

Anna Rostek, Tomasz Zalega  
Uniwersytet Warszawski

## Freeganizm – trend czy styl życia?

### Streszczenie

Celem artykułu jest wyjaśnienie istoty freeganizmu jako trendu konsumenckiego. Po omówieniu przyczyn powstawania nowych trendów konsumenckich, w tym freeganizmu, w dalszej części tekstu skoncentrowano się na wyjaśnieniu filozofii tego trendu, oraz podstawowych zasad, którymi kierują się osoby uważające się za freegan. Zaliczamy do nich: odzyskiwanie odpadów, minimalizację ilości produkowanych odpadów, korzystanie z ekologicznego transportu, *squatting*, samowystarczalność i ograniczenie pracy. W końcowej części artykułu, w sposób syntetyczny, ukazano skalę szerzenia się freeganizmu na świecie.

**Słowa kluczowe:** freeganizm, trendy konsumpcyjne, konsument, zachowania konsumpcyjne.

**Kody JEL:** A12; C18; C46; D03; D12; D18

### Wstęp

Masowa konsumpcja i konsumpcjonizm<sup>1</sup>, charakterystyczne dla współczesnych społeczeństw, wywołują nie tylko destrukcyjne konsekwencje dla ludzkiej duchowości, zdrowia fizycznego i psychicznego czy relacji społecznych, ale także dla środowiska naturalnego. Jak słusznie zauważa Z. Bauman (2005, s. 37-38), konsumpcjonizm polega na ciągłym nabywaniu, konsumowaniu, użytkowaniu, pozbywaniu się odpadów, aby następnego dnia można było rozpocząć wszystko od początku. Negatywne następstwa nadmiernej konsumpcji przejawiające się permanentnym kupowaniem i wyrzucaniem produktów stały się zarzewiem powstania różnych ruchów ekologicznych, które stanowczo odrzucają konsumpcjonizm i materializm oraz nawołują do respektowania zasad zrównoważonego rozwoju opierającego się na łączeniu poszanowania środowiska naturalnego z odpowiedzialnym korzystaniem ze zdobyczy współczesnego świata. Jednym z trendów konsumenckich wpisujących się w ruch, którego celem jest zachowanie równowagi między naturalnymi potrzebami człowieka a tym, co wymusza postęp cywilizacyjny jest freeganizm. Trend ten promuje zdrowy

<sup>1</sup> Możliwe są trzy zasadniczo różne spojrzenia na to pojęcie, w zależności od płaszczyzny, na której go używamy. Na poziomie społeczno-psychologicznym konsumpcjonizm jest cechą charakteru człowieka, jego osobistym systemem wartości, w którym posiadanie produktów i konsumpcja zajmują istotne miejsce. Na poziomie historyczno-socjologicznym, czyli cywilizacyjnym, konsumpcjonizm staje się pewnym cywilizacyjnym modelem funkcjonowania społeczeństwa. Trzeci sposób ujęcia tego konceptu można nazwać filozoficzno-antropologicznym, czyli gatunkowym. W tym najszerszym rozumieniu, konsumpcjonizm może być pojmowany jako ogólna typologiczna cecha ewolucyjna człowieka jako gatunku. Chodzi o to, że ewolucja naszego gatunku to ruch w kierunku większego posiadania i zaspokojenia potrzeb kosztem wysiłku egzystencjalnego i twórczości.

styl życia, a w tym: ograniczenie marnotrawstwa, zużycia zasobów, szkód dla środowiska, a nawet zmniejszenie liczby składników wyrobu oraz funkcji oferowanych przez produkt.

Celem rozważań jest przybliżenie Czytelnikowi istoty freeganizmu jako alternatywnego trendu konsumenckiego. Po wyjaśnieniu przyczyn powstawania freeganizmu, w dalszej części tekstu skoncentrowano się na omówieniu jego filozofii oraz podstawowych zasad, którymi kierują się osoby uważające się za freegan. W końcowej części artykułu, w sposób syntetyczny, ukazano skalę szerzenia się freeganizmu na świecie. Krótkie podsumowanie kończy niniejszy tekst.

### **„Szalona” konsumpcja jako jedna z kluczowych determinant freeganizmu**

W dzisiejszych czasach ludzie posiadają takie dobra, o których nasi przodkowie mogli wyłącznie pomarzyć: samochody, zmywarki, smartfony, iPody, laptopy, aparaty cyfrowe, drukarki 3D i wiele innych, a mimo to chcą nabywać ich jeszcze więcej. Kupują nie tylko dobra niezbędne do życia, ale również i te, których nie potrzebują. Paradoks polega jednak na tym, że konsumenci są przeświadczeni o niezbędności tego, co kupują i trudno im sobie wyobrazić, że mogliby żyć bez tych wszystkich rzeczy. Badania przeprowadzone w 1994 roku przez Juliet B. Schor z Uniwersytetu w Bostonie dobitnie potwierdzają, że niezależnie od stopnia bogactwa jednostki, zawsze będzie ona chciała zarabiać więcej, dążąc jednocześnie do osiągnięcia maksymalnej użyteczności czerpanej z konsumpcji nabywanych dóbr, w celu zaspokojenia odczuwanych potrzeb. Ankietowanym co 2-3 lata zadawano pytanie dotyczące poziomu ich rozporządzalnych dochodów oraz produktów, których potrzebują, aby móc w pełni zaspokoić swoje potrzeby. Okazało się bowiem, że po 2-3 latach respondenci nie tylko osiągnęli wyższe rozporządzalne dochody w ujęciu realnym niż poprzednio, ale jednocześnie podkreślali, że chcieliby zarabiać znacznie więcej. Ponadto, cały czas odczuwali pewien niedosyt i wyrażali chęć osiągnięcia jeszcze większych dochodów umożliwiających pełniejsze zaspokojenie odczuwanych pragnień. Pod koniec XX w. punktem odniesienia dla Amerykanów, zamiast przeciętnych Jonesów, stali się Gatesowie - 20% najzamożniejszych gospodarstw domowych, których sukces konsumpcyjny doskonale udokumentowały massmedia (Schor 1999, s. 34; Schor, Thompson 2014, s. 97-98). Życie współczesnych społeczeństw zostało zawładnięte przez ciągłą chęć nabywania produktów. Większość ludzi jest zdania, że musi konsumować produkty i w miarę możliwości zastępować je innymi, nowszymi i zarazem lepszymi. Obecnie produkty nie są użytkowane do chwili ich fizycznego zużycia, ale do momentu wprowadzenia na rynek nowszych modeli. Ma to swoje odzwierciedlenie w krótkim cyklu życia produktu. Powstaje niekończąca się tzw. spirala produkcyjno-zakupowa polegająca na tym, że producenci dostarczają nowości na rynek, zaś konsumenci je kupują i po krótkim okresie użytkowania wyrzucają, aby ponownie nabyć ich nowsze wersje. Przyczynia się to do powstawania ciągu niepotrzebnych zakupów. Opisany proces został nazwany w literaturze przedmiotu efektem Diderota. Nazwa pochodzi od nazwiska XVIII-wiecznego francuskiego pisarza i filozofa Denisa Diderota

