

MIĘDZYNARODOWE INICJATYWY NA RZECZ ALTERNATYWNYCH STYLÓW ŻYCIA

Streszczenie

Celem artykułu jest przedstawienie trzech przykładów inicjatyw międzynarodowych na rzecz alternatywnych stylów życia. Opisane zostaną inicjatywy na rzecz trwałej (zrównoważonej) konsumpcji, inicjatywa określona jako *Slow Movement*, a także ruch *Fair Trade*. Pozwoli to z jednej strony na ocenę poziomu zaawansowania procesów zmian w stylu życia współczesnych konsumentów określanych jako trend konsumpcji zrównoważonej. Jednocześnie w artykule przedstawione zostały możliwości, jakie posiadają organizacje pozarządowe w kształtowaniu międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz promowaniu popieranych zmian w funkcjonowaniu gospodarki światowej.

Słowa kluczowe: alternatywne style życia, konsumpcja zrównoważona.

1. Wstęp

Wielu autorów diagnozując sytuację współczesnego świata wyraża opinię, że ludzkość znajduje się w okresie wielkich przemian cywilizacyjnych. Wiązać mają się z tym również radykalne zmiany w życiu społecznym i gospodarczym. Jednym z przejawów tego zjawiska ma być pojawienie się nowych idei i koncepcji w zakresie stylów życia ludzi. Co ważne, jest to inspirowane przez różnorodne inicjatywy międzynarodowe: na poziomie organizacji pozarządowych oraz na poziomie państw i organizacji międzynarodowych powiązanych z władzą państwową. Celem artykułu jest przedstawienie trzech przykładów inicjatyw międzynarodowych na rzecz alternatywnych stylów życia. Opisane zostaną: inicjatywy na rzecz trwałej (zrównoważonej) konsumpcji, inicjatywa określona jako *Slow Movement*, a także ruch *Fair Trade*. Pozwoli to odpowiedzieć na pytanie, na ile prorokowane zmiany w funkcjonowaniu globalnego świata są rzeczywiste, a na ile jest to krótkotrwała i przejściowa moda istniejąca w ramach zróżnicowanego świata współczesnego konsumpcjonizmu.

Oprócz tego, że opisywane inicjatywy przedstawiają bardzo interesujące alternatywne wizje celów i aspiracji życiowych, ciekawa jest również ich zróżnicowana geneza. Wzorzec konsumpcji zrównoważonej jest promowany w ra-

¹ Dr hab., prof. Uniwersytetu w Białymstoku, Wydział Ekonomii i Zarządzania.

mach zinstytucjonalizowanej współpracy międzynarodowej z inicjatywy i z aktywnym udziałem rządów przy wsparciu przedsiębiorstw oraz organizacji pozarządowych. Ruch *Slow* to przedsięwzięcie o charakterze pozarządowym. Natomiast *Fair Trade* wywodzi się z działań organizacji pozarządowych, ale został zaakceptowany i przejęty przez oficjalne państwowe i międzynarodowe instytucje. Opisywane przykłady odzwierciedlają zatem różnorodność współczesnych inicjatyw międzynarodowych.

2. Wzorzec konsumpcji zrównoważonej

Konsumpcja zrównoważona, a zatem wzorzec stylu życia wynikający z realizacji zasad zrównoważonego rozwoju, przez wielu autorów nie jest postrzegana jako alternatywny styl życia, ale jako postulat, który w najbliższym czasie rzeczywiście ma zostać zrealizowany². Jednak w obecnych uwarunkowaniach ekonomicznych i politycznych sam zrównoważony rozwój jest traktowany jako alternatywna koncepcja rozwojowa, więc dla celu niniejszego artykułu takie podejście zostanie zastosowane wobec wzorca zrównoważonej konsumpcji.

