

JÓZEFA KRAMER

Uniwersytet Ekonomiczny – Katowice

Konsumpcja – ewolucja ról i znaczeń

Konsumpcja wobec megatrendów rozwoju społecznego

Czasy współczesne odznaczają się nagromadzeniem sił i faktów społecznych noszących wspólne miano końca ery przemysłowej i początku nowej ery. Istnieją próby stworzenia bliższych określeń nowej ery, przywołujące szereg cech, które ona już przejawia lub które można przewidzieć. Najbardziej znane uogólnione charakterystyki to era zrównoważonego rozwoju lub ekologicznego rozwoju, a także, wzorem nazw poprzednich cykli rozwoju, po rewolucji agrarnej, rewolucji przemysłowej, rewolucja przetrwania (*sustainability revolution*)¹, która winna doprowadzić do przestrzegania „granic wzrostu gospodarczego” sformułowanych przed 30 laty w pierwszym raporcie Klubu Rzymskiego. Była to – jak pamiętamy – prognoza ostrzegawcza, która wskazywała na wyczerpywanie się potencjału rozwojowego gospodarki światowej. Dziś autorzy nadal przeciwni są przeciwstawianiu prognozy pesymistycznej, akcentującej zagrożenia, i optymistycznej, opartej na wierze w postęp naukowo-techniczny. Są oni zdecydowanie po stronie nauki i nowych technologii, uważają, że jest to kluczowy kierunek działania, lecz już niewystarczający do odwrócenia dotychczasowych kierunków rozwoju, gdyż przekroczenie granic zaszło zbyt daleko. Dlatego obok intensywnych poszukiwań innowacji proponują podjęcie świadomej akcji promującej pożądaną zmianę. Działania te najlepiej charakteryzują „rewolucję przetrwania”. Powinna ona przynieść zasadniczą zmianę typu aspiracji i ambicji rozwojowych społeczeństw.

Warto przypomnieć w skrócie, że do koniecznych działań autorzy „Granic wzrostu” zaliczają: 1) sprowadzenie światowego przyrostu naturalnego do warunków stacjonarności, 2) redukcję dążeń materialnych, a w związku z tym rewizję koncepcji wzrostu gospodarczego i polityk rozwojowych we wszystkich krajach; w tej sprawie pojawiło się więcej koncepcji, np. „wzrost odpowiedzialny” (pomysł Banku Światowego), czyli taki wzrost, który zapewnia ekologiczną trwałość systemu i rozwój społeczny, 3) wzrost odpowiedzialny – to taki, który zapewni „podnoszenie dobrobytu w dziedzinie konsumpcji, ochrony zdrowia, kapitału ludzkiego, równości społecznej, a przede wszystkim wyplenienie nędzy i głodu”², 4) rewolucję przetrwania (ekologiczną) – nie może ona być sterowana, lecz powinna polegać na mobilizacji wielkiego ruchu obywatelskiego w wymiarze ogólnosiwiatowym. To ten ruch obywatelski może zmienić model aspiracji społeczeństw. Ruch obywatelski, który mógłby dokonać rewolucji przetrwania, powinien posiadać pięć cech. Byłyby one wyróżnikiem nowego społeczeństwa. Pierwsza postulowana cecha to wizjonerstwo, rozumiane

¹ D. Meadows, D. Meadows, J. Randers, *Limits to Growth – The 30 – Year Update*, Chelsea Green Publishing, White River Junction 2004.

² *The Millennium Development Goals*, United Nations, 55 sesja ONZ, 2000, a także inne globalne strategie rozwoju.

jako zdolność do myślenia długookresowego. Druga cecha to sieciowość, co oznacza dążenie do rozwijania stosunków społecznych na podstawie dynamicznie rozwijającej się globalnej sieci informacyjnej. Cecha ta jest traktowana jako kluczowy warunek porozumienia i organizowania ruchu obywatelskiego. Cecha prawdy to trzeci warunek efektywności ruchu obywatelskiego. Tę cechę należy rozumieć jako podstawę realizmu oceny faktów oraz tendencji rozwojowych. Czwarta cecha to edukacja powszechna. Bez edukacji nie byłoby możliwe wprowadzenie zasad z trzech poprzednich cech, a także piątej cechy – miłości. Tu miłość rozumiana jest jako norma moralna związana z przyjaznym nastawieniem do innych ludzi, z gotowością zrozumienia i współdziałania.

Jakkolwiek utopijnie brzmiałyby powyższe postulaty (cechy) na tle dzisiejszego świata, konstrukcja rewolucji przetrwania (ekologicznej) wymaga już dziś dążenia do nasycenia wizji przyszłości wartościami humanistycznymi.

