

Trudności z wdrażaniem konsumpcji zrównoważonej w ponowoczesnej epoce przyspieszenia

Difficulties in the Implementation of Sustainable Consumption in the Post-modern Era of Acceleration

Marcin Leźnicki

Institut Filozofii, Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0855-146X> • Lemahr@umk.pl

Zgłoszono: 5.11.2020; recenzowano: 11.01.2021; zaakceptowano do druku: 14.01.2021

Streszczenie: W artykule przedstawiono zasadnicze trudności, które uniemożliwiają przyjęcie i wdrażanie konsumpcji zrównoważonej w warunkach neoliberalnej gospodarki wolnorynkowej. W celu lepszego zilustrowania omawianego tematu artykuł podzielono na dwie części. W pierwszej omówiono podstawowe trudności, jakie wpłynęły na nieprzyjęcie koncepcji konsumpcji zrównoważonej leżącej u podstaw rozwoju zrównoważonego. W celu lepszego zobrazowania wspomnianych trudności przedstawiono bliżej pojęcie konsumpcji zrównoważonej, sposoby jej społecznego rozumienia, jak też aksjologię, do której się odwołuje. Ponadto omówiono charakterystykę jakościową konsumpcji zrównoważonej ze wskazaniem przyczyn jej niedostosowania do modelu gospodarki wolnorynkowej. W drugiej części zaprezentowano postulowany w ramach postmodernizmu projekt konsumpcji przyspieszonej leżącej u podstaw ponowoczesnej epoki przyspieszenia. Wskazano przy tym jego optymalne dostosowanie do epoki czasu szybko płynącego oraz wymogów gospodarki wolnorynkowej, nastawionej na optymalizację zysku. Zwrócono też uwagę na ilościową charakterystykę przyspieszonej konsumpcji masowej oraz nową aksjologię konsumencką, którą przyniosła ponowoczesność. Ostatecznie przedstawiono, po pierwsze, główne różnice, jakie występują pomiędzy przedstawionymi typami konsumpcji, po drugie zaś warunki realizacji konsumpcji przyspieszonej w warunkach ponowoczesnej epoki przyspieszenia.

Słowa kluczowe: konsumpcja zrównoważona, konsumpcja przyspieszona, epoka przyspieszenia, rozwój zrównoważony, ponowoczesność

Abstract: This article presents the difficulties that prevent the implementation of sustainable consumption, in conditions of the neo-liberal free market economy. In order to better illustrate this topic, the article has been divided into two parts. The first one describes the reasons for not implementing the idea of sustainable consumption, which is the basis of sustainable development. In order to better clarify these reasons, this part also describes in detail, the concept of sustainable consumption, how it is perceived by society, and its related axiology. Moreover, qualitative characteristics of sustainable consumption are presented. The second part presents the idea of accelerated consumption, postulated by post-modernism, and being the basis of the post-modern era of acceleration. It also details the optimal adjustment of accelerated consumption to the era of fast-flowing time, and requirements of the free market economy, oriented on income optimisation. Furthermore, it points at quantitative characteristics of accelerated mass consumption, and new consumer axiology brought about by post-modernism. Finally, the main differences between these two types of

consumption, and the conditions for implementing accelerated consumption in the post-modern era of acceleration, are presented.

Keywords: sustainable consumption, accelerated consumption, era of acceleration, sustainable development, postmodernity

Wprowadzenie

Od ponad 25 lat, tj. od zakończenia konferencji Narodów Zjednoczonych „Środowisko i rozwój”, postulat zrównoważonej konsumpcji¹ zaczęto traktować priorytetowo, promując go w licznych dokumentach dotyczących zarządzania i równoważenia rozwoju społeczno-gospodarczego na szczeblu zarówno lokalnym, jak i międzynarodowym (m.in. dokumenty Komisji i Wspólnoty Europejskiej, Agenda 21). We wspomnianych dokumentach podkreślono jednocześnie doniosłą rolę konsumenta jako jednostki trwale odpowiedzialnej za skuteczną realizację postulatów zrównoważonego rozwoju (Berg 2011; Moisaner et al. 2010; Peattie and Collins 2009; Thøgersen and Crompton 2009; Fuchs and Lorek 2005).

Dla przykładu, twórcy Agendy 21, w części I, w punkcie czwartym podkreślili pilną potrzebę zmiany wdrażanych w ponowoczesności modeli konsumpcji, w zakresie – po pierwsze – równoważenia modeli produkcji i konsumpcji, po wtóre zaś – reorganizacji rozwoju polityki i strategii narodowych w celu eliminacji niewłaściwych modeli konsumpcyjnych. W dalszej części wspomnianego dokumentu (w nawiązaniu do Raportu Brundtland, na który się powołali) podkreślili trzy konstytutywne elementy, które swoim zasięgiem powinna obejmować formuła trwałego i zrównoważonego rozwoju, tj. trwałość ekologiczną, ekonomiczną

i sprawiedliwość społeczną (w ramach każdego pokolenia oraz międzypokoleniowo) (Pieńkowski i Kośmicki 2001). Zaznaczyć przy tym warto, że utrzymaniu trwałości ekologicznej i ekonomicznej zagrażać miały postępująca degradacja i degeneracja bogactw naturalnych, jako następstwo niezrównoważonej konsumpcji, w powiązaniu z niewłaściwą ich eksploatacją, która nie sprzyja ani minimalizacji zużycia drastycznie malejących zasobów, ani redukcji zanieczyszczeń. Sprawiedliwości społecznej zagrażać miało natomiast to, że o ile nawet konsumpcja w niektórych częściach świata jest bardzo wysoka, o tyle istnieją również duże grupy ludności, których podstawowe potrzeby konsumpcyjne nie są zaspokojone w minimalnym nawet stopniu. Wynika to, jak zaznaczono w dokumencie, z nadmiernego popytu i niezrównoważonego stylu życia w bogatszych regionach, a dodatkowo powoduje ogromne szkody ekologiczne. Jednocześnie biedniejsze warstwy społeczne nie są w stanie zaspokoić swoich podstawowych potrzeb w dziedzinie żywienia, opieki zdrowotnej, schronienia i oświaty.

Postulowana zmiana modeli konsumpcji wymagałaby, jak wynika z tekstu Agendy, wielokierunkowej strategii obejmującej: popyt, zaspokojenie podstawowych potrzeb ludzi ubogich, zmniejszenie strat materiałowych a wreszcie zmniejszenie wykorzystania będących na wyczerpaniu zasobów w procesie produkcyjnym. Jako remedium na opisany w Agendzie niepokojący stan rzeczy sygnatariusze dokumentu wskazali pilną potrzebę: a) promocji modeli konsumpcji i produkcji, które zredukują szkody ekologiczne i zaspokoją podstawowe potrzeby ludzkości, z jednoczesnym b) rozwinięciem lepszego zrozumienia znaczenia konsumpcji i sposobów wprowadzenia bardziej

¹ W artykule posługiwać się będę terminem konsumpcji zrównoważonej. Zaznaczyć jednak należy, że w polskojęzycznej literaturze przedmiotu jest on stosowany zamiennie z terminem konsumpcji trwałej i zrównoważonej (*the sustainable consumption*), a w kontekście dyskusji nad zrównoważonym wykorzystywaniem zasobów przyrodniczych – konsumpcji zielonej (*the green consumption*).

zrównoważonych modeli konsumpcyjnych. Dodali również, że ostatecznie w budowę trwałych modeli konsumpcyjnych mają być zaangażowane rządy we współpracy z odpowiednimi (choć bliżej niesprecyzowanymi) organizacjami oraz przywołani wcześniej konsumenci.

