach spowodowany właśnie wzrostem spożycia artykułów konsumpcyjnych (na przykład zanieczyszczenia powietrza przez emisje spalin oraz znaczny wzrost emisji odpadów i zużycia wody).<sup>5</sup> Znany wskaźnik oddziaływania konsumpcji na środowisko, którym jest ślad ekologiczny nie pozostawia wątpliwości – presja na środowisko społeczeństw krajów wysoko rozwiniętych jest przeciętnie pięciokrotnie wyższa, niż społeczeństw krajów rozwijających się<sup>6</sup>.

Rację ma Hans Jonas<sup>7</sup>, który stwierdził, że z moralnego punktu widzenia pojedyncze zachowania polegające na realizowaniu chęci życia wygodnego i bezpiecznego materialnie są neutralne i każdy ma prawo do dobrobytu materialnego. Niestety, jeśli ta strategia działania ma charakter masowy, wówczas mamy do czynienia z tak zwaną pełzającą apokalipsą, w warunkach której nadmiar użytkowanych dóbr i usług może przyczynić się do katastrofy ekologicznej. Innymi słowy – powielający się wzór obfitej konsumpcji dóbr materialnych stanowi jedną z kluczowych przyczyn kryzysu środowiskowego i uniemożliwia realizację celów rozwoju zrównoważonego. Powszechność tego wzorca stylu życia sprawia, że urzeczywistnienie tych celów jest szczególnie trudne. Dlatego walka z jego powszechnością nadal jest uważana za kluczową kwestię polityki rozwoju zrównoważonego.

<sup>3</sup> Przykładem jest rynek polskich samochodów osobowych, na którym dominuje rynek aut używanych często o niejasnej przeszłości. Liczne są przykłady użytkowania aut po ciężkich wypadkach komunikacyjnych w istocie nienadających się do ruchu na drogach.

<sup>4</sup> G. Dobrzański, B. Dobrzańska, D. Kielczewski, *Ochrona środowiska przyrodniczego*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008, s. 336.

<sup>5</sup> Informacje na podstawie światowych statystyk na temat ochrony i zagrożeń środowiska z lat 2010 i 2011.

<sup>6</sup> *Living Planet Report*, WWF, Gland 2010. Jest to relacja około 5 ha do około 1 ha, która od lat się nie zmienia.

<sup>7</sup> Greisch J., *Od gnozy do zasady odpowiedzialności. Rozmowa z Hansem Jonase*m, „Literatura na świecie” 1992 nr 7, s. 105-106.

## Rozwój koncepcji konsumpcji zrównoważonej

Pierwsze koncepcje konsumpcji zrównoważonej są ściśle związane z krytyką społeczeństwa obfitości i chęcią stworzenia ekologicznej alternatywy, która stopniowo zastępowałaby ten styl życia<sup>8</sup>. Podkreślano różnicę między komfortem i jakością życia stwierdzając, że ta druga powinna być punktem odniesienia dla celów i aspiracji konsumentów. Stwierdzano wprost, że dalszy wzrost poziomu życia jest zabójczy dla środowiska przyrodniczego, a tym samym trwałości gospodarowania, dlatego należy doprowadzić do sytuacji, w której zostanie określona górna granica materialnej konsumpcji, możliwa do powszechnego zaakceptowania. Poglądy na to, jak może to zostać zrealizowane były różnorodne. Zwolennicy, tak zwanej ekologii głębokiej uważali, że najważniejsze jest wypracowanie alternatywy dla modelu *homo oeconomicus*, czyli konsumenta kierującego się wyłącznie ekonomiczną racjonalnością. Alternatywą dla niego miałby być *homo oecologicus*, *homo empaticus*, względnie *homo sustinens* – istota świadoma, że żyje w środowisku żywych istot oraz tego, że ma dbać o dobrostan całego środowiska, a nie tylko o własne interesy<sup>9</sup>. Innymi słowy: konsument powinien sobie uświadomić, że jego wybór odnośnie sposobu zaspokojenia potrzeb materialnych w istocie jest wyborem moralnym i najważniejszą zasadą w tym kontekście powinna być zasada działania na rzecz dobra wszystkich otaczających go istot. Przyjęcie tej zasady, twierdzą zwolennicy tego poglądu, jest warunkiem koniecznym i zarazem wystarczającym dla skutecznej ochrony środowiska. Środkami do realizacji tego modelu życia powinny zaś być działania edukacyjne dotyczące kwestii zagrożenia środowiska, przeciwdziałania tym zagrożeniom, budzące solidarność i empatię dla środowiska przyrodniczego oraz uświadamiające wyższość jakości życia nad jego komfortem. W tym ostatnim kontekście szczególnie ważne byłoby podkreślanie wielowymiarowości egzystencji i satysfakcji z życia wysokiej jakości w przeciwstawieniu do prymitywizmu masowej konsumpcji materialnej, a także wskazanie szans rozwojowych i większej możliwości duchowej samorealizacji związanych z nastawieniem na jakość życia<sup>10</sup>.