Prezentowane wyżej koncepcje zderzają się z rzeczywistością dzisiejszego świata, który charakteryzuje się wielkim zróżnicowaniem poziomu życia z odległymi biegunami nędzy i bogactwa. Różnice w poziomie gospodarki, różnice społeczne i kulturowe skłaniają do rozważenia scenariusza, w którym przyszłe procesy rewolucji przetrwania i budowy ruchu obywatelskiego będą raczej wymuszane przez kryzysy gospodarki światowej, a te będą dyktowały ograniczenia i przetasowania w rozmieszczaniu środków i w formułowaniu aspiracji. W dalszym ciągu wiele zależy od sposobu działania mechanizmów ekonomicznych, czyli od rynku. Dziś mówi się o rynku, że w sposób widoczny działają w nim dwie sprzeczne tendencje: znana dobrze i ceniona tendencja autoregulacyjna i dostrzegana, budząca wiele obaw, tendencja autodestrukcyjna³. Zauważono też, że funkcja autoregulacyjna działa tylko na niewielkich rynkach dóbr i usług, gdzie popyt i podaż z natury rzeczy mają ograniczone rozmiary. Wielkie globalne rynki surowcowe, a zwłaszcza finansowe, które dziś decydują o losie społeczeństw, nie dają się opisać za pomocą modeli równowagi. Na rynkach finansowych chodzi o decyzje dotyczące inwestycji, które mają niepewną przyszłość. Przedmiotem transakcji nie są żadne ustalone wielkości, lecz niepewność i ryzyko. Ceny ustalane są zgodnie z oczekiwaniami co do tego jak sam rynek wyceni wartość „produktów”. Na rynkach finansowych rosnące ceny (wartość akcji albo nieruchomości) nie prowadzą do zmniejszającego, lecz do zwiększającego się popytu. Te procesy nie mają wiele wspólnego z naturalnym, znanym z teorii rynku, dążeniem do równowagi⁴. Aby wzmocnić autoregulacyjną rolę rynku powstają cząstkowe programy naprawcze banków lub rządów, a zwłaszcza programy Unii Europejskiej. Do takich należy strategia lizbońska, a ostatnio nieskrystalizowane, lecz wciąż pojawiające się projekty „stanów zjednoczonych Europy” i ich rządu gospodarczego. Tendencjom autodestrukcji przeciwstawiają się ruchy społeczne, często słabo zinstytucjonalizowane, np. ruch alterglobalistyczny i inicjatywy partii zielonych, które mimo swych ułomności noszą znamiona ruchu obywatelskiego.

W takich warunkach społecznych i ekonomicznych odbywa się teraz dyskusja o problemach konsumpcji, jej nowych rolach, niezmiennych i zmiennych znaczeniach. Spośród ważnych kierunków rozważań i badań nad konsumpcją przedstawimy dziś naj-

³ Z. Sadowski, *Granice wzrostu – nowa ocena sytuacji*, (w:) *Przyszłość-Świat-Europa-Polska*, Biuletyn Komitetu Prognoz „Polska 2000 Plus” przy Prezydium PAN 2006, nr 1, s. 16.

⁴ J. Vogl, *Das Gespenst des Kapitals*, *Diaphanes*, Zürich 2011, s. 5.

bardziej aktualne: konsumpcję zrównoważoną, konsumpcjonizm i kulturowy wymiar konsumpcji.

Koncepcja konsumpcji zrównoważonej

Zrównoważona konsumpcja jest rdzeniem definicji zrównoważonego rozwoju (ekorozwoju) – dotyczy ekonomii politycznej, zakładającej jakość życia na poziomie, na jaki pozwala obecny rozwój cywilizacyjny. W dokumentach ONZ zaproponowano definicję: „Zrównoważony rozwój Ziemi to rozwój, który zaspokaja podstawowe potrzeby wszystkich ludzi oraz zachowuje, chroni i przywraca zdrowie i integralność ekosystemu Ziemi, bez zagrożenia możliwości zaspokojenia potrzeb przyszłych pokoleń i bez przekraczania długoterminowych granic pojemności ekosystemu Ziemi”. Ta definicja i wiele podobnych opiera się na dwóch podstawowych pojęciach: pojęciu „potrzeb”, w szczególności potrzeb ludzi najbiedniejszych, oraz pojęciu ograniczeń, narzuconych przez zdolność środowiska do zaspokajania potrzeb obecnych i przyszłych przez stan techniki i organizacji społecznej. „Zaspokojone potrzeby” to konsumpcja, w tym przypadku zrównoważona, a jeśli uznać, że chodzi o wszystkie „potrzeby podstawowe”, to odpowiadająca im konsumpcja zrównoważona jest jednoznaczna z możliwością do osiągnięcia jakością życia.

Konsumpcja jako pojęcie przeszła ogromną przemianę razem z procesem społecznym, który odzwierciedla. J. Rifkin, współczesny amerykański ekonomista i politolog, napisał w głośnej książce „Koniec pracy, schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej”⁵, że „*W pierwszej formie „konsumować” oznaczało zniszczyć, obrabować, podbić. Jest to słowo nasycone przemocą i aż do końca wieku XX miało wyłącznie negatywne konotacje*”. Jest w tym jakaś prawda, jednak z wyłączeniem XX wieku, a zwłaszcza jego drugiej połowy. J. Rifkin pisze dalej „(...) *Metamorfoza konsumpcji od zła do cnoty jest jednym z najważniejszych, choć najmniej zbadanych, spośród fenomenów XX w. Zjawisko masowej konsumpcji nie wystąpiło spontanicznie, ani nie było nieuchronnym produktem ubocznym nienasyconej ludzkiej konsumpcji. Wręcz przeciwnie. Na przełomie stuleci ekonomiści zauważyli, że większość ludzi pracy wolała zarabiać tylko tyle, by zaspokoić swoje podstawowe potrzeby i nieliczne luksusy, zaś bardziej cenila czas wolny od pracy niż dodatkowy dochód osiągnięty dzięki tzw. nadgodzinom (...). Jednak w miarę wzrostu produkcji, biznesmeni szukali rozpaczliwie nowych sposobów dokonania zmian w psychice ludzkiej, aby przyciągnąć ich do „nowej” ekonomicznej ewangelii konsumpcji*”.