Pojęcie konsumpcji zrównoważonej i równowagi konsumenta jest kategorią teorii użyteczności konsumenta. Dotychczas problem zrównoważenia konsumpcji był analizowany w kontekście bieżących wyborów nabywczych: jako równowagę konsumenta opisuje się sytuację optymalnej kombinacji konsumowanych dóbr. Trwałość konsumpcji również była badana. Analizy skupiają się nad optymalizacją relacji między wydatkami na konsumpcję bieżącą i wydatkami na konsumpcję przyszłą (oszczędnościami). Z perspektywy rozwoju zrównoważonego te analizy są jednak niewystarczające. Pojawia się bowiem kwestia długookresowej trwałości spożycia oraz problem równowagi między możliwościami konsumpcji obecnego i przyszłych pokoleń związany z dostępem do zasobów zużywanych i użytkowanych w procesach konsumpcji. Pojęcie konsumpcji zrównoważonej powinno być uzupełnione o te aspekty. Tym samym konsumpcję zrównoważoną można określić jako taki sposób funkcjonowania sfery zaspokajania potrzeb ludzi, który umożliwia realizację celów zrównoważonego rozwoju, przede wszystkim celu kluczowego, którym jest długookresowa (wielopokoleniowa) trwałość korzystania z poszczególnych kategorii kapitału, w tym kapitału naturalnego (co jest mocno akcentowane w ramach zrównoważonego rozwoju). W efekcie konsumpcja współczesnego pokolenia nie ogranicza możliwości konsumpcji przyszłych generacji. Zrównoważone formy konsumpcji to takie formy, które są niesprzeczne z celami zrównoważonego rozwoju, przede wszystkim zaś stwarzają możliwości kontynuacji procesów spożycia w długookresowej perspektywie.

Trwałość konsumpcji oznacza, że utrwała się taki kształt jej procesów, który zapewnia maksymalizację dobrobytu konsumentów w nieograniczonej

² *Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung es Verbrauchhaltens in Polen Und Deutschland / Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań konsumentów w Polsce i Niemczech*, 2011, red. M. Wachowiak, D. Kiełczewski, H. Diefenbacher, FEST, Heidelberg.

perspektywie czasowej. Oznacza to, że procesy konsumpcji powinny cechować się atrybutem *samopodtrzymywania się*, czyli zawierania w sobie mechanizmów minimalizujących ryzyko wewnętrznych zaburzeń ograniczających lub uniemożliwiających dalszą konsumpcję.

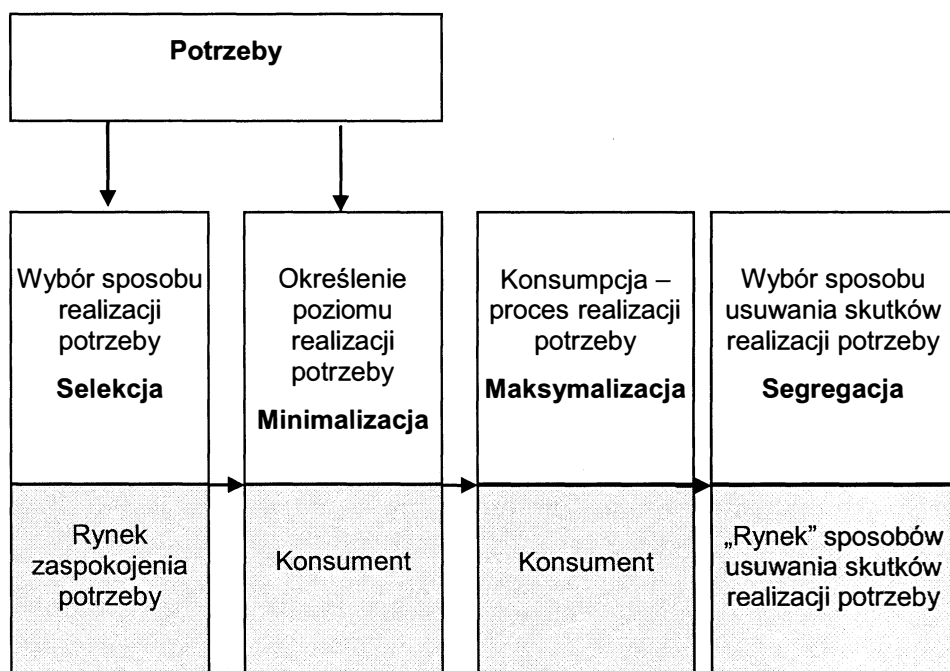
Konsumpcja zrównoważona powinna być zrównoważona w następujących aspektach:

- ekonomicznym, co znaczy, że ustalona zostaje efektywna proporcja między konsumpcją bieżącą a konsumpcją przyszłą;
- ekologicznym: maksymalizowana jest użyteczność konsumpcji przy jednoczesnym zachowaniu użyteczności i jakości zasobów naturalnych i środowiska przyrodniczego, umożliwiającym bezpośrednią konsumpcję dóbr środowiskowych, ponadto preferuje się formy konsumpcji możliwie najmniej uciążliwe dla środowiska;
- społecznym: konsumpcja jest względnie równo rozłożona, czyli dostępna dla wszystkich ludzi niezależnie od czasu i przestrzeni przynajmniej w zakresie dóbr społecznie pożądanых (merytorycznych);
- psychologicznym: konsumpcja przyczynia się do wzrostu jakości życia, czyli równowagi między konsumpcją materialną a zaspokojeniem potrzeb niematerialnych;
- demograficznym: uwarunkowania demograficzne nie stanowią trwałej bariery wzrostu konsumpcji; zwiększa się długość życia, poprawia się stan zdrowia konsumentów, a przynależność do grupy demograficznej lub społeczno-zawodowej nie stanowi istotnej bariery konsumpcji dóbr społecznie pożądanых;
- przestrzennym: sposoby zaspokajania potrzeb nie naruszają zasad ładu przestrzennego;
- intertemporalnym: powyższe wymiary zrównoważenia konsumpcji są możliwe do spełnienia w nieograniczonej perspektywie czasowej.

Tak sformułowana definicja ma charakter normatywny. Określa ona postulaty wobec realnych procesów konsumpcji. Chodzi o to, by pożądanе formy konsumpcji przeważały wobec niepożądanych, oraz by istniały mechanizmy ograniczające zarówno pojawianie się, jak też skutki konsumpcji nietrwałej, rozumianej jako antonim konsumpcji zrównoważonej.

Bardzo istotną kwestią dla realizowania wzorców konsumpcji zrównoważonej jest respektowanie zasad tak zwanego ekologicznego imperatywu konsumenta. Jego istota jest przedstawiona na Rysunku nr 1.

Rysunek 1. Imperatyw ekologiczny konsumenta



Źródło: B. Michaliszyn, R. Janikowski, 1997, *Przyczynek do zrównoważonej konsumpcji*, „Człowiek i Przyroda” 1997 nr 6, s. 66.

Elementami imperatywu są zatem:

1. wybór sposobu realizacji potrzeby: różne dobra generują różne koszty zewnętrzne (ekologiczne i społeczne), należy więc poszukiwać tych dóbr, które koszty te minimalizują; niektóre dobra materialne mają substytuty w postaci usług, często niematerialnych, należy zatem takich substytutów poszukiwać i z nich korzystać;
2. ustalenie poziomu realizacji potrzeby: przyjmuje się, że środowisko zawiera w sobie pewną skończoność zasobów, a zatem wzrost potrzeb nie może być nieograniczony; należy ustalić pewien górny nieprzekraczalny poziom konsumpcji materialnej;
3. maksymalizacja użyteczności w procesie realizacji potrzeby: w miarę możliwości trzeba korzystać z trwałych dóbr materialnych, wydłużać okres ich użytkowania, nie dokonywać zmian pod wpływem mody, koniunktury, nacisków społecznych;
4. usuwanie skutków realizacji potrzeby: w miarę możliwości należy korzystać z tych dóbr i usług, które mogą podlegać recyklingowi.

Inicjatywy międzynarodowe na rzecz zrównoważonej konsumpcji mają w dominującej mierze oficjalny, rządowy charakter. Światowa debata na temat zrównoważonej konsumpcji została zapoczątkowana podczas Szczytu Ziemi w Rio de Janeiro w 1992 r. w dokumencie „Agenda 21 - Globalny Program dzia-

łań”, wieńczącym tę konferencję, znajduje się rozdział zatytułowany *Zmiana modeli konsumpcji*, którego treści są skoncentrowane na następujących zagadnieniach:

- problem nietrwałych wzorców konsumpcji oraz
- krajowe polityki i strategie konsumpcji zrównoważonej.

W dokumencie podkreślono konieczność badań naukowych i międzynarodowej współpracy w tych dziedzinach. Jako najważniejsze zadania wymieniono wzrost efektywności użytkowania energii i zasobów oraz zmniejszenie ilości odpadów³.