Powyższe projekty zostały skrytykowane przez większość autorów podejmujących ekonomiczne przesłanki konsumpcji zrównoważonej jako abstrahujące od realiów ekonomicznych oraz proponujące wieloletnią transformację psychologiczną społeczeństwa. Jako alternatywę dla powyższych propozycji zaproponowali pozostanie przy koncepcji *homo oeconomicus*, a tym samym skupienie się na działaniach gwarantujących tę racjonalność: wzrost kompetencji konsumentów oraz internalizacją kosztów zewnętrznych i kosztów transakcyjnych towarzyszących konsumpcji. Pierwsze z działań sprowadza się do edukacji konsu-

<sup>8</sup> D. Liszewski, *Przyczynki ekologii głębokiej do dyskusji nad kształtem kultury ekologicznej*, w: *Kultura ekologiczna – Transformacja-Biznes*, red. A. Papuziński, Wydawnictwo Bydgoskie Towarzystwo Naukowe, Bydgoszcz 1999, s. 44-46.

<sup>9</sup> Por. np. Por. E. Kośmicki, *Główne zagadnienia ekologizacji społeczeństwa i gospodarki*, Wydawnictwo Ekopress, Białystok 2010, s. 214-219.

<sup>10</sup> Por. *ibidem*, s. 214-217.

menckiej. Chodzi w nim o to, aby konsumenci poznawali wpływ spożycia różnych dóbr i usług na środowisko, własne zdrowie i jakość życia. Służyć mają temu edukacja konsumencka, akcje propagandowe („zielone” zakupy, Dzień niekupowania niczego, „Żyj odpowiedzialnie”), a także wskazywanie dobrych praktyk konsumenckich zwłaszcza ze strony sektora publicznego (ekologizacji funkcjonowania urzędów i innych instytucji publicznych jak szpitale, szkoły).<sup>11</sup> Drugie działanie to stopniowe przerzucanie kosztów degradacji środowiska spowodowanych przez dobra konsumpcyjne na tych, którzy je generują. Chodzi o uwzględnienie kosztów ekologicznych produkcji, użytkowania i utylizacji dóbr konsumpcyjnych.<sup>12</sup> Trzecie działanie to ujawnianie rzeczywistego oddziaływania na środowisko przyrodnicze oferowanych przez producentów dóbr i usług. Przejrzystość informacji ma skłaniać konsumentów o rosnących kompetencjach do kierowania się ku dobrom i usługom proekologicznym i bezpiecznym dla zdrowia.<sup>13</sup>