Jeśli mamy na myśli konsumpcję produktów i usług rynkowych, to istotnie w krajach gospodarczo rozwiniętych dokonały się te zmiany w ludzkiej psychice i powstała „nowa ekonomiczna ewangelia konsumpcji”, ale nie tylko w pejoratywnym sensie. W ślad za rozwojem gospodarczym duże grupy społeczne doświadczają tam wzrastającej jakości życia, a więc obok wzrostu poziomu konsumpcji materialnej także lepszej ochrony ludzkiego zdrowia, większej dostępności wykształcenia i dóbr kultury, bezpieczeństwa publicznego, pewniejszego zatrudnienia, rosnącej aktywności obywatelskiej i sprawiedliwości społecznej. Te składowe jakości życia są z jednej strony produktem rozwoju gospodarczego, a z drugiej

⁵ J. Rifkin, *Koniec pracy, schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrykowej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2001, s. 23.

jego warunkiem. Bez wysokiej jakości życia konsumentów wysiłki promocyjne firm trafiłyby w próżnię. Każdy rozwój gospodarczy, a więc i ekorozwój zasadza się na poprawie jakości życia, nawet jeśli określimy jego cel jako „zaspokojenie potrzeb wszystkich ludzi”. Można chyba przyjąć, że zrównoważony poziom konsumpcji to taki, gdy konsumujemy dobra materialne i usługi w stopniu wystarczającym, by zaspokajać podstawowe potrzeby i osiągać wyższą jakość życia, minimalizując zużycie zasobów naturalnych, materiałów szkodliwych dla środowiska, powstających na wszystkich etapach produkcji, nie ograniczając jednocześnie praw następných pokoleń do takiej konsumpcji.

Zrównoważona konsumpcja łączy szereg praktyk społecznych, gospodarczych i politycznych na poziomie jednostek, gospodarstw domowych, wspólnot, środowisk biznesowych i rządów, które zmierzają do:

- redukcji bezpośrednich skutków ekologicznych procesów produkcji, użytkowania i utylizacji dóbr i usług,
- zapewnienia wszystkim możliwości spełnienia podstawowych potrzeb konsumpcyjnych związanych z kluczowymi dobrami i usługami, takimi jak: żywność, woda, ochrona zdrowia, edukacja i schronienie,
- zwiększania szans na zrównoważony rozwój w krajach Południa,
- rozwoju konsumpcji dóbr i usług, które mają pozytywny wpływ na zdrowie i pomyślność kobiet i dzieci,
- rozwoju i stosowania urządzeń pozwalających na oszczędność energii i wody,
- rozwoju transportu publicznego i transportu proekologicznego, rozwoju ekologicznych dóbr i usług dostosowanych do globalnych wymagań ochrony środowiska,
- promowania stylów życia kładących większy nacisk na spójność społeczną, tradycje lokalne i wartości niematerialne.

Zrównoważona konsumpcja jako cel i warunek ekorozwoju jest i powinna być wzbogacona wiedzą o różnych jej aspektach. Wciąż bowiem zarówno definicja, jak i elementy składowe tego pojęcia nie wydają się kompletne z naukowego punktu widzenia. Zrównoważona konsumpcja dotyka bowiem kilku obszarów wiedzy, zarówno z nauk przyrodniczych, jak i społecznych. Naszym celem będzie przedstawienie najważniejszych, obecnie dyskutowanych i badanych, problemów wchodzących w skład pojęcia zrównoważona konsumpcja.

Jakość życia

Jakość życia wchodzi w skład pojęcia konsumpcji zrównoważonej, ale sama obejmuje cztery różne obszary wiedzy:

- fizyczny – szeroko rozumiany dobry stan zdrowia,
- ekonomiczny – konsumpcja produktów i usług, stan posiadania dający satysfakcję,
- społeczny – satysfakcjonująca przynależność do grupy, pozycja społeczna, aktywność społeczna,
- psychologiczny – postrzeganie siebie jako człowieka szczęśliwego.

Te cechy jakości życia mogą wystąpić w formie zobiektywizowanej, przy użyciu stosownych miar. Mówimy wtedy, że jest to jakość życia określona za pomocą wybranych kryteriów i miar. Te same cechy można też potraktować jako „poczucie jakości życia”

i wówczas pozostają jedynie miary subiektywnych ocen. Subiektywne poczucie jakości życia jest ważnym uzupełnieniem badania tego skomplikowanego zjawiska.