Filozofia polityki konsumpcji zrównoważonej została przedstawiona w dokumencie *Human Development Report* oraz w koncepcji Międzynarodowego Instytutu Środowiska i Rozwoju (IIED). Dokument *Human Development Report* jako cele polityki konsumpcji zrównoważonej wymienia:

- zapewnienie wszystkim możliwości spełnienia minimalnych potrzeb konsumpcyjnych;
- rozwijanie efektywnych ekologicznie dóbr i usług;
- wyeliminowanie subsydiów wspierających uciążliwe dla środowiska przyrodniczego formy gospodarowania kosztem proekologicznych;
- wzmocnienie roli organizacji społecznych w ochronie konsumentów i tworzenie sojuszy między ruchami konsumenckimi, ruchami walczącymi z ubóstwem oraz ruchami ekologicznymi;
- ukierunkowanie międzynarodowej polityki ekologicznej w stronę ograniczenia skutków konsumpcji w skali globalnej;
- przyczynianie się do synergii działań społeczeństwa obywatelskiego, sektora prywatnego i władz⁴.

Natomiast założenia tej polityki według IIED przedstawia Tabela nr 1.

³ M.J. Welfens, J. Wiśniewski, 2005, *Wybrane problemy zrównoważonej konsumpcji*, „Ekonomia i Środowisko” 2005 nr 2.

⁴ *Rola organizacji pozarządowych w kształtowaniu proekologicznych wzorców konsumpcji*, 2002, red. J. Kamieniecka, Wyd. Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa, s. 85.

Tabela 1. Dziesięć zasad konsumpcji zrównoważonej według ILED

WARTOŚĆ	DZIAŁANIE
1.Sprawiedliwa konsumpcja	Nacisk na zaspokojenie podstawowych potrzeb konsumentów państw najuboższych; unikanie strategii „ekologizacji zamożności”.
2. Zmiany strukturalne	Przechodzenie od gospodarki industrialnej w kierunku społeczeństwa proekologicznego; poprawa efektywności gospodarowania idąca dalej, niż poprawa przyrostowa.
3.Nacisk na usługi	Wspieranie serwicyzacji gospodarki między innymi w sferze odżywiania, mieszkania, mobilności, czasu wolnego.
4.Zmiana możliwości rynkowych dla przedsiębiorców	Internalizacja zewnętrznych kosztów produkcji; odpowiedzialność przedsiębiorstw za całość cyklu życia produktu.
5.Działania po stronie popytu	Ekologiczna reforma podatkowa; opłaty produktowe i kauce ekologiczne odzwierciedlające uciążliwość dobra (usługi) dla środowiska.
6. Wzorce i oddziaływanie	Uwzględnienie zagadnień takich, jak: dochody, czynniki demograficzne, technologia, kultura i wartości, polityka społeczna, sposoby użytkowania ziemi.
7. Priorytet dla Północy	Realizacja priorytetu zmiany wzorców konsumpcji w krajach wysoko rozwiniętych: internalizacja kosztów konsumpcji, wspieranie ekoprotekcjonizmu, traktowanie zmiany stylu życia w krajach wysoko rozwiniętych jako przykładu dla ekologizacji Południa.
8. Wspólna troska, odmienne reakcje	Uwzględnienie odmienności problemów społecznych poszczególnych państw; ochrona różnorodności kulturowej.
9. Konsumpcja indywidualna a zbiorowa	Wspieranie form konsumpcji zbiorowej przy zachowaniu, a nawet poprawie jakości życia oraz trosce o demokrację.
10. Wartości	Etyka ekologiczna i odpowiedzialność społeczna konsumentów; kształtowanie świadomości ekologicznej.

Źródło: Opracowanie własne na podstawie: *Rola organizacji pozarządowych ...* op. cit., s. 86.

W dokumencie *Johannesburski Plan Wdrożenia* wieńczącym Drugi Szczyt Ziemi w Johannesburgu w 2002 r. również znajduje się rozdział poświęcony konsumpcji zrównoważonej. Priorytety w zakresie wdrażania wzorców tej konsumpcji zostały określone następująco:

- opracowanie dziesięcioletnich programów promocji konsumpcji zrównoważonej;
- rozwój czystej produkcji, idei społecznej i ekologicznej odpowiedzialności przedsiębiorstw oraz wsparcie wszelkich inicjatyw w tym zakresie;
- uwzględnienie kryteriów ekologicznych w procedurach zamówień publicznych;
- wsparcie technologii sprzyjających ochronie środowiska;
- wdrażanie czystszych i bardziej efektywnych źródeł energii⁵.