Wśród ściśle określonych celów wymagających realizacji wskazali: a) konieczność promocji skuteczności procesów produkcyjnych i redukcji rozrzućnej konsumpcji w procesie wzrostu gospodarczego, z uwzględnieniem potrzeb rozwojowych krajów rozwijających się, jak też b) rozwinięcie struktury działań wewnętrznych, które pozwolą na dokonanie zmian na rzecz zrównoważonych modeli produkcji i konsumpcji oraz c) potrzebę podjęcia kroków służących wzmocnieniu czynników wspierających zrównoważone modele produkcji i konsumpcji, w tym działania na rzecz transferu sprzyjającej środowisku technologii do krajów rozwijających się (na podstawie: UNGA 21; Kozłowski 1993, 17-31).

Ostatecznie, zrównoważoną konsumpcję powiązano ze strategią na rzecz rozwoju trwałego i zrównoważonego służącego „zaspokajaniu potrzeb bieżących bez ponoszenia ryzyka, że przyszłe pokolenia nie będą mogły zaspokoić swoich potrzeb” (WCED 1987, 12).

Pomimo początkowego entuzjazmu towarzyszącego pomysłodawcom idei konsumpcji zrównoważonej mającej wpłynąć na powszechne przeobrażenie świadomości konsumenta masowego (Fuchs and Lorek 2005) i przeświadczenia tychże, że właśnie w oparciu o nią można będzie budować i rozwijać politykę na rzecz rozwoju trwałego i zrównoważonego, stało się inaczej. Sama zaś próba zmiany modelu współczesnej konsumpcji nie powiodła się (Thøgersen and Crompton 2009), odsłaniając przy tym ze zdwojoną siłą nieskromne oblicze konsumpcji masowej² pozostającej na usłu-

gach globalnej ekonomii wolnorynkowej. Ta bowiem nie sprzyja w najmniejszym nawet stopniu rozwojowi trwałemu i zrównoważonemu, lecz przyspieszonemu³ (Tukker and Tischner 2017; Chatterji 2017; Jaworek and Kuzel 2015; Glasmeier 2017) oraz, leżącej u jego podstaw, gwałtownej i wciąż przyspieszającej konsumpcji masowej (Eriksen 2001).

Zasadne wobec powyższego byłoby zatem, z jednej strony, zastanowienie się i udzielenie odpowiedzi na pytanie: dlaczego konsumpcja zrównoważona nie cieszy się stosownym zrozumieniem, ani uznaniem, w obliczu dominującej i wypierającej ją konsumpcji masowej. Z drugiej zaś warto zastanowić się nad przyczynami, które doprowadziły do powstania i szybkiego rozwoju akceptowalnej społecznie konsumpcji masowej.

1. Trudności związane z wdrażaniem konsumpcji zrównoważonej

Na zarysowany stan rzeczy wpłynęło niewątpliwie kilka czynników. Zaczynając od najbardziej ogólnej konstatacji, podkreśla się, że koncepcja zrównoważonej konsumpcji stanowi raczej wyraz niedającej się rozstrzygnąć refleksji teoretycznej, aniżeli powszechnie akceptowalnej dyrektywy praktycznego postępowania. Należy ją tym samym traktować jako wyraz dobrych chęci, bądź postulat, jak ma to choćby miejsce w przypadku wskazań zawartych w Agendzie 21. Koncepcja zrównoważonej konsumpcji nie została bowiem ujęta w ramy legislacyjnych przepisów, bądź rozporządzeń służących wprowadzeniu realnych, a przy tym koniecznych przemian w obszarze wdrażania i reorganizacji

sumpcji (*the turbo-consumption*) (Carr et al. 2012, Arnould and Thompson 2005, Dhar and Wertebroch 2000, Ponthiere 2011, Slater 1997, Schwartz 2010, Esposti 2015).

³ Omawiany w literaturze przedmiotu rozwój przyspieszony (*the accelerated development*), lub szybki (*the turbo development, the fast development*), to rozwój z założenia gwałtowny (*the rapid development*) i dokonujący się dzięki wsparciu nowoczesnych technologii, stąd utożsamiany z rozwojem typu high-tech (*the high-tech development*).

² Badacze zajmujący się konsumpcją masową zauważają, że aktualnie przybrała ona postać nadkonsumpcji (*the overconsumption*), hiperkonsumpcji (*the hypero-consumption*), czy też turbokon-

polityki konsumpcyjnej służącej równoważeniu modeli produkcji i konsumpcji.

Zdaniem m.in. Valor i Strasser (Valor 2008; Strasser 2003), prowadzących badania nad polityką konsumencką, wśród zasadniczych powodów uniemożliwiających rozstrzygnięcie sporu konsumpcyjnego na rzecz przyjęcia oraz praktycznego wdrożenia modelu konsumpcji zrównoważonej, w miejsce masowej, wskazać należy brak możliwości zdefiniowania, czym jest zrównoważona konsumpcja oraz podejmowane w jej ramach zrównoważone działania, przy równoczesnym braku wyraźnych narzędzi ich skutecznej realizacji, w tym dyrektyw prawno-ekonomicznych, przepisów wykonawczych, czy rozporządzeń. Te bowiem konsumpcji zrównoważonej, w przeciwieństwie do masowej, nie sprzyjają.

W pierwszym przypadku, tj. próbując odpowiedzieć na pytanie, czym jest konsumpcja zrównoważona i podejmowane w jej ramach zrównoważone działania konsumpcyjne, problematyczny okazuje się brak niezbędnej a jednocześnie niesprzecznej wiedzy na ich temat. O ile nawet dostępnych informacji (w tym przeglądowych materiałów edukacyjnych) na temat konsumpcji zrównoważonej jest relatywnie dużo, o tyle są one ze sobą bardzo często sprzeczne. O wspomnianej antynomii informacyjnej zaświadczyć może m.in. częsty brak jednoznacznych informacji na temat sprzedawanych towarów, w tym informacji na temat procesu, miejsca oraz warunków, w jakich te powstały, użytych w procesie produkcji metod i środków wytwórczych, uzyskanych przez producenta atestach, prowadzonych na etapie wdrożeniowym testach (m.in. testach na zwierzętach w przypadku produktów kosmetycznych), ograniczeniach związanych z użyciem określonego produktu, czy wreszcie zamieszczaniem sprzecznych, a także niepełnych i zakamuflowanych charakterystyk oraz składów produktów. Podanie tychże uzależnione jest m.in. od obranych docelowo rynków zbytu. Wspomniane działania nie tylko utrudniają, lecz wręcz uniemożliwiają podejmowanie przez ludzi

zamierzonych, a przy tym zrównoważonych decyzji konsumenckich.