Jakość życia jako składnik konsumpcji zrównoważonej jest elementem pomijanym. Traktowany jest on bardziej jako swoisty wynik, a nie składnik konsumpcji zrównoważonej. W dyskusjach nad elementami konsumpcji zrównoważonej w zróżnicowanych warunkach, w jakich funkcjonują dzisiejsze społeczeństwa, powinien znaleźć miejsce tak ważny składnik jak jakość życia na różnych poziomach rozwoju społeczno-gospodarczego.

Konsumpcja racjonalna. Racjonalne zachowania konsumenta

Racjonalizacja konsumpcji to także niewątpliwy składnik konsumpcji zrównoważonej. Podobnie jak jakość życia jest to składnik wcześniejszy, znany w literaturze przedmiotu w powiązaniu ze wzorcami konsumpcji i normami spożycia⁶. Współcześnie częściej badana jest racjonalność zachowań konsumentów. Racjonalność gospodarowania (z której wywodzi się racjonalność zachowań konsumentów) jest rozumiana jako racjonalność proceduralna. Odnosi się ona do sposobu podejmowania decyzji. W myśl tego kryterium za racjonalną uznaje się taką decyzję, która w danych warunkach gospodarczych przybliży podmiot do najlepszego, możliwego wyniku bardziej niż inna decyzja. Ponieważ efekt ten jest trudno mierzalny, zwłaszcza w odniesieniu do decyzji konsumentów, racjonalność ich zachowań ma charakter względny. Racjonalne zachowania konsumentów zwykle dotyczą krótkiego i średniego okresu i oparte są na:

- racjonalności samej potrzeby,
- wiedzy o możliwościach jej zaspokojenia,
- dostępności produktów, usług i możliwości wyboru,
- refleksji „pozakupowej”⁷.

Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów o wyżej sformułowanych cechach, podobnie jak jakość życia, musi być oceniana z uwzględnieniem konkretnych warunków otoczenia i cech grup konsumentów. Racjonalność konsumpcji i zachowań konsumentów to takie składniki konsumpcji zrównoważonej, które wymagają badań i strukturalnego podejścia do konsumpcji zrównoważonej.

Společna odpowiedzialność przedsiębiorstw i instytucji jako element konsumpcji zrównoważonej

Společna odpowiedzialność biznesu (*Corporate Social Responsibility – CSR*) to koncepcja, według której przedsiębiorstwa w trakcie budowy strategii z własnej inicjatywy i opierając się na analizie otoczenia umieszczają wśród celów społeczne projekty, w tym ochronę środowiska i dobre relacje z interesariuszami. Pociąga to za sobą listę zadań, która generuje koszty, ale też zwiększa wartość dla klienta, co zwykle skutkuje wzrostem przewagi konkurencyjnej. Działania przedsiębiorstw w ramach CSR wzbogacają te elementy

⁶ J. Szczepański, *Badania nad wzorami konsumpcji*, Ossolineum, Wrocław 1977, s. 84.

⁷ E. Kieźel, *Racjonalność zachowań polskich konsumentów*, (w:) *Konsument, gospodarstwo domowe, rynek*, pod red. Z. Kędzior, AE Katowice, Centrum Badań i Ekspertyz, 2007, s. 108.

zrównoważonej konsumpcji, na rozwój których brak jest środków zarówno w budżetach gospodarstw domowych, jak i w budżecie państwa czy samorządu. Programy CSR przyczyniają się do wzrostu jakości życia różnych grup obywateli i różnych organizacji. Programy te obejmują też własnych pracowników firm przez stosowanie marketingu wewnętrznego. Społeczna odpowiedzialność biznesu to projekt, który potrzebuje narzędzi marketingu relacji. Skutki projektów CSR dla konsumpcji zrównoważonej są dziedziną bardzo słabo zbadaną, wymagają oceny ich efektywności.

Konwergencja ekonomiczna jako warunek i droga do konsumpcji zrównoważonej

Rewolucja przetrwania (ekorozwój) ma u swych podstaw „redukcję dążeń materialnych” i „rewizję koncepcji wzrostu gospodarczego i polityk rozwojowych wszystkich krajów”, w praktyce jednak funkcjonują procesy globalizacyjne, integracyjne i transformacyjne. Są to megatrendy w stadiach realizacji, o wyjaśnionych korzeniach tkwiących w rozwoju gospodarki rynkowej. Nowe megatrendy, jak ekorozwój, znajdują swój początek w funkcjonujących procesach. Zapewne rozwój zrównoważony, jak również zrównoważona konsumpcja znajdują początek w procesach konwergencji ekonomicznej i społecznej. Proces konwergencji przebiega równocześnie w trzech dziedzinach. Pierwszą z nich jest sytuacja makroekonomiczna porównywanych krajów, ze szczególnym uwzględnieniem kryteriów fiskalnych i monetarnych. Kryteria w tej dziedzinie noszą nazwę **konwergencji nominalnej**. Druga dziedzina to struktura gospodarki (i struktura gospodarek partnerów). Konwergencja w tej dziedzinie nosi nazwę **strukturalnej** i kieruje się takimi kryteriami jak: wskaźniki struktury wytwarzania i wymiany, wskaźniki modernizacji struktury rzeczowej gospodarki i wskaźniki zdolności konkurencyjnej sektora finansowego. W trakcie transformacji gospodarki nowe kraje Unii powinny zyskać wyższą substytucyjność wymiany. Trzecią dziedziną konwergencji są rzeczywiste poziomy takich wielkości jak: dochód narodowy na głowę ludności, eksport, nakłady inwestycyjne, konsumpcja, wydajność pracy, wydatki na naukę (i inne podobne co do skali ważności) w krajach UE. Dystans Polski i nowych krajów Unii do krajów najwyższej rozwiniętych w UE jest w tej dziedzinie największy. Ten rodzaj konwergencji nosi nazwę **konwergencji realnej**.