⁵ M. J. Welfens, J. Wisniewski, *Wybrane...*, op. cit, s. 25.

Pierwszy dziesięcioletni program objął następujące zagadnienia:

- redukcję efektów odbicia, a więc ograniczenie przerzucania kosztów konsumpcji na pozostałych konsumentów i przyszłe pokolenia;
- promowanie konsumpcji zrównoważonej w sektorze publicznym;
- rozwój informacji konsumenckiej;
- rozwój *ekoinnowacji i ekoefektywności*;
- uznanie kategorii cyklu życia produktu za podstawę strategii konsumpcji zrównoważonej (chodzi więc o dbałość o proekologiczny charakter produkcji, konsumpcji i utylizacji danego dobra);
- rozwój współpracy między państwami, przedsiębiorstwami, producentami i konsumentami w sferze równoważenia konsumpcji.

W czerwcu 2003 roku odbyło się w Marrakeszu spotkanie ekspertów poświęcone koordynacji działań z zakresu wdrażania wzorców konsumpcji zrównoważonej. Był to początek tak zwanego procesu *marrakeskiego*. Jego celem jest wykorzystanie pierwszego programu dziesięcioletniego do wymiany doświadczeń i kooperacji międzynarodowej w tej sferze oraz połączenie działań na poziomie międzynarodowym, krajowym i regionalnym.

Głównymi aktorami debaty międzynarodowej związanej z konsumpcją zrównoważoną są Komisja Narodów Zjednoczonych do spraw Zrównoważonego Rozwoju, UNEP (Program Środowiskowy Narodów Zjednoczonych), OECD oraz Unia Europejska.

Komisja do spraw Zrównoważonego Rozwoju już w 1995 roku uchwaliła międzynarodowy program działań na rzecz zmiany wzorców produkcji i konsumpcji, do zadań którego należą:

- określenie zadań polityki państw związanych z istniejącymi trendami rozwojowymi konsumpcji,
- oszacowanie efektywności działań politycznych w sferze równoważenia konsumpcji.

Główną funkcją UNEP jest koordynacja działań podejmowanych w ramach procesu *marrakeskiego*. Ponadto UNEP wspiera i koordynuje międzynarodowe programy: Czysta Produkcja (od 1988 r.) i Konsumpcja Zrównoważona (od 2002 r.). Program Czysta Produkcja dotyczy rozwoju technologii bezodpadowych i małodpadowych, technologii nie generujących zanieczyszczeń i czystych produktów. Program *Konsumpcja Zrównoważona* dotyczy bezpośrednio zmian stylu życia i zmian w wyborach konsumenckich preferujących przede wszystkim proekologiczne formy spożycia. Natomiast działania OECD polegają przede wszystkim na precyzowaniu celów i instrumentów polityki konsumpcji zrównoważonej, mierników trwałości konsumpcji oraz analizie konsumpcji gospodarstw domowych. Natomiast Unia Europejska uznawana jest za lidera w sferze wdrażania wzorców konsumpcji zrównoważonej⁶. Do najważniejszych osiągnięć związanych z tą sferą należą:

⁶ D. Kielczewski, 2011, *Konsumpcja zrównoważona*, Wyd. Difin, Warszawa.

- rozwój europejskiej strategii zrównoważonego rozwoju oraz inspiracja i wsparcie krajowych strategii zrównoważonego rozwoju oraz zrównoważonej produkcji i konsumpcji;
- proces Cardiff, którego celem jest integracja polityki środowiskowej z innymi politykami, w tym polityką ochrony konsumenta;
- ETAP: program działań na rzecz rozwoju technologii ochrony środowiska;
- rozwój energetyki alternatywnej, w tym działania na rzecz energooszczędności w gospodarstwach domowych i wykorzystania energii nie wyczerpywanej (słonecznej, wiatrowej, wnętrza ziemi itd.);
- rozwój koncepcji cyklu życia produktu;
- rozwój polityki ochrony konsumenta;
- tworzenie europejskiego systemu ekologicznych znaków towarowych;
- wdrażanie wzorców konsumpcji zrównoważonej w sektorze publicznym (zielone zamówienia publiczne);
- wsparcie działalności organizacji pozarządowych.