Kolejny etap rozwoju idei konsumpcji zrównoważonej to uświadomienie faktu, że wielu konsumentów zapewne chętnie nabywałoby produkty o charakterze proekologicznym, ale ma ograniczone możliwości w tej sferze. Wynika to z dodatkowych kosztów związanych z wyborem dóbr proekologicznych – trudniejszy dostęp, wyższe ceny, czasem niższa jakość, ograniczony asortyment, postrzeganie takiego wyboru jako ekscentrycznego, niedoskonała informacja, brak określonego asortymentu dóbr i usług, konieczność świadomego wyboru dóbr.<sup>14</sup> Jest to też efektem nieuczciwych praktyk przedsiębiorstw, które zbyt często pod pretekstem działań proekologicznych realizują swoje partykularne interesy i wprowadzają w błąd swoich klientów. Oprócz kwestii edukacji konsumenckiej oraz kosztów zewnętrznych i transakcyjnych, istotne okazało się zatem wsparcie dla rynku produktów proekologicznych, a zatem popieranie stosownej infrastruktury, ekoproducentów, eko innowacji, potępienie nieuczciwych praktyk przedsiębiorstw, odpowiednia polityka fiskalna, działania edukacyjne na rzecz zwalczania stereotypów w kwestii ochrony środowiska oraz tworzenie publicznej oferty dóbr i usług, na przykład zbiorowego transportu oraz komunalnych usług środowiskowych. Wydaje się, że główny nurt koncepcji konsumpcji zrównoważonej znajduje się na tym etapie rozwojowym. Zarazem jest to bardzo interesujący nowy kierunek badań, bardzo złożony ze względu na zależności i sprzeczności w funkcjonowaniu triady „gospodarka–środowisko–społeczeństwo”.

Należy jednak pamiętać, że konsumpcja zrównoważona nie sprowadza się do kwestii równowagi spożycia ze środowiskiem przyrodniczym, jest ona bowiem uwarunkowana także przez względy społeczne. Często zdarza się bowiem,

<sup>11</sup> D. Kiełczewski, *Sektor publiczny a kształtowanie wzorców trwałej konsumpcji*, „Optimum. Studia Ekonomiczne” 2008, nr 4.

<sup>12</sup> Por. np. P. Hawken, H.L. Lovins, A. B. Lovins, *Natural Capitalism*, Taylor&Francis LTD, Earthscan 2012.

<sup>13</sup> Por. ibidem.

<sup>14</sup> S. Zaremba-Warnke S., *Wykorzystanie marketingu w realizacji zrównoważonego rozwoju*, w: *Problemy interpretacji i realizacji zrównoważonego rozwoju*, red. B. Poskrobko, G. Dobrzański, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Ekonomicznej, Białystok 2007, s. 203-206.

że problemy środowiskowe są lekceważone ze względu na niedostatek społeczeństw – chodzi o to, że skupienie na zaspokojeniu podstawowych potrzeb materialnych odwraca uwagę od problemów ekologicznych. Problem ten był zauważany w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych, obecnie został odsunięty na dalszy plan. Zdaniem autora artykułu jest to wszak kolejny, czwarty, etap rozwoju teorii zrównoważonej konsumpcji, który obecnie stopniowo jest rozwijany. Jednak zarazem nie jest to ostatni etap rozwoju tej teorii. Podstawową cechą procesów spożycia, coraz silniej dostrzegalną w ostatnich czasach, jest bowiem ich rosnąca różnorodność. Oznacza to nie tylko, że stopniowo coraz mniej aktualny staje się ujednolicony wzorzec konsumpcji masowej, ale także, że również prawdopodobnie nie będzie można mówić o jednym ściśle sprecyzowanym modelu życia zwanym konsumpcją zrównoważoną. Należałoby traktować to jako ogólną zasadę, której powinny odpowiadać poszczególne style życia. Zasadę tę autor przedstawiał w wielu swoich publikacjach. Konsumpcja zrównoważona jest zatem zrównoważona w następujących aspektach:

- ekonomicznym: ustalona zostaje efektywna proporcja między konsumpcją bieżącą a konsumpcją przyszłą, tym samym procesy konsumpcji nie przyczyniają się do istotnych zaburzeń równowagi gospodarczej;
- ekologicznym: maksymalizowana jest użyteczność konsumpcji przy jednoczesnym zachowaniu użyteczności i jakości zasobów naturalnych i środowiska przyrodniczego, umożliwiającym bezpośrednią konsumpcję dóbr środowiskowych; materialny poziom konsumpcji dostosowany jest do wymogów funkcjonowania gospodarki okrężnej, co jest równoznaczne z imperatywem preferowania form konsumpcji możliwie najmniej uciążliwych dla środowiska;
- społecznym: konsumpcja jest względnie równo rozłożona, czyli dostępna dla wszystkich ludzi niezależnie od czasu i przestrzeni przynajmniej w zakresie dóbr społecznie pożądaných; zrównoważenie społeczne konsumpcji oznacza także imperatyw preferowania form konsumpcji, które w możliwie najmniejszym stopniu powodują problemy społeczne lub przyczyniają się do ich rozwiązywania przykładowo generując nowe miejsca pracy, przyczyniając się do wzrostu różnorodności kulturowej;
- psychologicznym: procesy konsumpcji przyczyniają się do wzrostu jakości życia, czyli ustalania się optymalnej równowagi między konsumpcją materialną a zaspokojeniem potrzeb niematerialnych;
- demograficznym: uwarunkowania demograficzne nie stanowią trwałej bariery wzrostu konsumpcji; zwiększa się długość życia, poprawia się stan zdrowia konsumentów, a przynależność do grupy demograficznej lub społeczno-zawodowej nie stanowi istotnej bariery konsumpcji dóbr społecznie pożądaných;
- przestrzennym: sposoby zaspokajania potrzeb nie naruszają zasad ładu przestrzennego;

- intertemporalnym: powyższe wymiary zrównoważenia konsumpcji są możliwe do spełnienia w nieograniczonej perspektywie czasowej.<sup>15</sup>

Jako zrównoważone style życia należy określić wszystkie style życia, które przynajmniej do pewnego stopnia odpowiadają tej zasadzie. O ile przyczyną kryzysu ekologicznego w znacznej mierze był ujednolicony styl życia społeczeństw XX wieku, o tyle jedną z dróg wyjścia z niego jest rosnąca różnorodność stylów życia. Badanie pozytywnych konotacji między tymi zjawiskami stanowi obecnie jedno z najciekawszych tematów badawczych w ramach ekonomii zrównoważonego rozwoju.

Przedstawiając kilka przykładów nowych stylów życia i ich związków z konsumpcją zrównoważoną autor pominął kwestię ekokonsumpcji, gdyż ten styl życia jest powszechnie uważany za wzorzec konsumpcji zrównoważonej.

## Zrównoważone style życia

Jednym z alternatywnych wzorców stylu życia ze wszech miar odpowiadających zasadzie konsumpcji zrównoważonej jest rozwijana od ponad dwóch dekad koncepcja etycznej konsumpcji. Obejmuje ona problemy odpowiedzialności konsumenta za środowisko i społeczeństwo, ponieważ polega na poszukiwaniu takich dóbr i usług i takiego stylu życia, które generowałyby możliwie najmniej problemów ekologicznych i społecznych.<sup>16</sup> Jej istotę przedstawia tabela 1.

Tabela 1  
Etyczna konsumpcja

Wymiar etyczny	Problemy do rozważenia przy decyzjach konsumenckich
Produkty globalne i lokalne	Koszty transportu, lokalne miejsca pracy, przejrzystość zachowania producentów
Ochrona środowiska	Zanieczyszczenie środowiska, nieodwracalne zmiany w środowisku, ochrona bioróżnorodności, eksport zanieczyszczeń do innych krajów
Prawa zwierząt	Przemysłowa hodowla, testy na zwierzętach, wegetarianizm
Prawa człowieka	Wpływ dóbr i usług na zdrowie, wspieranie przez producentów totalitarnych reżimów, prawa pracowników, formy reklamy

Źródło: opracowanie własne.

Etyczna konsumpcja stanowi rozszerzenie „tradycyjnej” koncepcji konsumpcji zrównoważonej, gdyż nie ogranicza się tylko do zagadnień ekologicz-

<sup>15</sup> Por. także inne publikacje autora: D. Kielczewski, *Konsumpcja...*, idem, *Struktura pojęcia konsumpcji zrównoważonej*, „Ekonomia i Środowisko” 2005 nr 2.

<sup>16</sup> *Ethical Consumption. A Critical Introduction*, red. T. Lewis, E. Potter, Routledge, London 2011.

nych, ale podejmuje kwestie traktowania we współczesnej gospodarce i polityce człowieka, zwierząt oraz społeczności lokalnych. Tym samym pogłębia i bardziej precyzyjnie definiuje istotę konsumpcji zrównoważonej.