Już w trakcie pokonywania pierwszego progu integracji krajów transformujących się z Unią Europejską pojawił się dylemat swoistej kolejności typów (zbiorów kryteriów) konwergencji. Powstał wówczas zestaw kryteriów konwergencji nominalnej, które musiały być spełnione przed wejściem do Unii Europejskiej. Jednocześnie powstawały cząstkowe traktaty integracyjne, nakreślające komponenty czasowe spełnienia kryteriów sięgających do tych opisujących konwergencję strukturalną lub realną (Traktat Boloński). Jednak kolejna istotna zmiana integracyjna wiąże się z wejściem do strefy euro. W dyskusji nad dylematami konwergencji w jej trzech wcieleniach występują dwa poglądy. Jeden z nich uznaje konwergencję nominalną za dźwignię zmian, a spełnienie jej kryteriów za start do upodobnienia się gospodarek już w strefie euro. Drugi pogląd preferuje wcześniejsze upodobnienie wg kryteriów realnych i strukturalnych po to, by później zbierać owoce formalnej konwergencji. Zwycięża pogląd pierwszy, zwłaszcza że już istnieją formalne kryteria wejścia do strefy euro i to one właśnie stwarzają potrzebny pułap konwergencji formalnej. Jednocześnie

z konwergencją formalną powinno następować upodobnienie strukturalne i realne jako zabezpieczenie trwałości funkcjonowania w strefie euro oraz jako przyspieszenie uzyskania korzyści integracyjnych. Wśród kryteriów konwergencji realnej i częściowo strukturalnej mieści się sfera konsumpcji i jej bezpośrednich i pośrednich uwarunkowań. Konwergencja realna, w tym konwergencja konsumpcji, jest procesem bardziej złożonym i skomplikowanym, a często niejednoznacznym, co skłania do badań tego zjawiska, do poszukiwań prawdziwości i trafnie dobranych metod⁸.

Konwergencja społeczna i ekonomiczna w ramach Unii Europejskiej została opisana nieco szerzej, gdyż jest realnie istniejącym sposobem, a także opisem zasad wyrównywania szans, niwelowania różnic w konsumpcji. Chodzi jednak o to, aby wzorzec, jakim są kraje wysoko rozwinięte, a także te aspirujące do wzorca (kraje nowej Unii), wbudował w swoje projekty zasady ekorozwoju i konsumpcji zrównoważonej. Wydaje się, że procesy integracyjne w gospodarce światowej mogą działać z wykorzystaniem mechanizmu konwergencji. Jakość życia, racjonalność konsumpcji i konwergencja jako metoda, mogąca wystąpić w służbie celów konsumpcji zrównoważonej, to główne kierunki badań nad konsumpcją zrównoważoną.

Istotne miejsce w tych badaniach ma również konsumpcjonizm.

Konsumpcjonizm a wzrost gospodarczy w czasach współczesnych

Konsumpcja jako kategoria ekonomiczna krótko cieszyła się przyznaniem jej sprawczej roli we wzroście gospodarczym. W XXI wieku wzrost gospodarczy nie może istnieć bez dynamicznie rozwijającej się konsumpcji (popytu) we wszystkich krajach o gospodarce rynkowej. Nawet tam, gdzie prawa rynku są ograniczane, globalizm toruje drogę dla jego praw w niemal wszystkich dziedzinach życia społecznego. Funkcjonowanie systemów gospodarczych w coraz bardziej zglobalizowanym świecie uzależnione jest od nastrojów nabywców, wskaźników optymizmu konsumenckiego, innymi słowy od skłonności i chęci konsumentów do kupowania nowych produktów, korzystania z nowych usług⁹. Fakt ten wydaje się być naturalnym efektem rozwoju gospodarki rynkowej i jej mechanizmu – rynku. Już wcześniej zaobserwowano uzależnienie rozwoju potrzeb ludzkich od rozwoju ekonomicznego i społecznego, a ich zaspokojenie podlegało swoistej hierarchizacji. Wraz z pojawieniem się funduszu swobodnej decyzji w skali masowej i wraz z szybkością przepływu informacji, mobilnością dóbr i ludzi nie mówimy już o „efekcie pokazowym”, lecz o procesach globalizacji wzorców i zachowań konsumpcyjnych. Ekspansja globalnej kultury konsumpcyjnej jest procesem obiektywnym, ale wiąże się ze zjawiskami i procesami, które niektórzy badacze i publicyści określają wartościująco w wymiarze politycznym i etycznym jako „kolonizację konsumpcyjną” lub „imperializm konsumpcyjny”¹⁰. Konsumentów poddawani są wyrafinowanym zabiegom marketingowym producentów i dystrybutorów różnych dóbr

⁸ J. Kramer, *Problemy konwergencji konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce i w krajach Unii Europejskiej*, (w:) *Tożsamość i wizerunek marketingu w Polsce, stan obecny i kierunki zmian strategii marketingowych*, pod red. R. Niestroja, AE Kraków, Kraków 2009.