Z drugiej strony, podejmowanym działaniom konsumpcyjnym nie sprzyja panujące zamieszanie w definiowaniu konsumpcji zrównoważonej. Wynika ono ze współwystępowania wielu różnych, niesprowadzalnych do siebie, zmiennych, niezgodnych ze sobą i ścierających się stanowisk na temat konsumpcji zrównoważonej (Laine and Varara 2007; Hardy et al. 2000; Caruana and Crane 2008; Livesey 2001; Maguire and Hardy 2006). Na niejednoznaczne rozumienie konsumpcji zrównoważonej wpływ mają bowiem rozliczne przesłanki. W tym m.in. konieczność nie tylko uwzględnienia, lecz także pogodzenia ze sobą sprzecznych składowych zrównoważonej konsumpcji, w tym ekonomicznych i socjokulturowych (Potter and Wetherell 2007; Hall 1996). I tu pojawiają się problemy. Jak bowiem skutecznie pogodzić ze sobą ekonomię konsumpcji z pozaekonomicznymi postulatami jej równoważenia, propagowane m.in. w tekście Agendy 21, czy porozumieniach paryskich, postulaty trwałości ekologicznej i sprawiedliwości społecznej ze zrównoważeniem ekonomicznym. W tym interesujący ekonomię niezrównoważony popyt z nawoływaniem (m.in. ze strony wyczulonych na problemy współczesności zwolenników zrównoważonego rozwoju, ruchów ekokonsumpcjonistycznych, weganistów, czy przedstawicieli ruchów Zero Waste) do ograniczania ludzkich potrzeb do tzw. podstawowych. Podstawowych, tzn. jakich? Powyżej wskazano tylko kilka trudności, z jakimi muszą się zmierzyć zwolennicy konsumpcji zrównoważonej.

Brak dostatecznej, a przy tym niesprzecznej wiedzy na temat konsumpcji zrównoważonej oraz jej niedookreślenie przełożyły się ostatecznie na niemożność podania jej jednoznacznej definicji. Tę zaś zastąpiła wielość możliwych stanowisk, w równym stopniu aprobowanych co odrzucanych i nieustannie renegocjowanych (Hardy et al. 2000; Thompson 1997). Niesprecyzowanie pojęcia konsumpcji zrównoważonej

wpłynęło ostatecznie na sposób jego postrzegania, jako nieostrego. Stanowiło przy tym asumpt do odrzucenia możliwości praktycznej realizacji strategii zrównoważonego rozwoju w oparciu o model zrównoważonej konsumpcji.

Co więcej, pozostając przy problemach definicyjnych, należy zauważyć, że definiowanie omawianego typu konsumpcji sprowadza się nazbyt często do ukazania jego charakterystyki wyłącznie jakościowej, nie zaś ilościowej (Kozłowski 2002). Widać to szczególnie wyraźnie, kiedy pytamy o tempo, siłę i skalę konsumpcji, o stopień zaspokojenia potrzeb konsumenckich (zarówno aktualnych, jak i przyszłych), czy wreszcie miarę rozwoju, któremu konsumpcja zrównoważona ma służyć. Zasadne byłoby wobec powyższego podanie ilościowych (liczbowych) wskaźników dających choćby orientacyjne pojęcie na temat tego, jak oszacować słuszne tempo oraz niezbędny zakres konsumpcji, jak ocenić racjonalny stopień zaspokojenia potrzeb, czy też sprawiedliwą miarę rozwoju i służącej jej konsumpcji. To wreszcie pytanie o to, w jaki sposób zbalansować składowe konsumpcji zrównoważonej, tj. profit (zysk) – z jednej strony – i dobrostan środowiska (świata) – z drugiej.

O ile podanie ścisłej definicji konsumpcji zrównoważonej, leżącej u podstaw rozwoju trwałego i zrównoważonego, jest praktycznie niemożliwe, o tyle dużo łatwiej jest odpowiedzieć na pytanie o rolę i znaczenie konsumpcji masowej, leżącej u podstaw rozwoju przyspieszonego, w tym podać jej charakterystykę zarówno jakościową, jak i ilościową. Ta bowiem odwołuje się bezpośrednio do kategorii szeroko pojmowanego zysku i – w przeciwieństwie do konsumpcji zrównoważonej – nie interesuje jej jakiegokolwiek równoważenie, lub co najwyżej wtórnie.

Dodać w tym miejscu należy, że jeżeli nawet uświadomimy sobie, iż alternatywą dla rozwoju zrównoważonego pozostaje rozwój przyspieszony, a ściślej żywiłowy rozwój gospodarki wolnorynkowej, którego nieprzyhamowanie grozi katastrofą ekologiczną w skali globalnej, to i tak jest ona

bardzo prawdopodobna. Można oczywiście pokładać nadzieję w kolejnych szczytach klimatycznych, powstających agendach prośrodowiskowych, zawieranych porozumieniach, np. paryskich, proekologicznych ruchach zaangażowania społecznego, w tym ekokonsumpcjonistach, czy ruchu Zero Waste, jak również w ruchach na rzecz ochrony klimatu, m.in. młodzieżowych, których symbolem stała się Greta Thunberg. Każdy z przywołanych powyżej przykładów stanowi konkretyzację formuły zrównoważonego rozwoju i konsumpcji. Równocześnie żaden nie przyczynił się w zdecydowany sposób do przełamania impasu, w jakim znalazł się zrównoważony rozwój i konsumpcja.

Szukając odpowiedzi na pytanie: dlaczego tak się stało, należy wrócić do badań, jakie nad polityką konsumencką prowadziły Valor i Strasser (Valor 2008; Strasser 2003). Zauważyły one mianowicie, że poza niemożliwością zdefiniowania, czym jest zrównoważona konsumpcja, co zostało opisane we wcześniejszej części tekstu, nie posiadamy narzędzi jej skutecznej realizacji, w tym dyrektyw prawno-ekonomicznych, przepisów wykonawczych, rozporządzeń, czy ustaw. Przykładowo, Agenda 21 czy Porozumienie Paryskie mają charakter zasadniczo postulatowy, a tym samym – ograniczając się do wskazań – nie nakładają nadmiernych obciążeń na kraje niewdrażające postulatów konsumpcji zrównoważonej, jak również nie przewidują sankcji z tytułu ich niewdrożenia (m.in. artykuły 13. i 15. Porozumienia Paryskiego).

W przeciwieństwie do konsumpcji zrównoważonej, dla której nie wypracowano przejrzystych instrumentów działania, ani narzędzi jej skutecznej realizacji, w tym przepisów, czy aktów prawnych, konsumpcja masowa jest optymalnie dostosowana do modelu gospodarki wolnorynkowej nakierowanej na maksymalizację zysku. Mówiąc prościej, mechanizmy efektywnego działania konsumpcyjnego charakteryzujące gospodarkę wolnorynkową pokrywają się z ideą konsumpcji masowej, nastawionej na optymalizację zysku wszelkimi możliwymi

i dostępnymi środkami, w celu osiągnięcia jak najwyższego wskaźnika rozwoju gospodarczego i nieograniczonej satysfakcji (zadowolenia) konsumenta. Mechanizmy te stoją natomiast w wyraźnej sprzeczności wobec założeń leżących u podstaw konsumpcji zrównoważonej. Ta bowiem, jak pamiętamy, zakładała konieczność uzupełnienia gospodarczych wskaźników rozwoju (definiowanych przez zysk i zadowolenie człowieka) o równoważące się z nimi kryterium środowiskowe (definiowane przez dobrostan społeczno-przyrodniczy).