(1713-1784), który był autorem eseju dotyczącego jedwabnej szaty, która odmieniła jego życie. Mimo, że jego gabinet był w bardzo dobrym stanie, postanowił dokonać diametralnej zmiany wystroju wnętrza. Wszystko było spowodowane tym, że nowa szata nie współgrała z wyposażeniem gabinetu. Z pewnością efekt Diderota przyczynia się do powstania sytuacji permanentnego nienasycenia, co doprowadza do nabywania dużo większej ilości produktów niż w rzeczywistości konsument potrzebuje (Zalega 2014, s. 314-315). Kolejną przyczyną ciągłego poczucia nienasycenia jest tzw. paradoks wyboru. Współczesne społeczeństwo konsumpcyjne ma zbyt duży wybór podczas dokonywania zakupów, co zakłóca sposób, w jaki jednostki zaspokajają odczuwane potrzeby. W sytuacjach w których konsument choć w jednym procencie odczuwa niezadowolenie z dokonanego zakupu, a wokół niego występuje obfita gama dostępnych produktów, będzie przekonany, że stuprocentową satysfakcję osiągnie dzięki nabyciu kolejnego produktu. We współczesnym świecie wrogiem racjonalnej konsumpcji stały się również karty kredytowe. Konsument, którzy finalizują swoje zakupy posługując się tą formą płatności zamiast gotówką, w mniejszym stopniu zdają sobie sprawę z wartości dokonanych transakcji. Sprowadza się to do tego, że im większy limit kredytowy na karcie, tym pozornie większe są możliwości nabywcze konsumenta. Natura współczesnych konsumentów – mimo braków realnych środków – doprowadza do skorzystania z tej możliwości oraz kupowania jeszcze większej ilości produktów (Botsman, Rogers 2010, s. 33; Schor 2010, s. 37; Roose 2014). W ostatnich pięciu dekadach ludzie nabyli więcej dóbr i usług niż wszystkie razem wzięte poprzednie pokolenia, a proces ten wciąż nabiera na sile i postępuje coraz dynamiczniej. Ludzie zaczęli być właścicielami tylu rzeczy, że czasami nie starcza im już miejsca we własnych domach na ich przechowywanie. Powstały nawet firmy oferujące wynajmowanie pomieszczeń do przetrzymywania nadmiaru nieużywanych produktów.

Postępująca i wciąż nierozważna konsumpcja jest niebezpiecznym zjawiskiem, natomiast wielu ludzi nie zdaje sobie z tego sprawy, zwłaszcza w okresie dobrej koniunktury cechującej się wzrostem ogólnego poziomu aktywności gospodarczej. Konsekwencją wzrostu gospodarczego jest większy dobrobyt ekonomiczny ludności, mierzony PKB *per capita*. W czasach dobrobytu niewiele osób rozważa celowość wydawanych przez siebie pieniędzy. Kiedy tylko własny budżet im na to pozwala, chcą posiadać na wyłączność wszystko czego zapragną. Nie stawiają sobie częstokroć kluczowego pytania: czy nabywane produkty są im w ogóle potrzebne? Czy kolejna rzecz, którą kupują nie stanie się za moment uciążliwym przedmiotem, którego będą chcieli się pozbyć? Należy zawsze pamiętać o tym, że nadmierna i nierozważna konsumpcja to jednocześnie ogromne źródło wytwarzania odpadów. Przeciętny Polak w ciągu roku produkuje 250-300 kilogramów śmieci, Amerykanin – 864 kilogramów na osobę, zaś przeciętny Japończyk – aż 1000 kilogramów na osobę. Z danych ONZ wynika, że na świecie utylizuje się około 50 milionów ton elektrośmieci rocznie. W Polsce każdego roku na śmietnik trafia 40 tysięcy ton sprzętu typu: telewizory, radioodbiorniki czy odtwarzacze. Stanowi to 1/10 wszystkich polskich elektrośmieci. Wyrzucanych jest 189 tysięcy ton urządzeń AGD, jak lodówki, pralki czy kuchenki, zaś 38 tysięcy ton stanowią mniejsze przedmioty typu telefon komórkowy, komputer czy drukarka (Nadolski 2013). Łącznie w ciągu roku wyrzucamy aż 400 tysięcy ton elektrośmieci. Dla porównania, w USA

wielkość ta w 2012 roku wyniosła 3,4 miliona ton. Ta niesamowita góra elektrośmieci jest konsekwencją niepohamowanej konsumpcji współczesnych konsumentów, którzy chcąc nadążyć za nowościami rynkowymi kupują nowsze modele produktów, zastępując nimi bardzo często jeszcze działający i nadający się do dalszego użytku sprzęt, który staje się elektroodpadem<sup>2</sup>. Tonący w śmieciach świat jest jednym z wielu skutków niepohamowanej nadmiernej konsumpcji. Prerażającym dowodem znieczulenia społeczeństwa na negatywne skutki hiperkonsumpcji jest Wielka Pacyficzna Plama Śmieci, która mieści się w północnej części Oceanu Spokojnego między Hawajami i Kalifornią. Szacuje się, że dryfująca plama ma już dwa razy większe wymiary niż powierzchnia Teksasu<sup>3</sup>. Bez wątplenia nadmierna konsumpcja przyczynia się do niszczenia środowiska naturalnego i wyczerpywania jego naturalnych zasobów. Od 1980 roku ludzie zużyli aż jedną trzecią zasobów planety – lasów, naturalnych minerałów, wody, surowych materiałów i wielu innych – po to tylko, aby przetworzyć je w nadające się do użytku produkty<sup>4</sup>. Co roku w tropikach dochodzi do wylesiania więcej niż 250 milionów hektarów, co jest równoznaczne z każdorazowym niszczeniem obszaru wielkości Grecji. W dzisiejszych czasach człowiek degraduje naturę w tak szybkim tempie, że dla jej „stabilnego” utrzymania potrzebowalibyśmy nie jednej, a kilku planet. Co ciekawe, po pół roku tylko 1% kupionych przez nas wszystkich produktów zostaje finalnie w domu, a reszta trafia na śmietnik. Na jeden kosz wyprodukowanych przez nas śmieci przypada aż 70 koszy trujących i toksycznych odpadów przemysłowych (Leonard 2007, s. 64-65). Jednym z czynników najbardziej ingerującym w otoczenie jest produkcja żywności. Z takich powodów, jak: zbyt duża produkcja, nieracjonalna konsumpcja, kupowanie zbyt wielu produktów na raz, czy też „przegapianie” terminów ważności, jedna trzecia wytwarzanej żywności na świecie jest marnowana. Globalne zasoby naturalne które są wykorzystywane do produkcji 1,3 miliarda ton żywności rocznie są zużywane na próżno. Żywność, która finalnie znajduje się w śmietnikach pochłania rocznie blisko 250 kilometrów sześciennych wody oraz wytwarza 3,3 miliarda ton dwutlenku węgla. Zgodnie z raportem pt. *Nie marnuj jedzenia*, opublikowanym przez Federację Polskich Banków Żywności (2012), w Europie marnuje się około 89 milionów ton żywności, w Polsce – blisko 9 milionów ton, a w USA – ponad 66 milionów ton. Tak ogromna ilość produktów nieżywnościowych i żywnościowych wyrzucanych przez społeczeństwo podczas procesu produkcji i konsumpcji, stanowi duży problem dzisiejszych czasów, tym bardziej, że znaczna ich część w dalszym ciągu nadaje się do użytku i spożycia.

W krajach rozwiniętych i rozwijających się, w nieustannym wirze niepohamowanej konsumpcji, coraz więcej osób zaczęło odczuwać przesyty i znużenie ciągłym pędem za rzeczami materialnymi. Wśród niektórych jednostek społeczeństwa zaczęło rodzić się coraz częściej pytanie: czy sensem życia jest „szalona” konsumpcja polegająca na nabywaniu wszystkich produktów, które pragniemy posiadać, a które po krótkim czasie i tak przestają nas cieszyć i trafiają na śmietnik, a jedyny ślad, który po nich zostaje to coraz bardziej zniszczona planeta? Problem ten został trafnie ujęty w hasle społecznej kampanii *Consuming the Earth is*

<sup>2</sup> [http://www.electronicstakeback.com/wpcontent/uploads/Facts\\_and\\_Figures\\_on\\_EWaste\\_and\\_Recycling.pdf](http://www.electronicstakeback.com/wpcontent/uploads/Facts_and_Figures_on_EWaste_and_Recycling.pdf) [dostęp: 19.10.2014].

<sup>3</sup> <http://www.focus.pl/technika/wielka-pacyficzna-plama-smieci-6742> [dostęp: 20.10.2014].

<sup>4</sup> <http://www.theguardian.com/science/2005/mar/30/environment.research> [dostęp: 20.10.2014].