Jednym z projektów zmierzających do urzeczywistnienia idei etycznej konsumpcji jest koncepcja sprawiedliwego handlu. Geneza ruchu wywodzi się z krytyki mechanizmów funkcjonowania światowego handlu. Jednym z najczęściej formułowanych zarzutów jest marginalizowanie w wymianie handlowej najbardziej potrzebujących regionów świata.<sup>17</sup> Problem ten dotyczy głównie lokalnych drobnych producentów i pracowników, spychanych na margines światowego rynku. Celem inicjatywy *Fair Trade* była pomoc mieszkańcom Trzeciego Świata w wyjściu z nędzy poprzez udział w globalnej wymianie handlowej, a nie poprzez dotacje i pomoc charytatywną.<sup>18</sup>

*Fair Trade* to również wybór sposobu życia. Opiera się na idei, że konsument przestaje myśleć wyłącznie o zaspokajaniu własnych potrzeb, a znaczące dla niego stają się względy społeczne i humanitarne. Dokonując zakupu produktu *fair* wykracza poza swoją egoistyczną użyteczność i stara się uczynić świat lepszym i bardziej sprawiedliwym. Jest to więc forma etycznego i zarazem zrównoważonego stylu życia i konsumpcji. Standardy *Fair Trade* można podzielić na ogólne oraz na specyficzne dla poszczególnych produktów. Ich spełnienie jest wymagane od producentów oraz bezpośrednich nabywców ich produktów. Jako producenci określani są wyłącznie rolnicy z krajów rozwijających się, w założeniu główni beneficjenci *Fair Trade*. Przedsiębiorcy kupujący ich płody rolne zobowiązani są płacić im określoną standardami cenę i zawierać umowy na określonych warunkach. Obecnie istnieją standardy dotyczące takich produktów jak: banany, cukier, herbata, kakao, kawa, komosa ryżowa, miód, owoce suszone, owoce i warzywa świeże, soki, orzechy, ziarna roślin oleistych, przyprawy, ryż, wino, kwiaty cięte, rośliny ozdobne, bawełna, piłki sportowe. Standardy *Fair Trade* (ogólne, jak i specyficzne dla poszczególnych produktów) opierają się na kilku podstawowych zasadach:

- stosowanie ceny minimalnej niezależnej od warunków rynkowych zapewniającej zwrot kosztów produkcji i godziwe wynagrodzenie;
- wsparcie finansowe społeczności lokalnej;
- stosowanie zaliczek na poczet produkcji artykułów rolnych zamiast kosztownego kredytowania;
- ochrona praw człowieka;
- ochrona środowiska.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> W. Zbaraszewski *Realizacja idei Fair Trade w Polsce i na świecie w: Nachhaltiger Konsum?* Hrsgs. M. Wachowiak, D. Kiełczewski, H. Diefenbacher, FEST, Heidelberg 2001, s. 338-361.

<sup>18</sup> Ibidem, s. 338-339; por. także Nicholls A., Opal C., *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, Sage, London 2005, *Fair Trade w globalizującej się gospodarce*, red. K. Żukrowska, SGH, Warszawa 2010, s. 7.

<sup>19</sup> Ibidem, s. 342-344.



Styl życia *fair* oznacza zatem realizację kluczowej zasady zrównoważonego rozwoju, którą jest sprawiedliwość wewnątrzpokoleniowa, a więc zapewnienie ogółowi ludzkości godnego poziomu życia.