⁹ B. Mróz, *Consumo ergo sum? Rola konsumpcjonizmu we współczesnych społeczeństwach*, (w:) *Oblicza konsumpcjonizmu*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2009, s. 13.

¹⁰ Cz. Bywalec, *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, WN PWN, Warszawa 2007, s. 145-146.

oraz silnej medialnej presji, promującej hedonistyczny styl życia, egocentryzm i dążenie do wyróżniania się. Rośnie popyt na luksusowe dobra i praktyka gromadzenia dóbr, przy przejawach marnotrawstwa. Tak więc nadmierna konsumpcja, nieusprawiedliwiona rzeczywistymi potrzebami człowieka i nieuwzględniająca kosztów społecznych, ekologicznych i indywidualnych, została nazwana konsumpcjonizmem. „Nadmierna konsumpcja” to określenie nieostre, może być subiektywne, ale już jest uogólniane na całą konsumpcję krajów gospodarczo rozwiniętych lub na dowolną jej część, np. w dziedzinie wyposażenia mieszkań lub mody. Rozwój potrzeb w tej dziedzinie i w tych krajach jest uznawany za nieuprawniony. Nie zdołano jednak jeszcze ustalić kryterium dla określenia, czym są potrzeby elementarne, podstawowe w społeczeństwach tych krajów, a czym potrzeby (wg J. Szczepańskiego) „otoczkowe”, wtórne, które mają charakter pozorny, są konsumenckim kaprysem. Trzeba też pamiętać, że mechanizm powstawania potrzeb konsumpcyjnych uwzględnia sytuację, kiedy zaspokojenie potrzeb wtórnych ma walory symboliczne i odgrywa rolę nośników statusu, prestiżu, przynależności do grupy społecznej. Niewątpliwie konsumpcja symboliczna jest istotnym wyróżnikiem współczesnej globalnej kultury konsumpcyjnej, a dotyczy to wszystkich krajów, o różnych poziomach rozwoju.

Konsumpcjonizm w swym pejoratywnym znaczeniu kładzie się cieniem na całą sferę dzisiejszej konsumpcji, zaprzeczając jej inspirujący i uczestniczący sens w rozwoju produkcji dóbr i usług oraz w kształtowaniu oblicza przedsiębiorczości. Konsumpcjonizm wymaga pilnych badań nad zdefiniowaniem określeń „nadmierne potrzeby” i „nadmierna konsumpcja”. W polskich warunkach zbiór takich badań zawiera cytowana już książka „Oblicza konsumpcjonizmu”, pod redakcją B. Mroza. Konsumpcjonizm nie może być „motorem wzrostu gospodarczego na świecie”, gdyż jest nim konsumpcja we wszystkich swoich przejawach i w każdym miejscu, z konsumpcjonizmem „w pakiecie”.

Oddolne, „obywatelskie” działania mają tę konsumpcję uczynić „konsumpcją zrównoważoną” i to ona ma pełnić rolę mechanizmu napędowego gospodarki.

Kulturowy wymiar konsumpcji zrównoważonej

W licznych charakterystykach konsumpcjonizmu znajdujemy i taką: konsumpcja w warunkach gospodarki globalnej jest jak rozpędzony peleton, którego czoło wykreowane przez zmasowaną reklamę narzuca tempo rozwoju i zmian strukturalnych potrzeb konsumpcyjnych. Ktoś zawsze pozostaje w środku, ktoś inny w ogonie peletonu, a na czele liderzy konsumpcjonizmu. Odpowiedzią na konsumpcjonizm ma być konsumpcja zrównoważona. Według jej omówionych wyżej charakterystyk to zachowania ekologiczne i względy społeczne powinny powściągnąć nadmierną konsumpcję, a dokonać tego może społeczeństwo obywatelskie. Już dziś można wskazać kraje rozwinięte, gdzie ukształtowało się społeczeństwo obywatelskie. Nie wygląda ono jednak nigdzie jak „czoło peletonu konsumpcji zrównoważonej” zdolne powściągać „konsumpcję nadmierną”. Swoiste przywództwo w dziedzinie konsumpcji oraz zdolności i uprawnienia wzorotwórcze pozostają w sprzeczności z samoograniczeniem, jeśli jego motyw (ekologia, przyszłość planety, bieda i głód w krajach Południa) nie znajdzie przełożenia na mechanizm działania.