*consuming our future*, przeprowadzonej w 2008 roku przez belgijski oddział WWF wraz z agencją Germaine (Antwerp). Kampania miała na celu zwrócenie uwagi na nadmierną i bezmyślną konsumpcję, która w dłuższym okresie doprowadza do niszczenia nieodnawialnych zasobów Ziemi. Tym samym człowiek może przez swoją zachłanność doprowadzić do samozagłady<sup>5</sup>. Coraz większa świadomość ludzi dotycząca skutków niepoohamowanej pogoni za produktami oraz kryzys finansowo-ekonomiczny zapoczątkowany w 2008 roku w znacznym stopniu spowodowały, że w czasach hiperkonsumpcji wiele osób zaczęło poszukiwać alternatywnych sposobów nabywania produktów. Coraz bardziej popularny zaczyna być antykonsumpcyjny styl życia oraz racjonalne dokonywanie zakupów, co w konsekwencji prowadzi do powstawania całej gamy nowych trendów konsumenckich stojących w opozycji do nadmiernej i nierozważnej konsumpcji. W ramach tych alternatywnych trendów można wymienić między innymi: dekonsumpcję, ekokonsumpcję, świadomą konsumpcję, konsumpcję zrównoważonego rozwoju, konsumpcję kolaboratywną, *smart shopping* i freeganizm. Ze względu na poruszaną w artykule problematykę, analizie zostanie poddany wyłącznie freeganizm.

### Freeganizm i filozofia freegan

Na pytanie, z kim kojarzy Ci się osoba grzebiąca w śmietniku, zapewne padłoby wiele mało pozytywnych odpowiedzi, zaś widok człowieka buszującego w odpadach wzbudza u wielu osób współczucie, a nawet oburzenie. Tylko niewielka część społeczeństwa ma świadomość, że niektórzy postępują tak z powodów etycznych, a zjawisko to nazywane jest freeganizmem. Jest to antykonsumpcyjny styl życia, który przede wszystkim polega na bojkotowaniu obecnego systemu ekonomicznego. Termin ten został stworzony z połączenia dwóch słów: *free* – wolny, darmowy oraz *veganism* – weganizm, czyli styl życia opierający się na rezygnacji ze spożywania produktów zwierzęcych. Jednak nie oznacza to, że ten, kto jest freeganem jest jednocześnie weganem, a wręcz przeciwnie, może się zdarzyć tak że będzie on miłośnikiem mięsnej diety. Ten nowy kierunek konsumencki powstał w drugiej połowie lat 90. XX wieku w Stanach Zjednoczonych i nie trzeba było długo czekać na jego dynamiczny rozwój w krajach Europy Zachodniej, a zwłaszcza w Niemczech, Hiszpanii, czy Portugalii, w których zaczął on nabierać masowego charakteru. Trend ten dotarł również do Polski, jednakże nie osiąga on jeszcze takich rozmiarów jak w innych krajach europejskich (Zalega 2013, s. 101).

Od wielu lat niektórzy ludzie starają się bojkotować nieetyczne produkty wytworzone przez firmy, które łamią prawa człowieka, niszczą środowisko naturalne, a także dręczą zwierzęta, jedynie po to, aby odnotować jak największy zysk ekonomiczny. Ci, którzy starają się z tym walczyć, zdali sobie sprawę, że niezależnie od tego, co zostanie przez nich kupione, i tak przyczyni się do wsparcia źle funkcjonującego systemu ekonomicznego. Uświadomili sobie, że problem nie leży w kilku korporacjach o złej polityce działania, ale w całym systemie, w którym funkcjonuje człowiek. Z tego powodu nowy trend konsumencki

<sup>5</sup> <http://www.kampaniespoleczne.pl> [dostęp: 21.10.2014].



stanowi pewną formę całkowitego bojkotu powszechnej w dzisiejszych czasach nadmiernej konsumpcji, przez którą w dużej mierze zatraciliśmy pewne zachowania etyczne na rzecz pogoni za zyskiem i pieniędzmi. Zamiast unikać produktów tylko paru konkretnych złych przedsiębiorstw i wspierać inne, freeganie starają się w jak największym stopniu unikać kupowania czegokolwiek. W taki sposób chcą wyrazić swoje niezadowolenie z obecnego modelu ekonomicznego, który pociąga za sobą olbrzymie koszty społeczne i ekologiczne, a w którym zysk jest bardziej ceniony niż środowisko naturalne, zwierzęta i ludzie. Zdaniem freegan, współczesne społeczeństwo musi odzyskać kontrolę swojego czasu, a osiągnie to tylko przez definitywne przeciwstawienie się presji ciągłej konsumpcji wywieranej przez korporacje, a także przez zwolnienie tempa pracy i rezygnację z zaciągania kolejnych długów, które mają służyć uzyskaniu dostępu do nabywania kolejnych produktów. Uczestnicy nowego trendu wierzą w życie wolne, szczęśliwe i etyczne, które jest skupione wokół społeczności. Ponadto, są przekonani, że dobrze funkcjonujące społeczeństwo musi opierać się na współzależności. Celem zachowań freegan jest racjonalizacja gospodarowania zasobami oraz ograniczenie marnotrawstwa produktów żywnościowych i nieżywnościowych, zarówno w handlu, jak i gospodarstwach domowych. Starają się wydawać jak najmniej pieniędzy na różnego typu produkty. Sposobem na pozyskiwanie żywności jest zdobywanie tego, co zostało wyrzucone do śmietników lub zwracanie się z prośbą do właścicieli restauracji, sieci handlowych, bądź sprzedawców targowisk o udostępnienie niepotrzebnego towaru. Za sprawą bezpośrednich próśb freeganie chcą za darmo pozyskać produkty, które zostały skategoryzowane jako nieestetyczne, uszkodzone bądź lekko przeterminowane, zanim trafią one na śmietnik. Oprócz żywności freeganie poszukują także innych dóbr, takich jak: odzież, sprzęt elektroniczny czy meble. Czasami nawet zagospodarowują opuszczone przestrzenie miejskie, nadające się jeszcze do użytku. Wynika z tego, że bliskie freeganom jest wykorzystywanie produktów używanych lub towaru wycofanego z sieci. Zachowania wliczające się w ramy nowego trendu konsumenckiego to nie jedynie godziny spędzone w śmietnikach, ale także naprawianie popsutych rzeczy w celu uniknięcia konieczności ich wyrzucenia, wyznawanie zasady DIY – *do it yourself* oznaczającej „zrób to sam”, dzielenie i wymienianie się z innymi osobami rzeczami, a także odmawianie sobie produktów, które tak naprawdę nie są potrzebne do codziennego funkcjonowania w społeczeństwie. Wszystkie te zachowania mają prowadzić do uniezależnienia się od napędzanej zyskiem gospodarki, a także – przez zmniejszenie pracy – mają na celu umożliwienie poświęcenia większej ilości czasu rodzinie i społecznościom, w których żyją oraz działaniom na rzecz zmian społecznych. Oprócz wyrażania sprzeciwu wobec panującego systemu społeczno-ekonomicznego, freeganie starają się żyć w sposób jak najbardziej ekologiczny. Za sprawą ich zachowań które są oparte na zasadzie: *reduce, resume i recycle*, wiele produktów jest ponownie wykorzystanych i w ten sposób nie stają się niepotrzebnymi i szkodliwymi odpadami (Moré 2011, s. 45).

Przyszłość, jaką wyobrażają sobie freeganie jest oparta na samowystarczalnej społeczności, która wyznaje zasady zrównoważonego rozwoju. Produkcja istotnych dóbr nie powinna eksploatować ludzi, zwierząt i środowiska naturalnego, zaś jednostki powinny dzielić się nimi w sposób swobodny, zapewniając dzięki temu zaspokojenie potrzeb każdej osoby. Freeganie wierzą, że aby stworzyć taki obraz przyszłości, ludzie już teraz powinni w jak naj-

większym stopniu wdrażać te wartości w swoje codzienne zachowania. Należy pamiętać, że freeganie nie są rewolucjonistami. Przez swoje własne wybory i działania, pragną zmienić panujący stan rzeczy. Żyjąc z odzyskiwania odpadów, zmniejszają swoje zapotrzebowanie na pieniądze i w coraz większym stopniu żyją świadomie i odpowiedzialnie. Jednak należy pamiętać, że osiągnięcie ich najwyższego celu, jakim jest zmniejszenie rozrzutności i marnotrawstwa produktów w skali całego społeczeństwa, będzie się wiązało z brakiem możliwości dalszego funkcjonowania tego alternatywnego kierunku konsumpcyjnego. Jednak w tym miejscu rodzi się pytanie: czy w ogóle możliwe jest nastanie takich czasów, w których freeganie nie będą mieli czego zabierać ze śmietników? Czy możliwe jest, aby w czasach nadmiernej konsumpcji większość śmietników nie była przepelniona tonami odpadów?