To z kolei kryterium – rozpatrywane w perspektywie reglamentacji oraz kontroli rozwoju gospodarczego, w zakresie realizacji potrzeb, produkcji i konsumpcji oraz powiązanego z nimi wykorzystania zasobów środowiskowych – pozostaje niedookreślone. Co więcej, oparte jest na myśleniu życzeniowym i powinnościowym, a nie wskazaniach formalnoprawnych. Przyjęcie długofalowego planu działania z czasowym odroczeniem, bądź możliwą redukcją zysku, w tym ograniczając indywidualną satysfakcję jednostki na rzecz (bliżej niesprecyzowanego) interesu społecznego, szerzej zaś dobrostanu świata (cokolwiek miałyby to znaczyć), ponad wszelką wątpliwość nie tylko nie ma umowienia w unormowaniach z zakresu liberalnej gospodarki wolnorynkowej, lecz także jest z nią sprzeczne. Ponadto odwołuje się do pozaekonomicznej kategorii powinności i bazuje na niedającym się utrzymać myśleniu życzeniowym.

Jak dodaje Wojciech Sztumski, „za bezzasadnością wiary w możliwość realizacji idei rozwoju zrównoważonego w warunkach obecnego ustroju przemawia to, że w wyniku zmasowanego i nasilającego się oddziaływania propagandy na świadomość mas społecznych, w tym przede wszystkim za pomocą reklamy i środków przekazu masowego, znaczna większość ludzi nie tylko w krajach bogatych poddaje się kultowi pieniądza i chce coraz bardziej bogacić się, by moc dorównać stylowi życia finansjery. W takim razie, wątpliwe jest, aby ktoś, kto chce się dorobić, zechciał z własnej woli

zrezygnować ze swych marzeń o bogactwie i pozwolił się poddawać kontroli społecznej. W czasach, kiedy znacznej redukcji ulegają horyzonty czasowe prognoz i przewidywań i kiedy ludzie pod presją czasu zegarowego i niezwyklego tempa życia oraz bardziej żyją terażniejszością, myślenie o przyszłości i o losie dalszych pokoleń stało się mało ważne” (Sztumski 2008, 137-138).

Można tym samym powiedzieć, że skutecznej realizacji idei konsumpcji zrównoważonej zdecydowanie nie sprzyja liberalna gospodarka wolnorynkowa zorientowana na efektywność rynkową poza jakąkolwiek faktyczną kontrolą oraz prymat nieograniczonego zysku. Nie sprzyja jej również powszechne nakierowanie społeczeństwa na oderwaną od innych wartości: wartość satysfakcji (zadowolenia), na co uwagę zwraca, m. in. przywołany powyżej Sztumski. Ostatecznie zatem dla neoliberalnej gospodarki wolnorynkowej będą się liczyć, z jednej strony zysk, z drugiej zaś powiązane z nim opłacalne zadowolenie konsumenta.

2. Narodziny konsumpcji przyspieszonej

W przeciwieństwie do opisanej powyżej konsumpcji zrównoważonej, dla której nie wypracowano ostatecznie przejrzystych instrumentów działania, ani narzędzi jej skutecznej realizacji, w tym przepisów, czy aktów prawnych, przyspieszona konsumpcja masowa została optymalnie dostosowana do modelu gospodarki wolnorynkowej nakierowanej na szybką maksymalizację zysku i wspomniane powyżej zadowolenie konsumenta. Co więcej, w przeciwieństwie do konsumpcji zrównoważonej, od samego początku nie miała ona charakteru teoretycznego, lecz praktyczny. Nie była bowiem wyrazem niedającej się rozsądzić refleksji teoretycznej o charakterze życzeniowym, czy powinnościowym, lecz akceptowalną masowo (tj. powszechnie) dyrektywą praktycznego postępowania.

Narodziny przyspieszonej konsumpcji masowej stanowią wreszcie odpowiedź na czasy, w których przyszło nam żyć, tj. na epokę ponowoczesnego przyspieszenia

(Eriksen 2001; Toffler 1998; Gleick 2003; Beck 2004; Giddens 2008, 2009; Bauman 2006a, 2006b).

Epoka ta wyłoniła się w następstwie zmian zachodzących we współczesnym świecie coraz szybciej i gwałtowniej, a jednocześnie w sposób nieprzewidywalny, szybkozmienny i w dużym stopniu chaotyczny. W konsekwencji otaczająca nas rzeczywistość przestała być tak stabilna, jak ta, z którą mieliśmy do czynienia jeszcze w okresie modernizmu. Stała się natomiast labilna, płynna i niepewna, i taką pozostaje. Z tego też względu nie sposób poddawać jej prostym wyjaśnieniom przyczynowo-skutkowym. Co więcej, żeby takie podawać, potrzebujemy czasu na niespieszną refleksję i spokojny namysł, których w epoce ponowoczesnego przyspieszenia, lub inaczej epoce czasu szybko płynącego, po prostu nie ma.

Ewolucja społeczna i zmiany zachodzące w świecie (w tym także w ramach interesującej nas gospodarki wolnorynkowej) przestały mieć charakter liniowy, a stały się skokowe. Co więcej, ewolucję społeczną zaczęła cechować niespotykana wcześniej gwałtowność. Ta z kolei praktycznie uniemożliwiła dokonywanie jakichkolwiek przewidywań w dłuższej perspektywie czasowej. Stało się tak dlatego, że horyzont czasowy prognoz uległ skróceniu do granicznego „tu i teraz”. W zaistniałej sytuacji długookresowe planowanie postulowane, w ramach rozwoju zrównoważonego stało się nierealne i skazane na porażkę.

Zdaniem zacytowanych powyżej autorów należało zatem porzucić wiarę w jakąkolwiek równowagę i harmonię, czy to systemów społecznych, czy też ekonomicznych, gdyż faktycznie są one niezrównoważone, niepewne, nieobliczalne i ulegające szybkiej destabilizacji. To z kolei wyklucza zaistnienie jakiegokolwiek spójnej narracji społecznej, dla której zaistnienia niezbędny jest „trwały porządek społeczny, klarowne reguły ekonomii politycznej [oraz] nierozłączność charakteru jednostki i jej publicznych zachowań” (Czerwińska 1999, 53). Wyszczególniane przez Czerwińską składowe narracji

społecznej to nic innego, jak znane jeszcze w modernizmie warunki niezbędne dla zaistnienia konsumpcji zrównoważonej. Ta bowiem zakładała konieczność uzupełnienia ekonomicznych wskaźników rozwoju o równoważące się z nimi kryterium środowiskowe (definiowane przez dobrostan społeczno-przyrodniczy).

Epoka ponowoczesnego przyspieszenia doprowadziła ostatecznie do dezintegracji oraz spluralizowania naszego życia, społecznej niestabilności, jak również postępującej alienacji jednostki w obliczu zatomizowanego społeczeństwa. Wskazane procesy zaszły w następstwie zerwania z bliskim jeszcze modernistom wyobrażeniem na temat ścisłego związku jednostki ze społeczeństwem, które ostatecznie zostało zredukowane do indywidualnego „ja”. Społeczeństwo przestało być tym samym postrzegane jako spójny, niezmienny i trwały obiekt, czy też jako nierozzerwalna wspólnota interesów i jednostkowych dążeń. Takiej wspólnoty współcześnie nie odnajdziemy nawet w bliskim nam, np. lokalnym otoczeniu. Jednostka tym samym została skazana na samodzielne poszukiwanie nie tylko subiektywnej tożsamości, lecz także miejsca dla siebie w nieprzewidywalnym i pełnym sprzeczności świecie.