Nurem bezpośrednio odnoszącym się do konsumpcji zrównoważonej jest styl życia typu *slow*, którego podstawową zasadą jest przeciwstawianie się fetyszom współczesnej cywilizacji: konsumowanie szybkie, obfite i masowe, pęd do kariery i sukcesu materialnego, zadowalanie się masowymi zunifikowanymi dobrami i usługami, kształcenie wielokierunkowe zmierzające do pomnażania wiedzy, a nie mądrości. W przeciwieństwie do tego filozofia *slow* opiera się na następujących zasadach:

- *Slow Food*: „powolna” żywność jako antonim *fast-food*, kosztowanie niepowtarzalnych lokalnych i regionalnych smaków, czerpanie zmysłowej przyjemności ze spożywania produktów spożywczych;
- *Cittaslow*: „powolne” miasto jako antonim współczesnego miasta, w którym dominuje pośpiech i pęd do kariery, a którego podstawową cechą jest wielkość, przeludnienie o „rozlewaniu się” na sąsiednie obszary wiejskie; w przeciwieństwie do tego „powolne” miasto oferuje życie wśród zieleni, czystego środowiska, bogatej infrastruktury proekologicznej oraz z dala od hipermarketów i wielkich galerii handlowych;
- *Slow Travel*: „powolne” podróżowanie będące przeciwieństwem wycieczek objazdowych i wczasów typu *last-minute* w anonimowych ośrodkach wypoczynku stanowiących świątynie ostentacyjnej konsumpcji (*all inclusive*); *slow travel* polega na świadomym i dogłębnym poznawaniu lokalnych tradycji i kultur, uczy szacunku dla różnorodności kulturowej;
- *Slow Job*: przeciwieństwo przepracowania i pracoholizmu, polega na świadomym wyborze ścieżki kariery zawodowej i akcentowaniu roli pracy jako formy samorealizacji, a nie kariery;
- *Slow Desing*: antonim taśmowej produkcji pozbawionej tożsamości, indywidualizmu i wysokiej wartości estetycznej;<sup>20</sup>
- *Slow Education (Slow Schooling)*: edukacja nastawiona na osiągnięcie mądrości, a nie możliwie największą ilość różnorodnych, zwykle powierzchownych kwalifikacji.<sup>21</sup>

*Slow life* jest zatem jednym z wzorców jakości życia w jej kształcie takim, jaki postuluje się w ramach koncepcji rozwoju zrównoważonego.

Kolejnym zyskującym na znaczeniu nurtem istotnym dla rozwoju konsumpcji zrównoważonej jest tak zwane *filozofia LOHAS*. Polega ona na wzroście zainteresowania dbałością o zdrowie, kondycję, sprawność fizyczną, troską o relacje społeczne i środowisko przyrodnicze. Jej efektem jest wiele zjawisk, przede wszystkim zaś:

- juwenalizacja – kult młodości, starania o życie w zdrowiu i przedłużenie długości życia;

<sup>20</sup> *Slow food* „The Ecologist” 2004, April.

<sup>21</sup> C. Honore, *Pod presją*, Drzewo Babel, Warszawa 2011.

- *wellness (slow)* – dążenie do harmonii między ciałem, duchem i umysłem, spowalnianie biegu życia;
- *connectivity* – potrzeba przynależności do większych grup społecznych, zainteresowanie wolontariatem i innymi formami zaangażowania społecznego.<sup>22</sup>

Filozofia LOHAS również okazuje się zatem koncepcją jakości życia i stylu konsumpcji odpowiadającym wzorcom konsumpcji zrównoważonej.

Współczesny kryzys gospodarczy, kryzys finansów publicznych, kryzys ubezpieczeń społecznych oraz związany z nim spadek koniunktury gospodarczej powodują, że coraz powszechniejszy staje się styl życia oparty na wzorcach konsumpcji asekuracyjnej. Konsumenci coraz mniej interesują się wzrostem konsumpcji bieżącej, a bardziej znacząca staje się dla nich troska o przyszłość. Wydaje się bowiem, że zwłaszcza kryzys ubezpieczeń społecznych okazuje się trwałą tendencją we współczesnej gospodarce. To skłania konsumentów do większego zainteresowania oszczędnościami kosztem bieżącej konsumpcji, co przekłada się na postulowane w ramach wzorca konsumpcji zrównoważonej ograniczenie wielkości bieżącego spożycia i wzrost oszczędności, co zwiększa możliwości akumulacji kapitału, a tym samym wzrost trwałości procesów gospodarczych. Konsumenci w warunkach rosnących ograniczeń budżetu gospodarstwa domowego w pierwszej kolejności oszczędzają na energii i transporcie: oszczędzają zużycie prądu, energii cieplnej, rzadziej korzystają z samochodu osobowego na rzecz komunikacji publicznej lub ścieżek rowerowych.<sup>23</sup> Wielu autorów podkreśla, że współczesny kryzys jest równoznaczny z końcem społeczeństwa obfitości, co oznacza, że zanika jedna z ważnych przyczyn kryzysu ekologicznego.