### Charakterystyka freegan

Freeganizm jest jednym z tych alternatywnych trendów konsumenckich, który w największym stopniu jest adaptowany przez ludzi młodych. Osoby z grupy wiekowej 18-30 lat są przepelnione wrażliwością i wiarą w możliwość zmiany świata na lepsze, a to właśnie stanowi ich siłę napędzającą do działania. Mylnie jest przekonanie, że zwolennikami i praktykantami freeganizmu są jedynie biedni, niezamożni i ledwo wiążący koniec z końcem studenci. Wręcz przeciwnie, bardzo często freeganami zostają osoby z wyższych klas społecznych, których stać na wysoki standard życia, zaś z własnego i świadomego wyboru rezygnują z nadmiernej konsumpcji. To właśnie odróżnia ich od ludzi, których bieda wypędza na ulicę. Zazwyczaj są to osoby dobrze wykształcone, mające dobrze płatną pracę. Wiele z nich mieszka w bogatych dzielnicach dużych miast, a ich środkiem komunikacji są dobrej klasy samochody. Często uczestnikami tego nowego trendu konsumenckiego są osoby należące do ruchu społecznego LOHAS (*Lifestyle of Health and Sustainability*), *Voluntary Simplicity* czy ruchu *Slow Life*, a więc prowadzące zdrowy i odpowiedzialny styl życia. Przywiązują także dużą wagę do ochrony środowiska naturalnego, sprawiedliwości społecznej i zrównoważonego rozwoju. Osoby zaliczane do tej grupy posiadają wysoką świadomość ekologiczną, co sprawia, że dążą do jak największej redukcji negatywnego wpływu na środowisko, m.in. przez kupowanie odpowiednich produktów. Istotną rolę w ich życiu odgrywa możliwość ciągłego rozwoju osobistego, wykorzystywania własnego potencjału, a także zapewnienie równowagi między tym, co biorą od środowiska a tym co jemu oddają (Zalega 2013, s. 102).

Bodźcami skłaniającymi do angażowania się w prowadzenie takiego stylu życia jest młodzińska werwa do przekształcania istniejącej rzeczywistości społecznej oraz chęć przynależności do określonej grupy i poczucie wspólnoty<sup>6</sup>. Należy zaznaczyć, że freeganizm jest traktowany przez praktykujące go osoby jako świadoma i ekonomiczna strategia, a także jako określony i przemyślany styl życia. Jednak przez wiele osób postrzegany jest on jako przejściowa moda, kaprys, sposób na wyróżnienie się jednostek czy też „ryzykowna hipsterka”. Tym co niewątpliwie odróżnia zwolenników freeganizmu od reszty społeczeństwa jest

<sup>6</sup> [http://www.bistro.edu.pl/artukul,Freegan\\_przejaw\\_skapstwa\\_czy\\_ratunek\\_dla\\_srodowiska.html](http://www.bistro.edu.pl/artukul,Freegan_przejaw_skapstwa_czy_ratunek_dla_srodowiska.html) [dostęp: 18.11.2014].

odmienne postrzeganie wartości produktów. Freeganie nie patrzą na różnego typu przedmioty tylko i wyłącznie w kategoriach kosztów pieniężnych, ale także oceniają ich jakość i własności, oraz możliwości użytku danego produktu w innym celu niż ten, dla którego został wyprodukowany (Moré 2011, s. 46). Naprawiając przedmioty, które przez wiele osób mogłyby być już uznane za całkowicie bezużyteczne, freeganie wykazują się wielkim sprytem, zaradnością i kreatywnością. Można powiedzieć, że są ekspertami w czerpaniu jak największej korzyści z rzeczy, które przeciętni ludzie wyrzucają na śmietnik. A zatem innowacyjność, przemyślność i pomysłowość to z pewnością cechy, które posiadają freeganie.

## Współczesny świat widziany oczami freegan

Dzisiejsze życie ludzi nabrało takiego pędu, że mało kto zastanawia się nad funkcjonowaniem obecnego systemu gospodarczego. Większość osób po prostu się do niego dostosowuje, ale z pewnością do tej grupy nie można zaliczyć freegan. Istniejący system gospodarczy postrzegają zupełnie inaczej niż przeciętna osoba. Wizja współczesnego świata kreowana przez duże korporacje powoduje, że ludzie odczuwają silną potrzebę zarabiania pieniędzy, tylko po to, by nabywać, konsumować i dysponować coraz większą ilością produktów, bez których i tak byliby w stanie funkcjonować. Dodatkowo większość osób, kupując nowe produkty, nie przywiązuje wagi do ich ukrytych kosztów powstających podczas procesu ich wytworzenia np. eksploatacji Ziemi i żyjących na niej żywych istot<sup>7</sup>. Większość społeczeństwa nie zdaje sobie nawet sprawy z tego, że wiele produktów, które można nabyć w sklepach jest wynikiem wyzysku zwierząt oraz ciężkiej – czasem niewolniczej pracy ludzi. Współczesne życie wielu konsumentów sprowadziło się do pogoni za produktami, które pragną posiadać. Ludzie, zwierzęta i Ziemia zaczęli być postrzegani tylko i wyłącznie w kategoriach ekonomicznych. Ich wartość wyceniana jest na podstawie możliwego generowanego przez nich zysku, bez uwzględniania ich wewnętrznych, samoistnych wartości. Przedsiębiorstwa w celu osiągnięcia jak największych zysków dokonały błędnego założenia, że planeta ma nieskończenie wiele zasobów i jest w stanie przyjąć nieograniczoną ilość zanieczyszczeń. Wszystkie poczynania ludzi opierające się na takim założeniu doprowadziły do tego, że miliony ludzi umierają z głodu, zwierzęta giną w wyniku zniszczeń ich rodzimych ekosystemów, a żyzne równiny zamieniają się w obszary pustynne. Ludzie i zwierzęta traktowani są jak maszyny potrzebne do produkcji kolejnych produktów, tylko po to, aby konsumenci mogli nabyć kolejne nowe produkty. Żyjąc w czasach nadmiernej konsumpcji ludzie przestali doceniać to, co ich otacza i doprowadzili do powszechnego marnotrawstwa produktów. Freeganie widzą, jak duże rozmiary przybiera i jak katastrofalne skutki przynosi marnowanie towarów. Ponadto, są świadomi skali marnotrawstwa żywności na całym świecie i jednocześnie są przerażeni ilością osób, które cierpią i umierają z powodu głodu<sup>8</sup>. We wszystkich państwach na świecie dochodzi do marnowania 1,3 miliarda ton żywno-

<sup>7</sup> <http://freegan.info/what-is-a-freegan/freegan-philosophy/destructive-consumer-products-boycotts-and-responsible-shopping/> [dostęp: 19.11.2014].

<sup>8</sup> <http://freegan.info/what-is-a-freegan/freegan-philosophy/freegan-visions/> [dostęp: 19.11.2014].



ści. Zgodnie z raportem pt. Nie marnuj jedzenia, opublikowanym przez Federację Polskich Banków Żywności (2012), w Europie marnuje się około 89 milionów ton żywności rocznie, w Polsce blisko 9 milionów ton, zaś w USA ponad 66 milionów. Jednocześnie, gdy jedni bez skrpułów wyrzucają jedzenie do śmieci, inni – codziennie aż 805 milionów ludzi – zmagają się z głodem. Każdego roku aż 2,6 miliona dzieci umiera z przyczyn związanych z niedożywieniem. W skrajnym ubóstwie żyje na świecie 1,2 miliarda osób, mając na utrzymanie mniej niż 1,25\$ na dzień<sup>9</sup>. Redukując ilość marnowanej żywności wyłącznie w USA tylko o 15%, można byłoby wyżywić aż 25 milionów ludzi<sup>10</sup>.