Opisane powyżej procesy doprowadziły do zaniku przewidywalności wszystkiego, w tym wzrostu ryzyka i związanego z nim kryzysu zaufania, zarówno wobec innych ludzi (szerzej zaś społeczeństwa), jak i nietrwałych instytucji kontroli społecznej. Stanowiły wypadkową erozji odpowiedzialności, gwałtownego wzrostu niepewności, upłynienia tożsamości, czy wreszcie utraty wiary w samego siebie, jako spójnego i stabilnego projektu realizowanego samodzielnie i odważnie w długiej perspektywie czasowej jeszcze w modernizmie.

Samorealizacji, w kontekście wyszczególnionych powyżej procesów nie sprzyja jednak, jak zauważa chociażby Richard Sennet, niestabilna epoka przyspieszenia, w której „warunki czasowe wywołały konflikt między charakterem [życiem] i doświadczeniem,

doświadczeniem rozczłonkowanego czasu zagrażającym zdolności ludzi nadawania swemu charakterowi [życiu] formy nieprzerwanej narracji” (Bauman 2005, 28).

Jego zdaniem, zarysowanego konfliktu i towarzyszących mu zjawisk (opisanych powyżej) nie da się ostatecznie uniknąć. Co więcej, to właśnie stojąca za nimi niepewność, niestabilność oraz płynność, leżące u podstaw postmodernizmu, powinniśmy uznać za normalne. Człowiek, którego historia skurczyła się do ciągłego „tu i teraz”, nie będąc w stanie wykroczyć poza swoje indywidualne istnienie, zmuszony jest konstruować swoją otwartą biografię, czy też tymczasową tożsamość, w powiązaniu z rynkiem konsumpcyjnym, który jest nam w stanie dostarczyć kojącej pewności terażniejszości.

Innymi słowy, narodziny konsumpcji przyspieszonej nastąpiły w momencie przejścia od modernizmu do postmodernizmu, stanowiąc przy tym odpowiedź na gwałtowne zmiany zachodzące w ponowoczesnej epoce przyspieszenia, w tym związane m.in. z brakiem poczucia „ja”, tj. tożsamości zredukowanej ostatecznie do tego, co „tu i teraz”, alienacją jednostki, w szerszej zaś perspektywie – atomizacją społeczeństwa.

Nieźrównoważony model konsumpcji masowej stanowiący odpowiedź na ponowoczesną epokę przyspieszenia stał się bardzo szybko nie tylko społecznie akceptowalny, lecz także upragniony, jako jedyny słuszny wzorzec osobowy konsumenta ponowoczesnego. Stał się nim członek postradycyjnego społeczeństwa postrzegający rzeczywistość społeczną w odmienny sposób od swoich przodków. O ile bowiem jeszcze we wczesnym kapitalizmie człowiek autentyczny definiował się poprzez wciąż zrównoważoną produkcję i pracę, realizowaną m.in. w wymiarze ekonomicznym, społecznym, czy też kulturowym, o tyle współcześnie, tj. w postkapitalizmie, ich miejsce zajęła masowa, a przy tym nieźrównoważona i przyspieszona konsumpcja, poprzez którą jednostka zaczęła się wyrażać w drodze do osiągnięcia autentycznej satysfakcji (zadowolenia).

Warto przy tym dodać, że w następstwie przekształcenia społeczeństwa nowocześnie w ponowoczesne doszło do nieznanego dotąd poszerzenia katalogu ludzkich potrzeb wykraczających dalece poza znane jeszcze modernistom (i w epokach wcześniejszych, od zbieracko-łowieckiej poczynając) dopuszczalne granice. Jednocześnie doszło do przesunięcia zaangażowania człowieka z obszaru zaspokajania potrzeb, które nie miały charakteru abstrakcyjnego, w obszar praktycznej realizacji potrzeb abstrakcyjnych. Te z kolei służyć miały docelowo samorealizacji, autokreacji, czy też budowaniu pozostającej w kryzysie, niestałej, epizodycznej, a tym samym nieciągłej tożsamości osobowej konsumenta.

Można tym samym powiedzieć, że o ile konsumpcja istniała zawsze, o tyle z nastaniem epoki przyspieszenia zmienił się jej charakter. O ile kiedyś pełniła funkcję środka do realizacji usprawiedliwionego społecznie celu, jakim było zaspokojenie niezbędnych, a przy tym mieszczących się w ramach dopuszczalnych granic potrzeb nieabstrakcyjnych, w tym potrzeb fizjologicznych (jak np. głód) czy społecznych (wynikających m.in. z piastowanej funkcji), o tyle współcześnie stała się pozbawionym granic celem samym w sobie, poza jakimkolwiek usprawiedliwieniem. Ponowoczesne społeczeństwo konsumpcyjne uwolniło tym samym konsumpcję od określającej kiedyś jej granice instrumentalności, uplastyczniając zaś znany wcześniej katalog potrzeb oraz odrzucając normę umiaru, zwolniło ją ostatecznie z konieczności szukania usprawiedliwienia poza satysfakcją (zadowoleniem), której sama dostarcza. Ujmując to prościej, można powiedzieć, że o ile kiedyś konsumpcja była koniecznym środkiem do realizacji ściśle określonego celu, o tyle współcześnie stała się celem samym w sobie. Kiedyś ponadto była poddawana dwustopniowej ocenie, w tym ocenie wewnętrznej, odwołującej się do głosu sumienia jednostki uważającej na to, żeby norm moralnych nie naruszyć (w tym nie popełnić grzechu, np. próżności, czy pychy), jak również ze strony

społeczeństwa, które pochwalało umiarkowanie, a potępiało jego brak. Mogła być zatem konsumpcja słuszną lub niesłuszną, godziwą lub niegodziwą. Współcześnie natomiast społeczeństwo odrzuciło, z jednej strony normę umiaru, z drugiej zaś poszerzyło i uplastyczyło katalog potrzeb. Konsumpcja tym samym znalazła się poza jakąkolwiek oceną. Co najwyżej negatywnie można oceniać jej brak, bądź też umiarkowanie w dążeniu do zaspokojenia i tak niedającej się ostatecznie zaspokoić (ugasić) konsumpcji. Ta bowiem ma nam przynieść uzasadnione zadowolenie i ugruntować labilną, koniec końców, tożsamość.

W odniesieniu do tego, co zostało powiedziane powyżej, zasadne wydaje się jednak zastanowienie nad tym, czy ostatecznym celem niezaspokojonej konsumpcji prowadzącej do zadowolenia będzie konsumpcja potrzeb? Odpowiedź na postawione pytanie będzie najpewniej negatywna. Potrzeby bowiem są niezmiennie, stałe, trwałe, dane raz na zawsze, nieabstrakcyjne, a przy tym skończone. Na dodatek, w zgodnej opinii ekonomistów i psychologów konsumpcji, można je zaspokoić. A skoro tak jest, to nie mogą one konstruować niestałej, zmiennej i wciąż niezaspokojonej tożsamości (autokreacji) jednostki postnowoczesnej. Mogłyby się natomiast na nią składać takie stany rzeczy, które z racji swojej niestałości, płynności, czy plastyczności umożliwią formowanie równie płynnej i niestałej tożsamości ponowoczesnej, tworzonej wciąż od nowa, a jednocześnie byłyby ono zgodne z charakterystyką epoki czasu szybko płynącego.