W chwili obecnej wygrywa duży, silny i bogaty. Biolodzy tłumaczą to zasadą, że mamy genetyczną skłonność do stawiania interesu osobniczego przed interesem gatunku i na tym polega proces ewolucyjnego doboru naturalnego. Każdy woli mieć własny dom, własną rodzinę i zapewnić właśnie jej jak najlepsze warunki, a że zasoby są ograniczone, dąży do tego żeby zebrać z tych zasobów więcej, niż udaje się innym. Takie postępowanie zapewnia mu biologiczny sukces. Co prawda perspektywa ekologiczna pokazuje, że taka strategia zagraża życiu całej planety, ale jest to – w odczuciu indywidualnym – perspektywa odległa. Niewątpliwie słuszna z perspektywy przyrodniczej wizja Schumachera, opisana w jego książce „Małe jest piękne”, na płaszczyźnie społeczno-politycznej okazała się utopią. Już teraz możemy jednak swoje indywidualne „ja” poszerzać na innych ludzi i gatunki. Wymaga to istotnego, indywidualnego wysiłku. Świadectwo temu wysiłkowi dajemy, broniąc zachowanych jeszcze resztek dzikiej przyrody. Wówczas nasz jednostkowy interes rozszerza się na „wilka i las”. Popularne jest takie myślenie: prawdopodobnie nie powstrzymamy dominującego nurtu zwycięzania „większego” i „mocniejszego”, ale chroniąc resztki dzikiej przyrody, zwiększamy szansę przetrwania, po dojściu pochodzącej cywilizacji pod ścianę. Oczekiwanie od ludzi wyrzeczeń i rezygnacji ze strategii indywidualnego sukcesu jest utopijne¹¹.

Co może przewyciężyć wyżej opisany sposób rozumowania i związane z nim zachowania konsumpcyjne, zważywszy że konsumpcja, jej wielkość i struktura są funkcją: dochodu jednostki, wolnej nadwyżki, poziomu kultury jednostki i jej środowiska, nacisku reklamy (zasobu informacji), ilości wolnego czasu i charakteru jego spożytkowania? W krajach gospodarczo rozwiniętych, gdzie świadomość zrównoważonej konsumpcji jest największa, takie zmienne jak dochód, wolna nadwyżka (fundusz swobodnej decyzji), czy ilość wolnego czasu pozwalają na swobodniejszy wybór struktury konsumpcji. Nadwyżka konsumenta nie jest zdeterminowana i może być przeznaczona na dowolny dostępny zestaw towarów lub usług. Wydatki konsumenta będą zależą od utartych obyczajów oraz postaw, których się dopiero nauczy¹². Pokazna nadwyżka w krajach rozwiniętych tworzy tylko potencjalną siłę nabywczą. Dlatego nacisk reklamy jest dziś tak intensywny, ale jednocześnie filtrowany przez dostęp do wielorakich źródeł informacji. Nowe technologie informacyjne są obosieczne – służą reklamie, ale też pozwalają ją relatywizować. Z podstawowego zestawu czynników determinujących konsumpcję nie wymieniliśmy jeszcze kultury konsumenta, jej poziomu i struktury, a także poziomu kultury zbiorowości, w której on żyje. Kultura to pojęcie bardzo pojemne. Według E. Taylora jest to „złożona całość, która obejmuje wiedzę, wierzenia, sztukę, moralność, prawa, obyczaje oraz inne zdolności i nawyki nabyte przez ludzi jako członków społeczeństwa”. Jak widać, nic z kultury nie jest nam dane, wszystkiego trzeba się nauczyć. Człowiek nie rodzi się z określoną strukturą potrzeb. Jest ona wytworem kultury. Akceptowany społecznie kształt piękna jest również wytworem kultury, jak jest nim dobór i smak preferowanych i spożywanych potraw. Wykształcenie smaku artystycznego nie oznacza narzucania określonych kanonów, np. muzyki lub malarstwa, lecz stwarzanie warunków, w których człowiek uczy się obcować z wielką sztuką. Sztuki mieszkania także trzeba się uczyć, ale nie można jej się nauczyć, mieszkając w ciasnym mieszkaniu wyposażonym w brzydkie meble i niewystarczające urządzenia domowe. Sens architektury i wzornictwa przemysłowego polega na wychowywaniu ludzi do odczu-

¹¹ J. Korbel, *Błędne koło*, „Magazyn Ekologiczny” 2001, nr 3-4.

¹² E. Lipiński, *Problemy, pytania, wątpliwości. Z warsztatu ekonomisty*, PWE, Warszawa 1981, s. 522.

wania piękna, jednak jest to możliwe tylko przez czynne doświadczenie¹³. Wzorce kulturowe przekazywane są poszczególnym członkom społeczności przez proces uczenia. Kultura ma swój wymiar niematerialny (idee, wartości, religie, mity, symbole, język, rytuały, orientacje), materialny (wytwory sztuki, rzemiosła itp.), a także organizacyjny (struktura rodziny, instytucje społeczne, klasy społeczne). Są one zintegrowane i spójne w obrębie poszczególnych systemów kulturowych.