Kiedyś jedzenie było wartością samą w sobie, nie było tylko i wyłącznie towarem na półkach, było synonimem życia. Parędziesiąt lat temu oszczędzanie jedzenia stanowiło wynik wysiłku podjętego przez całe społeczeństwo. Taka postawa ludzi była wpojona w ich zachowania przez doświadczenie kryzysów gospodarczych i głodu towarzyszącego wojnom światowym. W czasach wojen propagowane były hasła namawiające do poszanowania żywności, kupowania świeżych warzyw i owoców, samodzielnego robienia przetworów, a także do uprawy własnych ogródków i hodowli zwierząt. Zachowania naszych przodków zostały ukształtowane przez wojenne doświadczenia, zaś dziś freeganie hołdują tym samym ideom, jednak z zupełnie innych powodów. W dzisiejszych czasach, w wyniku nieustannego rozwoju techniki i technologii, dzięki którym zmniejszono straty podczas produkcji żywności, a także przez nowoczesny sposób pakowania i dystrybuowania produktów, państwa – paradoksalnie – zaczęły w coraz większym stopniu marnotrawić to, co zostało wyprodukowane. Żywność marnowana jest na farmach, podczas transportu, w supermarketach, na targowiskach, w restauracjach i w domach. Jednak duża część dobrej żywności, która nadaje się do spożycia jest wyrzucana przez sklepy, co wynika z nieustannego wzrostu wymagań współczesnych konsumentów. Klienci chcą kupować produkty nieskazitelne – to, co ma nawet najmniejszą wadę jest przez nich odrzucone. Chorobliwa obsesja na punkcie idealnie wyglądających produktów powoduje, że wiele żywności jest wyrzucana tylko dlatego, że nie spełnia wymogów wizualnych. Klient wychodzi z założenia „płacę – wymagam”, co sprowadza się do tego, że nie wybierze tego, co jest w zgniecionym pudełku, z zerwaną etykietą czy w uszkodzonej puszcze. Konsumenty nie chcą kupować produktów obitych czy lekko zwiędniętych, co powoduje, że cała niedoskonała w ich pojęciu ale wciąż pełnowartościowa żywność trafia na śmietnik (Pajkiert 2008; Halpern 2010). Właściciele sklepów wyrzucają całe opakowania wartościowej i dobrze wyglądającej żywności tylko dlatego, że w opakowaniu jedna sztuka produktu jest nadpsuta. Freeganie analizując wielkość wyrzucanej żywności biorą pod uwagę również ukryte straty, np. wyrzucając pół kilograma mięsa marnujemy jednocześnie 3 kilogramy ziarna, które było paszą dla zwierząt (Shantz 2005, s. 16).

Freeganie stanowczo sprzeciwiają się obecnej nadmiernej konsumpcji oraz marnotrawstwu produktów. Starają się zaspokoić swoje potrzeby w taki sposób, aby „nie karmić” potwora, jakim jest obecny system gospodarczy. Z tego względu zaczęli żyć w taki sposób, aby

<sup>9</sup> <http://www.bread.org/hunger/global/> [dostęp 19.11.2014].

<sup>10</sup> [http://www.nrdc.org/living/eatingwell/files/foodwaste\\_2pgr.pdf](http://www.nrdc.org/living/eatingwell/files/foodwaste_2pgr.pdf) [dostęp: 19.11.2014].

odzyskiwać wszystkie produkty uznawane przez wielu konsumentów, z uwagi na drobne defekty, jako bezwartościowe. Ponadto freeganie dostrzegają piękno w tym wszystkim, co jest ignorowane przez społeczeństwo, dzięki czemu mają czyste sumienie, ponieważ poprzez brak nabywania nowo wytwarzanych produktów nie przyczyniają się do niepotrzebnej degradacji środowiska.

## Freegańskie zasady

Osoby uważające się za freegan stosują różne strategie działań, ale podstawą każdej z nich jest nieprzyczynianie się do dalszego rozwoju panującego systemu ekonomicznego, który jest przez nich uznawany za zbyt destrukcyjny. Robiąc krok w tył, chcą pokazać, że nawet w dzisiejszych czasach istnieją alternatywne sposoby życia. Pragnąc to udowodnić i jednocześnie chcąc stanowić przykład dla innych, freeganie kierują się kluczowymi zasadami, do których można zaliczyć: odzyskiwanie odpadów, minimalizację ilości produkowanych odpadów, korzystanie z ekologicznego transportu, *squatting*, samowystarczalność oraz ograniczenie pracy.

## Odzyskiwanie odpadów

Funkcjonowanie obecnego systemu gospodarczego powoduje, że przedsiębiorcy patrzą na wszystkie produkty tylko i wyłącznie pod kątem możliwości generowania z nich zysków, zaś otaczające konsumentów reklamy nieustannie nakłaniają ludzi do wyrzucenia starych przedmiotów i zastąpienia ich nowymi, tylko dlatego, aby jeszcze bardziej zwiększyć obroty firm. W konsekwencji – w krajach rozwiniętych i rozwijających się – wytwarzanych jest tak dużo odpadów, że wiele osób może żyć z tego, co znajdzie w śmietnikach. Właśnie w ten sposób freeganie pozyskują potrzebne im dobra, takie jak: żywność, napoje, ubrania, książki, kosmetyki, sprzęt elektroniczny, zabawki, meble i wiele innych. Jest to jedna z najbardziej znanych strategii freegan, która występuje również pod angielską nazwą *dumpster diving* czyli nurkowanie w śmieciach. Polega ona na przetrząsaniu śmietników należących do supermarketów, biur, hoteli, szkół czy nawet osiedlowych kontenerów, aby nabyć przydatne i mało zniszczone przedmioty. Mimo że wielu ludziom ciężko w to uwierzyć, produkty znalezione przez freegan są użyteczne, bezpieczne, w idealnym bądź prawie idealnym stanie, co tylko potwierdza, jak wiele rzeczy nadających się jeszcze do użytku jest w dzisiejszych czasach marnowane. Podczas jednej wycieczki na śmietniki freeganie są w stanie znaleźć tyle jedzenia, że ich łączna wartość szacowana jest na około 100-200 dolarów (Moré 2011, s. 49-50). W filmie dokumentalnym *Dive!* (Seifert 2010)<sup>11</sup>, pokazującym tematykę *dumpster divingu*, w prosty sposób zostały przedstawione zasady obowiązujące ludzi poświęcających swój czas na chodzenie po śmietnikach. Zasady

<sup>11</sup> Jeremy Seifert wyreżyserował w 2009 roku film dokumentalny ukazujący życie freegan w Los Angeles i zjawisko marnowania żywności na ogromną skalę w Stanach Zjednoczonych. Film zdobył sporo prestiżowych nagród na wielu festiwalach filmowych, m.in. Gib Harbor Film Festival, DC Independent Film Festival czy Dutch Environmental Film Festival.

te mają na celu ułatwić im samym, jak i pozostałym osobom „nurkowanie w śmietnikach”. Wśród nich można wymienić trzy podstawowe:

1. Nie zostawiaj bałaganu – tzw. *dumpster divers* powinni pozostawiać śmietniki w takim samym bądź nawet lepszym stanie, w jakim je znaleźli, a także powinni unikać rozrywania worków na śmieci i rozrzucania odpadów po całym śmietniku.
2. Nie bierz więcej niż potrzebujesz – w śmietnikach można znaleźć bardzo dużo nadających się do użytku produktów żywnościowych i nieżywnościowych, dlatego też należy pamiętać o tym, aby nie ulegać pokusie brania na wyrost, czyli zabierania ze sobą wszystkiego co się znajdzie, ponieważ nie chodzi o to, żeby później wyrzucać to, co wcześniej zostało odzyskane ze śmietników. Freeganie powinni oferować innym „śmietnikowym nurkom” nadmiar dobrych odpadów, bądź pozostawić je na śmietniku w osobnym miejscu tak, aby innym chętnym ułatwić poszukiwania. Ponadto, każdy *dumpster divers* powinien zawsze pamiętać o tym, że nie jest jedyną osobą buszującą w śmietnikach.
3. Kto pierwszy ten lepszy, ale zawsze należy się dzielić z innymi.