W kontekście tego, co zostało powiedziane do tej pory, m.in. Bauman zauważa, że należy „zrezygnować całkowicie z konceptu potrzeb i uznać, że w społeczeństwie konsumentów i konsumeryzmie nie chodzi o zaspokajanie potrzeb (nawet tych subtelnych) [...] tylko o pożądanie – rzecz znacznie bardziej ulotna i efemeryczna, niekonkretna, kapryśna, plastyczna i zasadniczo niereferencyjna, samokreujący się i samopodtrzymujący motyw niewymagający uzasadnienia ani usprawiedliwienia w kategoriach celu lub

przyczyny. Mimo kolejnych, zawsze nietrwałych reifikacji, pożądanie jest z istoty swej «narcystyczne»: czyni siebie swym głównym obiektem i z tej racji pozostaje nienasycone [W przetrwaniu konsumenckim nie chodzi bowiem o przetrwanie człowieka w wymiarze cielesnym, czy też nieabstrakcyjnym] ale o samo pragnienie (pożądanie), które czyni ludzi konsumentami, niespożyte pożądanie spożycia” (Bauman 2005, 21).

Z uwagi jednak na dużą czasochłonność i kosztochłonność działań służących wzbudzeniu konsumenckiego zainteresowania, a także podtrzymaniu u konsumentów pragnień (pożądań), w następstwie podejmowanych działań marketingowych, wsparcia promocyjnego (reklamy), zaangażowania ze strony biznesu postmoderniści wskazują, że ostatecznie to nie pożądanie, które „potrzebowało porównania, próżności, zazdrości i potrzeby aprobowania siebie samego”, jest siłą stymulującą konsumpcję przyspieszoną, ale najbliższa ponowoczesnej epoce przyspieszenia nieoczekiwana, spontaniczna, nagła, kapryśna, impulsywna, szybka i bezwiedna zachcianka. Ta bowiem jest w stanie „utrzymać wzrost konsumpcyjnego popytu na poziomie dorównującym rosnącym rozmiarom konsumpcyjnej oferty. Zachcianka jest [tym samym] najbardziej pożądanym zastępnikiem [potrzeby, jak i pożądanie, ponieważ] uwalnia ostatecznie zasadę przyjemności” (Bauman 2005, 22).

Opisany powyżej proces przejścia od realizacji potrzeb konsumenckich do zaspokajania zarówno pragnień (pożądań), jak również zachcianek konsumenckich, dobrze ilustruje rozwój idei konsumeryzmu jako przejścia od niespiesznej i długofalowej konsumpcji zrównoważonej do leżącej u podstaw neoliberalnej gospodarki, masowej konsumpcji przyspieszonej. O ile w pierwszym przypadku, tj. konsumpcji zrównoważonej, kluczowa była realizacja potrzeb, o tyle w drugim, tzn. masowej konsumpcji przyspieszonej, fundamentalne stało się zorientowanie konsumenta na spełnianie pragnień (pożądań), jak również zachcianek. Pojawienie się masowej konsumpcji

przyspieszonej nie było przy tym wyłącz-
nie odpowiedzią na epokę przyspieszenia,
w której żyjemy, ale jej dopasowania do
neoliberalnej gospodarki wolnorynkowej
nastawionej na pomnażanie zysku, którego
z całą pewnością nie przyniesie spełnienie
potrzeb, ale realizacja pragnień (pożądań)
i zachcianek. Dzieje się tak dlatego, że ka-
talog potrzeb jest ograniczony, stały, niez-
mienny i zasadniczo określony. Zakłada
się go w dłuższej perspektywie czasowej,
reglamentuje w oparciu o stopień nasycenia
(i zaspokojenia) potrzeb oraz usprawiedli-
wia, m.in. społeczną godziwością. Realiza-
cja zrównoważonych potrzeb jest przy tym
kosztochłonna i czasochłonna.

Inaczej sytuacja wygląda w przypadku
realizacji pragnień (pożądań) i zachcianek,
których ilość jest w zasadzie nieograni-
czona, są one przy tym zmienne, absolutnie
plastyczne, przez co nie poddają się konkre-
tyzacji, są incydentalne i nieoczywiste, nie-
jednoznaczne, a tym samym niepowtarzalne,
przez co doskonale nadają się do tworzenia
tożsamości człowieka epoki przyspieszenia.
Ta bowiem, tj. tożsamość, o czym wspo-
mniano we wcześniejszej części tekstu, jest
labilna, nietrwała i płynna. W przeciwień-
stwie do potrzeb, pragnienia (pożądania)
i zachcianki są niezaspokojone i niezrówno-
ważone. Kreują się same, poza jakąkolwiek
kontrolą, czy reglamentacją. Nie wymagają
ponadto jakiegokolwiek uzasadnienia ani
usprawiedliwienia w kategoriach celu lub
przyczyny, gdyż same w sobie znajdują wy-
jaśnienie. W przeciwieństwie do realizacji
zrównoważonych potrzeb, realizacja niez-
równoważonych pragnień (pożądań), jak
i zachcianek nie musi być czasochłonna,
ani kosztochłonna. Wystarczy jedynie, jak
zauważa, m.in. Harvie Ferguson wyłącznie
uwolnić fantazję na ich temat i delikatnie ją
podtrzymywać, np. magiczną mocą reklamy.

Należy jednak zapytać: w jaki sposób do-
szło do tego, że chwiejne, niejasne, czy wręcz
irracjonalne pragnienia, pożądania i za-
chcianki znalazły się w polu zainteresowania
racjonalnej, jak można przypuszczać, gospo-
darki na usługach społeczeństwa. Stało się

tak przede wszystkim dlatego, że postkapi-
talizm dokonał racjonalizacji tego co irra-
cjonalne, lub – mówiąc inaczej – pogodził
freudowską zasadę rzeczywistości (jako za-
sadę rozumu) z zasadą przyjemności, wska-
zując na to, że zwalczane jeszcze w okresie
modernizmu, irracjonalne, niepewne, abs-
trakcyjne i nieprzewidywalne pożądania,
pragnienia i zachcianki są wartościowe dla
rozwoju społeczno-ekonomicznego, tzn.
mogą być źródłem nieograniczonego zysku.
Podkreślono tym samym, że nie należy ich
w żaden sposób reglamentować, a jedynie
zacząć eksploatować konsumentów.

Żeby osiągnąć założony cel, szeroko rozu-
miane zachowania i strategie konsumenc-
kie wprzęgnięto w służbę leżący u podstaw
wolnorynkowego kapitalizmu system
kontroli społecznej, którego główną rolę
sprowadzono, z jednej strony do integra-
cji społecznej, poprzez powiązanie świata
przeżywanego przez jednostki z racjonalno-
ścią systemu, z drugiej zaś do konsumpcyj-
nego uwodzenia, tj. racjonalizacji naszego
życia poprzez konsumpcję. Dodać jedno-
cześnie można, że pojawienie się racionali-
zacji ekonomicznej, o której mowa powyżej,
poprzedziło przekształcenie społeczeń-
stwa obywatelskiego (ang. *the civil society*)
w podporządkowane prawom wolnorynkow-
ym społeczeństwo rynkowe (ang. *the mar-
ket society*) (Hann and Hart 2009; Fourcade
and Healy 2007, 285-311; Hirschman 1982,
1463-1484).