Skuteczność działań na rzecz wdrożenia wzorców konsumpcji zrównoważonej jest trudna do oceny. Należy jednak podkreślić, że zwłaszcza w ostatnich pięciu latach wyraźnie wzrosło zainteresowanie gospodarstw domowych *ekologizacją* konsumpcji, przede wszystkim w krajach wysoko rozwiniętych. Wynika to z szybkiego rozwoju rynku dóbr i usług ekologicznych oraz wzrostu cen surowców i energii.

3. Wzorzec życia typu *slow*

Oprócz silnej presji na środowisko przyrodnicze, jedną z cech charakterystycznych współczesnego społeczeństwa konsumpcyjnego jest styl życia oparty na przyspieszonym tempie przeżywania codziennych egzystencjalnych doznań oraz wyborze form konsumpcji i produkcji oszczędzających czas i pozwalających na utrzymanie przyspieszonego tempa życia. W tym kontekście używa się określeń w rodzaju *turbo kapitalizm* oraz *społeczeństwo non-stop*⁷. Takie tempo życia bez wątpienia przekłada się na obniżenie jego jakości. Wiele chorób cywilizacyjnych jest bezpośrednim skutkiem cywilizacyjnego pośpiechu, który przekłada się również na osłabienie więzi międzyludzkich, brak czasu na pogłębioną refleksję egzystencjalną, a nawet odczucie marnowania egzystencji i poczucia czasu *cieknącego przez palce*.

W roku 2004 roku kanadyjski dziennikarz Carl Honore opublikował książkę pod tytułem *In Praise of Slowness. Challenging the Cult of Speed (Pochwała powolności. Przeciwdziałanie kultowi prędkości)*, którą wkrótce potem wydano w trzydziestu krajach⁸. Zwróciła ona uwagę szerokiej opinii publicznej na problem tempa życia codziennego współczesnego człowieka oraz rozpowszechniła powstałą kilkanaście lat wcześniej ideę stylu życia (konsumpcji, produkcji) typu

⁷ Od koncepcji *ekorozwoju do ekonomii zrównoważonego rozwoju*, 2009, red. D. Kielczewski, Wyd. WSE, Białystok, s. 76-77.

⁸ C. Honore, 2004, *In Praise of Slowness. Challenging the Cult of Speed*, Orion Books, London.

Slow i głoszący tę ideę ruch zwany *Slow Movement*. *Slow* to filozofia życia i ruch społeczny. Obejmuje on coraz więcej sfer:

- *Slow Food*: „powolna” żywność jako antonim *fast-food*;
- *Cittaslow*: „powolne” miasto jako antonim współczesnego miasta, w którym dominuje pośpiech i pęd do kariery, a którego podstawową cechą jest wielkość, przeludnienie i „rozlewanie się” na sąsiednie obszary wiejskie;
- *Slow Travel*: „powolne” podróżowanie będące przeciwieństwem wycieczek objazdowych i wczasów typu *last-minute* w anonimowych ośrodkach wypoczynku stanowiących świątynię ostentacyjnej konsumpcji (*all inclusive*);
- *Slow Job*: przeciwieństwo przepracowania i pracobolizmu;
- *Slow Design*: antonim taśmowej produkcji pozbawionej tożsamości, indywidualizmu i wysokiej wartości estetycznej⁹;
- *Slow Education (Slow Schooling)*: edukacja nastawiona na osiągnięcie mądrości, a nie możliwie największą ilość różnorodnych, często powierzchownych kwalifikacji¹⁰. Symbolem ruchu jest ślimak (Rysunek nr 2).

Rysunek 2. Symbol *Slow* na przykładzie *Slow Food* oraz *Cittaslow*.



Rzecznicy ruchu *Slow* wyjaśniając tę ideę odwołują się do książki napisanej w 1607 roku przez Francesco Angelitę z L'Aquilii we Włoszech¹¹. Autor ten był franciszkaninem, który uważał, że poszczególne gatunki roślin i zwierząt zawierają w sobie Bożą mądrość. Ponieważ ślimak jest istotą noszącą swój własny dom na plecach, Angelita uznał, że jego zachowanie odzwierciedla filozofię zamieszkania i osiadłości. Dlatego skupił się na tym, co ludzkość może przejąć z cichego życia ślimaków. Dokładna obserwacja ujawnia bowiem model zachowania, który można streścić w kilku punktach. Dwa najważniejsze brzmią następująco:

- mądry ślimak jest powolny, co sugeruje, że bycie szybkim prowadzi do utraty zdrowego rozsądku,
- skoro ślimak nosi swój dom ze sobą, więc *dom jest tam gdzie ślimak*; oznacza to konieczność dostosowania się do miejsca, w którym się znalazło bez potrzeby przerabiania i ulepszania miejsca życia rozumianych jako zmiany dla samych zmian.