Niektórzy freeganie „nurkują w śmietnikach” w pojedynkę, inni zaś organizują się w stałe i zorganizowane grupy. Jednak zawsze chętnie dzielą się swoimi zdobyczami z innymi osobami. Dobrym przykładem takiej wzajemnej pomocy jest tworzenie grup, takich jak *Food Not Booms*, dzięki którym z odzyskanej żywności, która w innym przypadku zmarnowałaby się, na ulicach przygotowywane są ciepłe posiłki dostępne do spożycia dla każdego chętnego. Grupy te promują w ten sposób etykę dzielenia się i życia w społeczności, a także podkreślają zjawisko niesprawiedliwości społecznej. Powstał nawet portal *foodnotbombs.net*, dzięki któremu można dowiedzieć się jak stworzyć tego typu grupy i od czego należy zacząć. Umożliwia on także znalezienie już istniejących grup na całym świecie<sup>12</sup>.

### **Minimalizacja ilości produkowanych odpadów**

Ze względu na dużą świadomość dotyczącą ilości odpadów tworzonych przez współczesne społeczeństwo, freeganie nie chcą sami przykładąć ręki do tego problemu. Z tego powodu duże znaczenie mają dla nich wszelkie zachowania umożliwiające zmianę obecnego stanu rzeczy i przyczyniające się do zmniejszenia wolumenu odpadów. Do tej kategorii działań należy zaliczyć *recycling*, staranne naprawianie rzeczy zamiast ich wyrzucanie i nabywanie nowych, a także dzielenie się i udostępnianie swoich produktów innym osobom. Sposobem na znalezienie przedmiotów uznanych przez niektóre osoby jako zbędne i niepotrzebne, ale wciąż nadające się do użytku, jest korzystanie z portali internetowych. Umożliwiają one nabywanie za darmo produktów bądź też oferują wymianę przedmiotów z innymi użytkownikami. Przykładem takiego portalu jest *Freecycle* bądź też specjalnie wyodrębniona sekcja portalu *Craigslist*, do której nie trzeba się nawet zapisywać, aby nabyć produkty za darmo. Rozwój nowych technologii oraz Internetu w coraz większym stopniu umożliwia kontaktowanie się ludzi, co z kolei przekłada się na jeszcze większy sukces w zdobywaniu za darmo

<sup>12</sup> <http://freegan.info/> [dostęp: 22.11.2014].

przedmiotów od nieznanymi osób. Przez wchodzenie w posiadanie rzeczy używanych, freeganie zmniejszają produkcję odpadów, które powstałyby podczas produkcji nowego towaru, wydłużając tym samym cykl życia produktów już wytworzonych. Przez współdzielenie produktów i ich wymianę z innymi osobami, postępowanie freegan wpisuje się także w alternatywny trend konsumencki zwany konsumpcją kolaboratywną.

Kolejną możliwością nabycia produktów za darmo jest uczestniczenie w tzw. darmowych rynkach (*free markets*), czyli w wydarzeniach, podczas których ludzie spotykają się po to, by oferować innym swoje przedmioty, które nie są im już potrzebne, zaś nadal są w dobrym stanie. Organizowanie tego typu eventów ma na celu rozpowszechnienie idei dawania dla samego dawania, nie zaś dla zysków pieniężnych, oraz stworzenie alternatywnego ruchu w opozycji do nieustannie pogłębiającego się wykorzystywania gospodarki (Plumer 2012).

### ***Korzystanie z ekologicznego transportu***

Wielu ludziom może wydawać się, że są świadomi tego, jakie negatywne skutki społeczne i ekologiczne przynosi motoryzacja. Jednak większość z nich swoje myślenie ogranicza wyłącznie do zanieczyszczeń powstających podczas spalania ropy naftowej. Nie biorą jednak pod uwagę m.in. takich czynników, jak: wycinanie lasów podczas budowy dróg, czy też wypadków podczas których giną ludzie i zwierzęta. Należy również wspomnieć, że masowe zapotrzebowanie na ropę jest jednym z czynników wywołujących nieporozumienia i spory między państwami na całym świecie. Z tych też powodów, freeganie, w większości nie używają samochodów i starają się korzystać z innych środków transportu. Przemieszczają się przy pomocy rowerów, rolek, korzystają z komunikacji miejskiej, pociągów lub po prostu małe odległości pokonują pieszo, promując w ten sposób ekologiczny i zdrowy środek transportu. Wybieraną przez nich formą podróżowania jest również autostop. Mimo że w tym przypadku przemieszczają się samochodem, to jako autostopowicze wypełniają wolne miejsce w samochodzie, które w innym przypadku byłoby niewykorzystane, a więc nie przyczyniają się do większego zużycia benzyny i zanieczyszczenia środowiska naturalnego. Jednak z uwagi na miejsce zamieszkania i charakter wykonywanej pracy, nie wszyscy freeganie są w stanie całkowicie zrezygnować z własnego samochodu. Starają się jednak unikać korzystania z paliw kopalnych przez stosowanie pojazdów z silnikiem Diesla, przystosowanych do spalania biopaliwa. Jest to jednocześnie kolejny przykład umiejętnego przekształcenia odpadów i ich praktycznego wykorzystania.

### ***Squatting, czyli uspołecznienie niewykorzystanych pomieszczeń***

Freeganom bliska jest również idea *squattingu*. Zdaniem freegan, mieszkanie jest prawem człowieka, nie zaś jego przywilejem. Z tego powodu wyrażają swoje oburzenie wobec panujących nierówności dotyczących miejsca zamieszkania. Starają się zwrócić uwagę na to, że niektórzy ludzie zamierzają na ulicach, podczas gdy inni są właścicielami pomieszczeń, które nie są przez nikogo użytkowane. *Squatersi* znaleźli rozwiązanie na zmniejszenie

tej nierówności i nielegalnie zajmują porzucone i zaniedbane nieruchomości. Swoje postępowanie argumentują tym, że rzeczywiste potrzeby człowieka i prawo do ich zaspokojenia jest ważniejsze niż prawo własności prywatnej. Niezagospodarowane przestrzenie mieszkalne są wykorzystywane nie tylko do celów prywatnych. *Squatersi* często zajmują pustostany i przekształcają je w ośrodki alternatywnej kultury, w których organizują m.in. zajęcia artystyczne i edukacyjne dla dzieci i młodzieży, warsztaty dla trudnej młodzieży, wernisaże, kuchnie polowe, schroniska itp. Ludzi z tej grupy można spotkać praktycznie w każdym kraju na świecie. W Europie najwięcej *squatersów* żyje w Barcelonie i Amsterdamie<sup>13</sup>.

### ***Samowystarczalność***

W dzisiejszych czasach ludzie jedzą pożywienie, które jest produkowane w daleko położonych częściach świata. Dzięki temu współczesny konsument nie musi martwić się o to, że ze względu na określoną porę roku, dany produkt będzie niedostępny na rynku. Nieustanna chęć maksymalnego zaspokojenia potrzeb konsumentów ze strony producentów i pośredników powoduje, że żywność pochodząca z różnych krajów musi często pokonać gigantyczne odległości, aby dotrzeć na sklepowe półki. Dokonuje się to jednak bardzo wysokim kosztem ekologicznym. Wzrastająca nie tylko wśród freegan świadomość w tym temacie spowodowała, że wiele ludzi zaczęło uprawiać żywność we własnym zakresie (np. na balkonach, w przydomowych ogródkach, na działkach). Takie postępowanie freegan wpisuje się bezpośrednio w dwa alternatywne trendy konsumenckie, jak domocentryzm i ekokonsumpcja (zrównoważona konsumpcja). Należy również wspomnieć, że np. w Holandii i Hiszpanii freeganie zagospodarowują opuszczone miejsca, które pierwotnie były przeznaczone na wysypiska śmieci i tworzą w nich ogrody, będące wynikiem wspólnej pracy społeczeństwa. W środowisku miejskim ogrody te stanowią oazę roślinności oraz są miejscem uprawy zdrowej żywności. Dzięki takim zachowaniom freeganie chcą udowodnić, że istnieje możliwość życia bez konieczności kupowania jedzenia w super- i hipermarketach. Tym samym pragną uzmysłwić innym ludziom, że żywność jest darem, który nie pochodzi ze sklepów, ale ze źródeł naturalnych.