Spśród wszystkich elementów kultury to wartości ją konstytuują i stanowią jej rdzeń. To one przekładane są na język norm i reguł kulturowych, rytuałów, mitów, symboli i tabu, które jako wzory kulturowe wpływają na zachowania konsumentów. Tak odbywa się kształcenie potrzeb i jest ono czymś odmiennym od kształtowania potrzeb za pomocą mechanizmów ekonomicznych, a zwłaszcza od manipulowania nimi przez agresywną reklamę. W cywilizacji współczesnej konsument nie może w pełni zaspokoić tych potrzeb, które rozwijają ludzką osobowość, odrębność, kreatywność i autonomię. Gdyby potrzeby te zostały obudzone i uświadomione, byłaby szansa na przekonanie, że obfitość przedmiotów wciąż od nowa nabywanych jest tylko środkiem do celu, a nie nim samym. Struktura tej obfitości może i powinna ulec zmianie, ale sama obfitość dóbr materialnych stanowi założenie bogactwa życia indywidualnego. Nędza i asceza rodzą kalectwo duchowe.

Kształcenie potrzeb konsumentów może nieść przesłanie dla innowatorów w dziedzinie techniki, technologii, ekologii, a także dla twórców kultury i wszystkich sztuk różnych narodów. To przesłanie nie będzie minimalistyczne i ascetyczne, ale będzie sednem zrównoważonej konsumpcji.

Bibliografia

- Bywalec Cz., *Konsumpcja w teorii i praktyce gospodarowania*, WN PWN, Warszawa 2007.
- Kieźel E., *Racjonalność zachowań polskich konsumentów*, (w:) *Konsument, gospodarstwo domowe, rynek*, pod red. Z. Kędzior, AE Katowice, Centrum Badań i Ekspertyz, 2007.
- Korbel J., *Błędne koło*, „Magazyn Ekologiczny” 2001, nr 3-4.
- Kramer J., *Problemy konwergencji konsumpcji gospodarstw domowych w Polsce i w krajach Unii Europejskiej*, (w:) *Tożsamość i wizerunek marketingu w Polsce, stan obecny i kierunki zmian strategii marketingowych*, pod red. R. Niestroja, AE Kraków, Kraków 2009.
- Lipiński E., *Problemy, pytania, wątpliwości. Z warsztatu ekonomisty*, PWE, Warszawa 1981.
- Meadows D., Meadows D., Randers J., *Limits to Growth – The 30 – Year Update*, Chelsea Green Publishing, White River Junction 2004.
- Mróz B., *Consumo ergo sum? Rola konsumpcjonizmu we współczesnych społeczeństwach*, (w:) *Oblicza konsumpcjonizmu*, Szkoła Główna Handlowa, Warszawa 2009.
- Rifkin J., *Koniec pracy, schyłek siły roboczej na świecie i początek ery postrynkowej*, Wydawnictwo Dolnośląskie, Wrocław 2001.
- Sadowski Z., *Granice wzrostu – nowa ocena sytuacji*, (w:) *Przyszłość-Świat-Europa-Polska*, Biuletyn Komitetu Prognoz „Polska 2000 Plus” przy Prezydium PAN, 2006, nr 1.

¹³ Tamże, s. 522.

Szczepański J., *Badania nad wzorami konsumpcji*, Ossolineum, Wrocław 1977.

The Millennium Development Goals, United Nations, 55 Sesja ONZ, 2000.

Vogl J., *Das Gespenst des Kapitals*, Diaphanes, Zürich 2011.

Streszczenie

Artykuł poświęcony jest prezentacji roli i znaczenia konsumpcji w rozwoju społeczno-gospodarczym. Główny przedmiot rozważań stanowią konsumpcja zrównoważona, konsumpcjonizm oraz kulturowy wymiar konsumpcji. W odniesieniu do konsumpcji zrównoważonej przybliżone są przede wszystkim jej podstawowe elementy składowe: jakość życia, konsumpcja racjonalna i racjonalne zachowania konsumentów, społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstw i instytucji oraz konwergencja ekonomiczna. Przy omawianiu konsumpcjonizmu nacisk położony został na pokazanie jego dyskusyjnej roli jako czynnika wzrostu gospodarczego. Kultura pokazana jest jako niezmiernie istotny element innowacyjności i rozwoju potrzeb wyraźnie różniący się od kształtowania potrzeb za pomocą mechanizmów ekonomicznych.

Słowa kluczowe: konsumpcja, konsumpcja zrównoważona, konsumpcjonizm, kulturowy wymiar konsumpcji, rozwój społeczno-gospodarczy.

Summary

The article is devoted to presentation of the role and importance of consumption in the socio-economic development. The main subject matter of deliberations is sustainable consumption, consumerism and the consumption's cultural dimension. As regards sustainable consumption, there are specified, first of all, its basic components: quality of life, reasonable consumption and consumers' reasonable behaviour, enterprises' and institutions' social responsibility as well as economic convergence. While discussing consumerism, an emphasis is made on showing its arguable role as a factor of economic growth. Culture is shown as an extremely important element of innovativeness and development of needs, clearly differing from shaping the needs with the help of economic mechanisms.

Key words: consumption, sustainable consumption, consumerism, cultural dimension of consumption, socio-economic development.