⁹ *Slow food* „The Ecologist” 2004, April.

¹⁰ C. Honore, 2011, *Pod presją*, Drzewo Babel, Warszawa.

¹¹ Por. *Mądre ślimaki*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http: www.slowfood.pl/?s=stri-filozofia], data wejścia: [2009-03-31].

Angelita uważał powolność za podstawową cnotę, podobnie jak łatwość adaptacji i umiejętność osiedlenia się w jakimkolwiek miejscu. Przez powolność rozumiał on zarówno roztropność, powagę i mądrość filozofa, jak też umiar władcy. Można poszerzyć tę interpretację i stwierdzić, że ślimak sunący nieśpiesznie jest zarazem niedostępny, nieprzenikniony, wszędzie właściwie pozostaje u siebie. Przedkłada naturę nad cywilizację i zakłada ją na siebie w formie muszli¹².

Idea *Slow* jest ideą zmniejszenia tempa życia. Nie stanowi to celu samego w sobie. Chodzi o to, żeby nabyć umiejętność wyboru tempa życia stosownego do potrzeb i konieczności codziennego bytowania. To dana osoba ma panować nad tym, jaki styl życia przyjmuje, ma działać świadomie i odpowiedzialnie, a nie powielać zachowania innych.

Szczególnie ważnym aspektem *slow* jest zwrócenie uwagi na potrzebę zakorzenienia i znalezienia sensownego kontekstu życia. *Chodzi przede wszystkim o ważny, bliski kontakt z sobą samym, ale również z innymi ludźmi – rodziną, społecznością lokalną (naprzeciw temu wychodzi postulat wielkości miast), z miejscem, w którym żyjemy*¹³. Wymienione postulaty akcentują powrót do życia świadomego, harmonijnego, bliższego naturalnym rytmom funkcjonowania człowieka, akcentują jego indywidualność, ale i przynależność, współzależność i odpowiedzialność za środowisko, w jakim żyje¹⁴. Ideologowie ruchu *Slow* wskazują też na zmianę, jaka dokonana się w ubiegłym wieku w odniesieniu do relacji rodzinnych – kiedyś rodziny wielopokoleniowe żyły razem, a dzieci znały i widywały często nie tylko rodziców, ale i dziadków, kuzynów. Czuły więc bezpieczne i stabilne zakorzenienie w rodzinie, miejscu, społeczności i kulturze [...]. o ile zakorzenienie tego rodzaju nadal jest obecne w krajach słabiej rozwiniętych, to w tych najbogatszych właściwie zanika. Tempo życia i wymagania związane z pracą zawodową wpływają na wybór miejsca zamieszkania i częstotliwość spotkań z rodziną, nawet tą najbliższą¹⁵.

Najstarszy w nurcie *slow* jest ruch *Slow Food*. Jest to międzynarodowa organizacja typu *non-profit*, która określa swój cel jako: *ochrona prawa do smaku*. Powstała w 1986 roku we Włoszech i od początku zajęła się szeroko rozumianą ochroną oraz wspieraniem niewielkich regionalnych producentów żywności – szczególnie żywności oryginalnej, produkowanej w sposób niespotykany w innych miejscach na świecie, żywności tradycyjnej, zdrowej i zagrożonej zniknięciem w wyniku coraz bardziej natarczywej ekspansji tego, co na całym świecie znane jest jako *fast food*. W ciągu 15 lat swego istnienia *Slow Food* z małego regionalnego ruchu rozrósł się w znacznym stopniu i przekształcił w międzynarodowy ruch zrzeszający ponad 60. tysięcy członków na wszystkich

¹² Tamże, także *Slow food* "The Ecologist" 2004, April.

¹³ D. Kwiatkowska, 2009, *Ruch kulturowy slow w świecie koncepcji humanistycznej człowieka oraz psychologii pozytywnej*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.wsb.net/.../2.06.KWIATKOWSKA.pdf], data wejścia [2009-06-15], s. 241.

¹⁴ Tamże, s. 214.