### ***Ograniczenie pracy***

Życie wielu ludzi charakteryzuje się spędzaniem ogromnej ilości czasu w biurze po to tylko, aby zarobić pieniądze na żywność i inne potrzebne im produkty. Wielu osobom praca kojarzy się często z monotonią, nudą, stresem, zachwianiem równowagi fizycznej i psychicznej, i w końcu, z rezygnacją z wolności. Za taki stan rzeczy odpowiada współczesny system ekonomiczny, który nastawiony jest wyłącznie na maksymalizację zysku, gwarantującą poszczególnym firmom i korporacjom międzynarodowym możliwość długookresowego rozwoju i sprostania rosnącej globalnej konkurencji. Jednak freeganie znajdują sposób na zmniejszenie lub nawet całkowite zrezygnowanie z konieczności zarabiania pie-

<sup>13</sup> <http://planet.squat.net/> [dostęp: 22.11.2014].



niędzy. Dzięki swojej filozofii życia zapewniają sobie pożywienie, ubrania, meble, pomieszczenia do mieszkania, a także transport, nie wydając przy tym ani grosza. Dzięki takiemu nastawieniu do życia, zyskują więcej czasu, który mogą poświęcić swoim rodzinom i społecznościom lokalnym. Niestety, dla wielu osób bardzo trudna jest całkowita rezygnacja z zarabiania pieniędzy, jednak poprzez zmniejszenie potrzeb finansowych, człowiek może świadomie wyznaczyć sobie określone limity czasu pracy. Jest to sposób na odzyskanie kontroli nad własnym życiem i sprzeciwienie się nieustannej presji wywieranej przez społeczeństwo, zmuszające jednostki do ciągłego osiągania coraz większych dochodów.

### Skala szerzenia się freeganizmu na świecie

Kolebką freeganizmu są Stany Zjednoczone. To właśnie w tym państwie trend ten jest najbardziej rozpowszechniony, a tolerancja Amerykanów wobec zachowania freegan osiąga znacznie wyższy poziom niż w innych miejscach na świecie. W Nowym Jorku, regularnie, co dwa tygodnie, organizowane są śmieciowe wycieczki, tzw. *trash tour*, po najlepszych śmietnikach w mieście. Jednak na całym obszarze USA takich zorganizowanych spotkań dla freegan jest dużo więcej. Za pomocą Internetu freeganie mogą się ze sobą kontaktować i organizować w grupy. W ciągu niespełna jednej dekady powstało kilkadziesiąt amerykańskich portali, forów, blogów i grup na Facebooku, które pomagają freeganom łączyć się ze sobą nie tylko w ramach danej społeczności lokalnej, ale również z najodleglejszych zakątków świata. Do najpopularniejszych z nich można zaliczyć: [freegan.info](http://freegan.info), [meetup.com](http://meetup.com), [freegan.me](http://freegan.me), a także liczne grupy tematyczne na facebooku. W Stanach Zjednoczonych wydano nawet książki dotyczące nurkowania w śmietniku. Dobrym tego przykładem jest znana i ceniona wśród freegan książka Johna Hoffmana (1993) pt. *The Art. & Science of Dumpster Diving*, w której autor krok po kroku przybliży tematykę *dumper divingu* oraz uświadamia potencjalnemu czytelnikowi, jak wiele cennych i użytecznych produktów można znaleźć w śmietnikach.

Freeganizm rozprzestrzenił się ze Stanów Zjednoczonych głównie na obszar Europy Zachodniej, skupiając się najbardziej w takich miastach, jak Barcelona, Berlin i Madryt. W miastach tych powstały nawet specjalne przewodniki dla freegan. Zawierają one informacje dotyczące miejsc, w których można otrzymać za darmo jedzenie bądź wymienić różnego rodzaju przedmioty, a także w jakich godzinach najlepiej się w nich pojawić. Przeważnie są to kontenery znajdujące się przy hotelach, restauracjach, barach szybkiej obsługi, cukierniach i piekarniach (Zalega 2013a, s. 102). W Barcelonie (jak też na przedmieściach wielu miast w USA) można spotkać się z praktyką wystawiania przed domy wszystkich przedmiotów, których ludzie pragną się jak najszybciej pozbyć. Są to najczęściej sprzęty AGD i RTV oraz meble. Tego typu praktyki mają miejsce w określone dni każdego miesiąca, głównie po to, aby przed przyjazdem śmieciarek freeganie mieli szansę zabrać ze sobą te przedmioty, które uznają za przydatne.

W porównaniu ze Stanami Zjednoczonymi czy nawet innymi krajami Europy Zachodniej, liczba freegan, którzy w Polsce nazywani są także „kontenerowcami” lub „śmieciowymi

nurkami” jest znacznie mniejsza, zaś sam trend jest mało rozpowszechniony. Informacje na temat freeganizmu dostępne są jedynie na stronach internetowych. Można to w pewien sposób tłumaczyć tym, że w mentalności większości Polaków grzebanie w śmietniku jest powszechnie kojarzone z wykluczeniem, nędzą, biedą, poniżeniem i pogardą. Ludzie żyjący w ten sposób są często traktowani jako osoby wykluczone społecznie. Jednak ten trend konsumencki ma szanse rozwoju, zwłaszcza wśród ludzi młodych mieszkających w dużych miastach, którym coraz mniejszą przyjemność sprawia dotychczasowy styl życia. Nie cieszą ich już ciężko zarobione pieniądze w prestiżowych międzynarodowych korporacjach i jedzenie posiłków w drogich restauracjach. Coraz mniejsze znaczenie odgrywa także posiadanie grubego portfela, jedynie po to, aby nabywać coraz większą ilość produktów i usług (Zalega 2013a, s. 103).

W Polsce, z uwagi na obowiązujące prawo, zarządzający super- i hipermarketami oraz dyskontami mają obowiązek przeterminowaną bądź uszkodzoną żywność zniszczyć lub wyrzucić na śmietnik zamykany na łańcuchy i kłódki (w wielu krajach Europy Zachodniej niektóre sieci super-i hipermarketów zabezpieczają odpady przed bakteriami z myślą o freeganach, w efekcie czego freeganie otrzymują żywność, zaś sklepy wielkopowierzchniowe są łaskawiej traktowane przez alterglobalistów). Federacja Polskich Banków Żywności oszacowała, że w Polsce sieci handlowe marnują około 300 tysięcy ton żywności rocznie. Ta ogromna ilość jedzenia zostaje przez wielu dystrybutorów zutylizowana. Jest to podyktowane głównie względami ekonomicznymi, ponieważ zgodnie z obowiązującymi przepisami, przekazanie przez sklepy żywności potrzebującym jest traktowane jako darowizna, i wiąże się z odprowadzeniem 16% podatku VAT<sup>14</sup>. Mimo to, coraz więcej właścicieli hoteli i restauracji, zwłaszcza w dużych miastach w Polsce, wystawia na zapleczu swoich lokali niesprzedane w danym dniu potrawy. Ponadto, wielu sprzedawców sklepów osiedlowych i lokalnych targowisk odkłada w określone dni tygodnia do specjalnie oznaczonych kartonów warzywa, owoce i nabiał.