Rynek w społeczeństwie wolnorynkowym
zaczął tym samym pełnić funkcję narzędzia
służącego do regulacji i deregulacji zmian
zachodzących w świecie (w gospodarce, kul-
turze oraz społeczeństwie), a także mecha-
nizmu skutecznej motywacji, generowanych
wyborów i stymulanta różnorodnych ocze-
kiwań, w tym pragnień, pożądań, czy za-
chcianek. W przypadku rynku, jak zauważa
Zacher, „liczy się popyt, tworzenie [często
złudnych] potrzeb [pragnień, czy zachcia-
nek wspartych mocą] reklamy [...]. Rynek
[...] odzwierciedla zawołanie «wszystko na
sprzedaż». Dominuje [w nim i tę ostatecznie
rynek umacnia] racjonalność ekonomiczna

i partykularna [gdyż liczy się tylko sukces indywidualny]. Mamy do czynienia z totalnym urynkowaniem [tj. utowarowieniem i uprzemiotowieniem] wszystkiego [w tym] ludzi, zasobów przyrody, krajobrazu itd.” (Zacher 2008, 65).

Na spotęgowanie roli i znaczenia przyspieszonej konsumpcji masowej, leżącej u podstaw neoliberalnej gospodarki wolnorynkowej, miały wpływ również rozliczne procesy dodatkowe, w tym m.in. systemowe (tj. rynkowe) kreowanie pragnień i pożądań, a także zachcianek; budowanie polityki konsumpcyjnej propagującej działania impulsywne i przyspieszone jako racjonalne; makdonaldyzacja różnych obszarów ponowoczesnego świata (w tym nie tylko gospodarki, lecz także kultury, sztuki i nauki, m.in. nauk biomedycznych); czy chociażby budowanie polityki nienasyceń. W przypadku tej ostatniej, m.in. Bell podkreśla, że skutkiem jej zaistnienia była definitywna zmiana postaw i orientacji życiowych, które odąd zaczęło cechować niepohamowane, nienasycone i niezrównoważone pragnienie wciąż nowego przy jednoczesnym, permanentnym znudzeniu i rozczarowaniu zarazem tym co nowe, jak i tym co stare (Bell 1994, 89). Ostatecznie bowiem, w myśl swoistego heraklityzmu konsumpcyjnego (pod którym być może podpisałby się sam Heraklit), istotną cechą masowej konsumpcji przyspieszonej jest to, że wszystko co jest nowe, starzeje się i przemija w chwili zaistnienia, pozostawiając po sobie odczucie dojmującego niezaspokojenia, niespełnienia, rozgoryczenia, braku, czy pustki. Pustka z kolei, jak zauważa Gilles Lipovetsky (1983), pojawiła się jako konsekwencja gwałtownego przyspieszenia świata ponowoczesnego uwiedzionego duchem racjonalizmu. W konsekwencji zaś narodzinami ponowoczesnego indywidualizmu (egotyizmu), który doprowadził do zburzenia zastanego porządku społecznego, prowadząc do zastąpienia tradycyjnych (tj. podmiotowych) relacji społecznych relacjami fragmentarycznymi, czy też urzeczowionymi. To z kolei przyczyniło się m.in. do wzrostu społecznej alienacji, zaburzenia

poczucia tożsamości, ogólnego zagubienia i pustki, którą próbujemy wypełniać poprzez niemającą końca konsumpcję, na zasadzie robienia zakupów w supermarkecie, tj. wybierając, odstawiając, zamieniając i od nowa kupując wytwory kultury materialnej i pozamaterialnej, tak by nie dopuścić do głosu frustrującej myśli, że pustki nie da się ostatecznie wyeliminować.

Zakończenie

Zastanawiając się nad praktyczną możliwością wdrażania konsumpcji zrównoważonej w ponowoczesnej epoce przyspieszenia, wydaje mi się, że nie ma takiej szansy. Pomimo kolejnych szczytów klimatycznych, oddolnych działań podejmowanych przez ruchy proekologiczne, w tym przywołane w artykule, rozwoju edukacji prośrodowiskowej i zaangażowania ze strony chociażby ekokonsumpcjonistów wskazujących potrzebę ograniczenia konsumpcyjnego nie są oni w stanie przełamać impasu, w jakim znalazła się konsumpcja zrównoważona, i przekonać ostatecznie społeczeństwa do swoich racji. Masowa konsumpcja przyspieszona leżąca u podstaw neoliberalnej gospodarki wolnorynkowej, która ją wykorzystuje do swoich celów, ma się bardzo dobrze. Z jednej strony przynosi społeczeństwu konsumpcyjnemu zysk, z drugiej natomiast umożliwia jednostce autoekspresję i autokreację, w tym budowanie tożsamości człowieka ponowoczesnego. Nie znaczy to jednak, że nie należy podejmować działań mających na celu ograniczenie przyspieszonej konsumpcji masowej. Należy podejmować takie działania, choćby we własnym zakresie, w miarę swoich możliwości i w trosce o przyszłość naszej planety, której jesteśmy nieodrodną częścią.

Bibliografia

- Arnould, Eric J., and Craig J. Thompson. 2005. „Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research.” *Journal of Consumer Research* 31: 868–882. <https://doi.org/10.1086/426626>.
- Bauman, Zygmunt. 2005. „Konsumując życie.” *W Konsumpcja – istotny wymiar globalizacji*

- kulturowej*, red. Barbara Gruszka, 17–36. Warszawa: Wydawnictwo IFiS PAN.
- Bauman, Zygmunt. 2006a. *Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Bauman, Zygmunt. 2006b. *Płynna nowoczesność*. Kraków: Wydawnictwo Literackie.
- Beck, Ulrich. 2004. *Spółczesność ryzyka. W drodze do innej nowoczesności*. Warszawa: Wydawnictwo Scholar.
- Bell, Daniel. 1994. *Kulturowe sprzeczności kapitalizmu*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Berg, Annukka. 2011. „Not Roadmaps but Toolboxes: Analysing Pioneering National Programmes for Sustainable Consumption and Production.” *Journal of Consumer Policy* 34: 9–23. <https://doi.org/10.1007/s10603-010-9129-2>.
- Carr, Jasun D., Melissa R. Gotlieb, Nam-Jin Lee, and Dhavan V. Shah. 2012. „Examining Overconsumption, Competitive Consumption, and Conspicuous Consumption from 1994 to 2004: Disentangling Cohort and Period Effects.” *The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences* 644: 220–232. <https://doi.org/10.1177/0002716212449452>.
- Caruana, Robert, and Andrew Crane. 2008. „Constructing Consumer Responsibility: Exploring the Role of Corporate Communications.” *Organization Studies* 29: 1495–1519. <https://doi.org/10.1177/0170840607096387>.
- Chatterji, Manas. 2017. *Technology Transfer in the Developing Countries*. Springer: New York.
- Czerniawska, Barbara. 1999. *Writing Management: Organization Theory as a Literary Genre*. Oxford: Oxford University Press.
- Dhar, Ravi, and Klaus Wertenbroch. 2000. „Consumer Choices between Hedonic and Utilitarian Goods.” *Journal of Marketing Research* 37: 60–71. <https://doi.org/10.1509/jmkr.37.1.60.18718>.
- Dorman, Peter. 2009. *Markets and Mortality. Economics, Dangerous Work and The Value of Human Life*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Eriksen, Thomas H. 2001. *Tyrania chwili, Szybko i wolno płynący czas w erze informacji*. Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.
- Esposti, Piergiorgio D. 2015. „Hyperconsumption.” In *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Consumption and Consumer Studies*, edited by Daniel Thomas Cook, and J. Michael Ryan, 1–2. Malden: Wiley-Blackwell.
- Ferguson, Harvie. 1996. *The Lure of Dreams: Sigmund Freud and the Construction of Modernity*. Routledge: London.
- Fourcade, Marion, and Kieran Healy. 2007. „Moral Views of Market Society.” *Annual Review of Sociology* 33: 285–311. <https://doi.org/10.1146/annurev.soc.33.040406.131642>.
- Fuchs, Doris A., and Sylvia Lorek. 2005. „Sustainable Consumption Governance: A History of Promises and Failures.” *Journal of Consumer Policy* 28: 261–288. <https://doi.org/10.1007/s10603-005-8490-z>.
- Giddens, Anthony. 2008. *Konsekwencje nowoczesności*. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Giddens, Anthony. 2009. *Europa w epoce globalnej*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Glasmeier, Amy K. 2017. *The High-Tech Potential. Economic Potential in Rural America*. New York: Routledge.
- Gleick, James. 2003. *Szybciej. Przyspieszenie niemal wszystkiego*. Poznań: Zysk i S-ka.
- Hall, Stuart. 1996. „Introduction: Who needs Identity?” In *Questions of Cultural Identity*, edited by Stuart Hall, and Paul du Gay, 1–17. London: Sage.
- Hann, Chris, and Keith Hart. 2009. *Market and Society: The Great Transformation Today*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hardy, Cynthia, Ian Palmer, and Nelson Phillips. 2000. „Discourse as a Strategic Resource.” *Human Relations* 53: 1227–1248. <https://doi.org/10.1177/0018726700539006>.
- Haunstrup, Christensen T., Mirjam Godskesen, Kirsten Gram-Hanssen, Maj-Britt Quitzau, and Inge Røpke. 2007. „Greening the Danes? Experience with Consumption and Environment Policies.” *Journal of Consumer Policy* 30: 91–116. <https://doi.org/10.1007/s10603-007-9029-2>.
- Hirschman, Albert O. 1982. „Rival Interpretations of Market Society: Civilizing, Destructive, or Feeble?” *Journal of Economic Literature* 20: 1463–1484.
- Jaworek, Małgorzata, and Marcin Kuzel. 2015. „Transnational Corporations in the World Economy: Formation, Development and Present Position.” *Copernican Journal of Finance and Accounting* 4(1): 55–70. <https://dx.doi.org/10.12775/CJFA.2015.004>.