Wymienione style życia są dość powszechnie kojarzone ze zrównoważonym rozwojem, tym niemniej można też wskazać style życia, które wcale z tą ideą nie są związane, ale niosą w sobie treści z nią równoznaczne. Są to: rozwój konsumpcji postmodernistycznej oraz konsumpcji wirtualnej.

Filozofia postmodernizmu została zapoczątkowana przez Derridę, Lyotarda i Rotry'ego. Głosi ona brak istnienia trwałych i niepodważalnych wartości kulturowych oraz jednakową wartość wszystkich aksjologii. Nie istnieją żadne uniwersalia, dlatego należy respektować jednostkową wolność i powszechny indywidualizm. Stąd każdy ma prawo do własnych przekonań etycznych, politycznych, estetycznych i własnego stylu konsumpcji. W tej ostatniej postmodernizm polega na dowolnym łączeniu wszelkich dostępnych dóbr i usług, eklektyzmie gustów i poglądów oraz swobodnym wyrażaniu własnej ekspresji. Opartą na tej filozofii konsumpcję postmodernistyczną charakteryzuje:

<sup>22</sup> B. Mróz, *Dyskretny urok konsumpcjonizmu, Szkic do portretu konsumenta XXI wieku*, w: *Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu*, red. A. Zawadzka, M. Górnik-Durose, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2010.

<sup>23</sup> M. Janoś-Kresło, T. Słaby, *Złobyt w polskich gospodarstwach domowych. Aspekty teoretyczne i identyfikacja empiryczna*, „Handel Wewnętrzny” 2012, wrzesień–październik, s. 33-42.

- indywidualizm: dopuszczalny jest każdy sposób eksponowania własnej odrębności – tradycja może mieszać się z nowoczesnością, a tradycje europejskie swobodnie mogą być mieszane z egzotyką;
- różnorodność i eklektyzm: dobra i usługi postmodernistyczne charakteryzuje brak jakiegokolwiek jednolitości stylu;
- antropomorfizacja: nie tyle zaspokaja się potrzeby, ile spełnia indywidualne tęsknoty i marzenia;
- wirtualizacja: wzrost konsumpcji Internetu, gier komputerowych, parków rozrywki, wykreowanych plenerów do złudzenia przypominających historyczne;
- pesymizm: zwątpienie w trwałe wartości, sceptycyzm ideologiczny, które mogą prowokować powrót do postaw konserwatywnych (nawrót religijności) i postawy konsumpcji asekuracyjnej.<sup>24</sup>

Postmodernizm niesie ze sobą wartości sprzyjające wdrażaniu konsumpcji zrównoważonej. Afirmuje różnorodność kulturową, pluralizm światopoglądowy, wzajemną tolerancję i dążenie do bezkonfliktowego rozwiązywania problemów społeczno-politycznych. Stwarza popyt na dobra i usługi regionalne oraz korzystanie z odmaterializowanych form konsumpcji – turystyki, usług wirtualnych. Upowszechnianiu się tej postawy sprzyja rozwój techniki umożliwiający większą mobilność ludzi, turystykę, przepływ informacji, kapitału i towarów, a także produkcję umożliwiającą radykalną indywidualizację dóbr konsumpcyjnych, nawet tak skomplikowanych, jak samochód osobowy. Poza tym osoba o typie świadomości postmodernistycznej nie tyle dąży do posiadania dóbr na własność, ile do zaspokajania potrzeb. Coraz mniej istotny staje się dla niej realny właściciel danego dobra, a liczy się dostęp do niego. Korzystanie i własność stają się rozdzielne. Rodzi to zwiększony popyt na konsumpcję zbiorową i usługi. W tym kontekście rozwój świadomości postmodernistycznej sprzyja odmaterializowaniu dóbr i potrzeb.