## Podsumowanie

Człowiek, przez odnalezienie własnego stylu życia, który nie opiera się na niepoahamowanej chęci posiadania wszystkich dostępnych produktów, stara się odzyskać równowagę w otaczającym go świecie. Ludzie niezadowoleni z kreowanej przez społeczeństwo rzeczywistości, szukają sposobów, aby odzyskać kontrolę nad własnym życiem i otaczającym ich światem. Freeganizm kreuje wizerunek mądrego i świadomego konsumenta, który przez swoje wybory zakupowe zaspokaja odczuwane potrzeby i jednocześnie dba o otaczający go świat. Do tego, aby radykalnie zmienić istniejący system społeczno-ekonomiczny poddający się wszechwładzy pieniądza i kapitału, potrzebny jest nie tylko jednostkowy lub grupowy bunt (wyrażany przez alternatywne zachowania konsumenckie), ale masowy protest społeczeństw, a także żądanie uznania prawa każdego człowieka do zaspokojenia odczuwanych

<sup>14</sup> [http://wyborcza.pl/1,137473,13888059,Freeganie\\_\\_ratujemy\\_to\\_jedzenie\\_\\_inaczej\\_by\\_sie\\_zmarnowalo.html](http://wyborcza.pl/1,137473,13888059,Freeganie__ratujemy_to_jedzenie__inaczej_by_sie_zmarnowalo.html) [dostęp: 22.11.2014].

przez niego potrzeb materialnych, kulturowych i duchowych oraz prawa do godnego życia w warunkach poszanowania środowiska naturalnego.

Freeganizm jest niewątpliwie modą na oszczędny styl życia, zaś osoby uważające się za freegan są na ogół dobrze wykształcone i mieszkają w dobrych dzielnicach dużych miast. Można wymienić pięć kluczowych zasad, którymi kierują się freeganie. Zaliczamy do nich: odzyskiwanie odpadów (w tym żywności), minimalizację ilości produkowanych odpadów, ekologiczny transport (począwszy od jeżdżenia komunikacją publiczną, przez używanie ekologicznych paliw, aż po autostop), *squatting* oznaczający uspołecznienie niewykorzystanych mieszkań, samowystarczalność (wyszukiwanie jedzenia w śmietnikach i uprawa warzyw i owoców na własny użytek oraz tworzenie przedmiotów codziennego użytku) oraz ograniczenie pracy, w celu poświęcenia większej ilości czasu rodzinie i społeczności lokalnej.

Można stwierdzić, że ten alternatywny trend konsumencki utożsamiany z „nurkowaniem w śmieciach” i zbieraniem żywności wyrzucanej do kosza, jest, i wszystko na to wskazuje, że pozostanie, alternatywnym i niszowym stylem życia, ponieważ z jednej strony – wiele społeczeństw jest konserwatywno-hierarchiczna, z drugiej – dla większości ludzi bycie „kontenerowcem” nie mieści się w ich mentalności.

## Bibliografia

- Bauman Z. (2005), *Życie na przemiał*, Wydawnictwo Literackie, Kraków.
- Botsman R., Rogers R. (2010), *What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption*, Harper Collins, New York.
- Federacja Polskich Banków Żywności (2012), *Nie marnuj jedzenia*, [http://www.lubelskie.pl/img/userfiles/files/PDF/organizacje\\_pozarządowe/SDZ\\_2012\\_10\\_16\\_RAPORT.pdf](http://www.lubelskie.pl/img/userfiles/files/PDF/organizacje_pozarządowe/SDZ_2012_10_16_RAPORT.pdf)
- Halpern J. (2010), *The Freegan Establishment*, “The New York Times”, June 27.
- Hoffman J. (1993), *The Art & Science of Dumpster Diving*, Loompanics Unlimited Port Townsend, Washington.
- Leonard A. (2007), *Story of Stuff - How our obsession with stuff is trashing the planet, our communities, and our health - and a vision for change*, Free Press, New York - London - Toronto - Sydney.
- Moré V.C. (2011), *Dumpster Dinner: An Ethnographic Study of Freeganism*, “The Journal for Undergraduate Ethnography”, Iss. 1.
- Nadolski K. (2013), *Globalne wysypisko*, <http://technowinki.onet.pl/technika/globalne-wysypisko/khckl>
- Pajkiert P. (2008), *Kupiłem, spożyłem, wyrzuciłem*, <http://www.psz.pl/tekst-12983/Paulina-Pajkiert-Kupiłem-spożyłem-wyrzuciłem>
- Plumer B. (2012), *What Are We Throwing in the Trash? Food. Lots of Foods*, “Washington Post”, June 27.
- Roose K. (2014), *The Sharing Economy Isn't About Trust, Its About Desperation*, “New York Magazine”, April 24.
- Schor J.B. (1999), *A Sustainable Economy for the 21st Century*, Open Media Pamphlet Series 7, Seven Stories Press, New York.

- Schor J.B. (2010), *Plenitude: The New Economics of True Wealth*, The Penguin Press, New York.
- Schor J.B., Thompson C.J. (Eds.) (2014), *Sustainable Lifestyles and the Quest for Plenitude: Case Studies of the New Economy*, Yale University Press, New Haven.
- Shantz J. (2005), *One Person's Garbage...Another Person's Treasure: Dumpster Diving, Freeganism, and Anarchy*, "VERB", Vol. 3, Iss. 1.
- Zalega T. (2013), *Freeganizm – nowy trend konsumencki w zachowaniach nabywczych miejskich gospodarstw domowych w Polsce w okresie kryzysu (wyniki badań)*, „Zarządzanie Innowacyjne w Gospodarce i Biznesie”, nr 1(16).
- Zalega T. (2014), *Sustainable Consumption and Innovative Consumption in Consumer Behaviour of Mazovian Households*, „Handel Wewnętrzny”, nr 4(351).
- [http://www.electronicstakeback.com/wpcontent/uploads/Facts\\_and\\_Figures\\_on\\_EWaste\\_and\\_Recycling.pdf](http://www.electronicstakeback.com/wpcontent/uploads/Facts_and_Figures_on_EWaste_and_Recycling.pdf)
- <http://www.focus.pl/technika/wielka-pacyficzna-plama-smieci-6742>
- <http://www.theguardian.com/science/2005/mar/30/environment.research>
- <http://www.kampaniespoleczne.pl>

## ***Freeganism – a Trend of a Lifestyle?***

### **Summary**

An aim of the article is to explain the essence of *freeganism* as a consumer trend. Having discussed the reasons for occurrence of new consumer trends, including *freeganism*, the authors focused, in the further part of their article, on explanation of the philosophy of this trend and the basic principles which guide the individuals considering them as *freegans*. They include recovery of the waste, minimisation of amounts of the waste produced, use of ecological transport, squatting, self-reliance, and labour reduction. In the last part of the article, the authors showed, in a synthetic way, the scale of proliferation of *freeganism* across the world.

**Key words:** *freeganism*, consumption trends, consumer, consumer behaviours.

**JEL codes:** A12, C18, C46, D03, D12, D18

## **Фриганизм – тренд или стиль жизни?**

### **Резюме**

Цель статьи – объяснить суть фриганизма как потребительского тренда. Обсудив причины возникновения новых потребительских трендов, в том числе фриганизма, в дальнейшей части статьи сосредоточились на объяснении философии этого тренда, а также основных принципов, которыми руководствуются лица, считающие себя фриганами. К ним относят: утилизацию отходов, минимизацию количества производимых отходов, пользование экологическим транспортом, сквоттинг, экономическую независимость и ограни-

чение труда. В конечной части статьи синтетическим образом показали масштаб распространения фриганизма в мире.

**Ключевые слова:** фриганизм, потребительские тренды, потребитель, потребительское поведение.

**Коды JEL:** A12, C18, C46, D03, D12, D18

Artykuł nadesłany do redakcji w styczniu 2015 roku

© All rights reserved

Afiliacja:  
mgr Anna Rostek  
dr hab. Tomasz Zalega  
Uniwersytet Warszawski  
Wydział Zarządzania  
Katedra Gospodarki Narodowej  
ul. Szturmowa 1/3  
02-678 Warszawa  
tel.: 22 553 40 02  
e-mail: tomasz.zalega@wp.pl