- Kozłowski, Stanisław. 2002. *Ekorozwój. Wyzwanie XXI wieku*. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Kozłowski, Stefan. 1993. „Konferencja «Środowisko i Rozwój» w Brazylii w roku 1992.” *Kosmos* 42(1): 15–32.
- Laine, Pikka-Maaria, and Eero Vaara. 2007. „Struggling over subjectivity: A discursive analysis of strategic development.” *Human Relations* 60: 29–58. <https://doi.org/10.1177/0018726707075279>.
- Lipovetsky, Gilles. 1983. *L'Ère du vide: essais sur l'individualisme contemporain*. Paris: Gallimard.
- Livesey, Sharon M. 2001. „Eco-Identity as Discursive Struggle: Royal Dutch/Shell, Brent Spar, and Nigeria.” *Journal of Business Communication* 38: 58–91. <https://doi.org/10.1177/002194360103800105>.
- Maguire, Steve, and Cynthia Hardy. 2006. „The Emergence of New Global Institutions: A Discursive Perspective.” *Organization Studies* 27: 7–29. <https://doi.org/10.1177/0170840606061807>.
- Moisander, Johanna, Annu Markkula, and Kirsi Eräranta. 2010. „Construction of Consumer Choice in the Market: Challenges for Environmental Policy.” *International Journal of Consumer Studies* 34: 73–79. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00821.x>.
- Moisander, Johanna. 2007. „Motivational complexity of green consumerism.” *International Journal of Consumer Studies* 31: 404–409. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2007.00586.x>.
- Peattie, Ken, and Andrea Collins. 2009. „Guest Editorial: Perspectives on Sustainable Consumption.” *International Journal of Consumer Studies* 33: 107–112. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00758.x>.
- Pieńkowski, Dariusz, i Eugeniusz Kośmicki. 2001. „Trwała konsumpcja jako wyzwanie dla XXI wieku.” W *Człowiek, zwierzę, cywilizacja. Aspekty humanistyczne*, red. Honorata Korpikiewicz, 231–253. Poznań: ProDruk.
- Ponthiere, Gregory. 2011. „Existence and stability of overconsumption equilibria.” *Economic Modelling* 28: 74–90. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2010.09.022>.
- Porozumienie Paryskie*. 2016. Dz.Urz. UE L 282/4 z 19.10.2016.
- Potter, Jonathan, and Margaret Wetherell. 2007. *Discourse and social psychology. Beyond attitudes and behaviour*. London: Sage.
- Princen, Thomas. 2002. „Consumption and its externalities. Where economy meets ecology.” W *Confronting Consumption*, edited by Thomas Princen, Michael Maniates, and Ken Conca, 23–42. Cambridge: MIT Press.
- Princen, Thomas. 2003. „Principles for Sustainability: From Cooperation and Efficiency to Sufficiency.” *Global Environmental Politics* 3: 33–50. <https://doi.org/10.1162/152638003763336374>.
- Schulz, Jeremy. 2007. „Hyperconsumption/Overconsumption.” In *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*, edited by George Ritzer, 1–4. London: Blackwell.
- Schwartz, David T. 2010. *Consuming Choice. Ethics in a Global Consumer Age*. Lanham: Rowman and Littlefield Publishers.
- Slater, Don. 1997. *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Strasser, Susan. 2003. „The Alien Past: Consumer Culture in Historical Perspective.” *Journal of Consumer Policy* 26: 375–393. <https://doi.org/10.1023/A:1026331225908>.
- Sztumski, Wiesław. 2008. „Refleksja na temat rozwoju zrównoważonego. Czy rozwój zrównoważony jest fikcją, utopią, iluzją czy oszustwem?” *Problemy Ekorozwoju* 3(2): 133–139.
- Thøgersen, John, and Tom Crompton. 2009. „Simple and Painless? The Limitations of Spillover in Environmental Campaigning.” *Journal of Consumer Policy* 32: 141–163. <https://doi.org/10.1007/s10603-009-9101-1>.
- Thompson, Craig J. 1997. „Interpreting Consumers: A Hermeneutical Framework for Deriving Marketing Insights from the Texts of Consumer Consumption Stories.” *Journal of Marketing Research* 34: 438–455.
- Toffler, Alvin. 1998. *Szok przyszłości*. Poznań: Wydawnictwo Zysk i S-ka.
- Tukker, Arnold, and Ursula Tischner. 2017. *New Business for Old Europe. Product-Service Development, Competitiveness and Sustainability*. New York: Routledge.
- UNGA (United Nations General Assembly). 2015. *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: United Nations.
- Valor, Carmen. 2008. „Can Consumers Buy Responsibly? Analysis and Solutions for Market

- Failures." *Journal of Consumer Policy* 31: 315–326. <https://doi.org/10.1007/s10603-008-9070-9>.
- Varey, Richard J. 2010. „Marketing Means and Ends for a Sustainable Society: A Welfare Agenda for Transformative Change." *Journal of Macromarketing* 30: 112–126. <https://doi.org/10.1177/0276146710361931>.
- WCED (World Commission on Environment and Development). 1987. *Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development*. Oxford: Oxford University Press.
- Zacher, Lech W. 2008. „Trwały rozwój – utopia czy realna możliwość?" *Problemy Ekorozwoju* 3(2): 63–68.