Podobną funkcję spełnia rozwój konsumpcji wirtualnej. Wzrost korzystania z oprogramowania komputerowego i niematerialnych form komunikacji nie tylko przyczynia się do odmaterializowania gospodarki, a więc zmniejszenia jej energochłonności i materiałochłonności, ale też sprzyja uzyskaniu nowych pożytecznych rodzajów wiedzy i kompetencji. Przykładowo, wiele gier komputerowych pozwala podnieść kompetencje z zakresu ekonomii, zarządzania, a nawet poznawania mechanizmów rozwoju społeczeństw, prawidłowości historycznych, czy też umiejętności technicznych, np. prowadzenia auta albo pilotażu.

Ta lista stylów życia wskazujących na bezpośrednie lub pośrednie konotacje z konsumpcją zrównoważoną z pewnością jest niekompletna. W tym miejscu wart podkreślenia jest inny fakt. Obecnie autorzy związani z nurtem konsumpcji zrównoważonej dostrzegają te pozytywne konotacje jedynie w ograniczonym stopniu, skupiając się na samej ekologizacji spożycia. Wydaje się, że jest, błędne podejście, które sprawia, że wiele spontanicznych nurtów proekologicznych we współczesnych stylach życia pozostaje na potrzeby równoważenia konsumpcji

<sup>24</sup> *Postmodernizm. Wybór tekstów*, Wydawnictwo Znak, Kraków 1995.

niewykorzystane. Niektóre z nich są nawet obecnie skierowane w odmiennym kierunku. Przykładem jest choćby konsumpcja postmodernistyczna, której rozwój w praktyce do tej pory wcale nie służy na przykład ochronie różnorodności kulturowej, ale niemalże je niweczy, gdyż tradycje kulturowe zbyt często są podporządkowane masowym gustom turystów pragnących atrakcyjnego spędzenia urlopu, a nie bardziej dogłębnym doznań. W efekcie tradycje lokalne deformują się, stając się jedynie komercyjną powierzchowną atrakcją. Podobnie można oceniać obecne zainteresowanie sama bioróżnorodnością – nurkujący w lagunach i rafach turyści bardziej oczekują atrakcyjnych widoków niż rzetelnej informacji o świecie, który poznają i taki produkt im się oferuje. Dlatego właśnie wydaje się, że podstawowym kierunkiem rozwoju badań nad konsumpcją zrównoważoną pozostaje pytanie o to, jak kształtować obecne coraz bardziej różnorodne style życia, by wykorzystać je na rzecz realizacji celów zrównoważonego rozwoju zamiast skupiać się nad ekologizacją konsumpcji jako celem samym w sobie.

## Zakończenie

Badania nad kwestią relacji między zrównoważonym rozwojem i konsumpcją zaowocowały licznymi publikacjami oraz interesującymi koncepcjami badawczymi i politycznymi. Jednakże główny nurt rozważań skupia się nadal nad kwestią ekologizacji spożycia w pewnym wyabstrahowaniu od rzeczywistości w sferze konsumpcji. Nadal szczególną rolę przypisuje się instrumentom regulacyjnym, jakby nie ufając samym konsumentom. Tymczasem świat procesów spożycia, stylów życia, wzorców zachowań jest niezwykle różnorodny. Wiele z nich będąc spontanicznymi zachowaniami rynkowymi sprzyja równocześnie realizacji wzorców zrównoważonego rozwoju. Wydaje się, że podstawowym pytaniem badawczym odnośnie konsumpcji zrównoważonej jest dziś kwestia wyboru, czy konsumpcja zrównoważona ma być ściśle określonym wzorcem życia opartym na jakiejś bardziej lub mniej realistycznej koncepcji antropologicznej (*homo oecologicus* czy też *homo sustinens*), czy też raczej pewną zasadą, którą można realizować w ramach bardzo różnych stylów życia i sposobów postrzegania wzorców i aspiracji życiowych. Autor nie potrafi jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie, ale obserwacja obecnych procesów w sferze konsumpcji skłania go ku poparciu tej drugiej alternatywy.