¹⁵ D. Kwiatkowska, *Ruch kulturowy...* op. cit., s. 241.

kontynentach. Popularność ruchu świadczy o potrzebie istnienia takiej organizacji i filozofii, jaka się za nią kryje¹⁶.

W manifestcie *Slow Food* (będącym zresztą najważniejszym dokumentem wyjaśniającym istotę ruchu *Slow*) współczesne czasy dominacji społeczeństwa masowej konsumpcji są krytykowane jako całkowicie podporządkowane cywilizacji przemysłowej i zniewolone przez zawrotne tempo życia. Przejawem tego są między innymi *fast foody*: żywność niskiej jakości i o niewielkich walorach smakowych, ale bardzo popularna, ponieważ oferowana z wymaganą przez współczesne tempo życia prędkością. Tymczasem ta prędkość życia, podkreśla manifest, odwraca uwagę konsumenta od szczegółów, detali, które stanowią o prawdziwym smaku egzystencji. Współczesny człowiek zapomniiał o jednej z podstawowych wartości, jaką jest – dobrze rozumiana – zmysłowa przyjemność. W manifestcie mówi się, że chodzi o przyjemność, jaką daje chwila wytchnienia, odpoczynku, spokoju, jaką daje czas spędzony wśród przyjaciół, a także przyjemność ze smakowania dobrego jedzenia, co przekłada się na szerszej rozumianą głębię i różnorodność życia¹⁷. Sposobem życia propagowanym przez ruch *Slow Food* jest odkrywanie smaków zamiast biernego ich przyjmowania. Przykładowo, jeśli na świecie istnieją miliony gatunków warzyw, a dziś dziesięć z nich stanowi 90% światowej produkcji rolniczej, to można sobie wyobrazić, jak wiele nowych smaków i wrażeń umyka ludziom dosłownie sprzed nosa.

Struktura organizacyjna ruchu *Slow Food* opiera się na *conviviach*, zrzeszeniach osób skupionych na ochronie tradycyjnych regionalnych produktów i przepisów kulinarnych. Ruch realizuje przede wszystkim projekt *Arka Smaku*. Przy udziale przedstawicieli świata kultury, nauki, dziennikarstwa, polityki, a przede wszystkim przemysłu żywnościowego. Mali i zagrożeni zapomnieniem producenci żywności dostają szansę odnalezienia się na potężnym światowym rynku, preferującym produkty masowe i siłą rzeczy pozbawione głębszych wartości smakowych, estetycznych i kulturowych¹⁸.

W Polsce *Slow Food* pojawił się 4 grudnia 2002 roku. Pierwsze polskie *convivium* powstało w Krakowie. Produkty polecane przez polski oddział ruchu (oznacza to, że mają one certyfikat *slow*) to wybrane regionalne gatunki serów (między innymi oscypek, bryndza), wędlin (między innymi kielbasa lisiecka), win, miodów pitnych, gatunki chleba, niektóre rodzaje przetworów owocowych, miody, zupy takie jak żur. Dominują produkty z południa Polski.

Coraz popularniejszy jest również ruch powolnych miast – *Cittaslow*. Jest to organizacja *non profit*, a jej celem jest promowanie i rozpowszechnianie kultury dobrego życia poprzez badania, eksperymentowanie, stosowanie rozwiązań dotyczących organizacji miasta. Ruch ten narodził się w 1999 r. z pomysłu Paolo Saturnini, burmistrza Greve di Chianti we Włoszech i burmistrzów innych nie-

¹⁶ *Co to jest slow food*, 2009, tryb dostępu: [http://www.slowfood.pl, data wejścia: [2009-03-31]].

¹⁷ D. Kielczewski, 2009, *Podlasie – region typu Slow?* [w]: *Podlasie regionem przyszłości*, red. A. F. Bocian, Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok, s. 126-127.

¹⁸ *Co to jest slow food* - dokument elektroniczny, tryb dostępu: www.slowfood.pl/?s=str-definicja, data wejścia: [2009-03-31], s. 1.

wielkich miasteczek, a przyjęty został przez Prezydenta *Slow Food* w celu rozszerzenia filozofii *Slow Food* na społeczności lokalne, przybliżenia ich do koncepcji dobrego życia oraz przeniesienia tej koncepcji w praktyce do życia codziennego. Stowarzyszenie składa się z władz administracyjnych miast liczących mniej niż 50 tys. ludności, które zobowiązały się pracować nad poprawą jakości życia ich mieszkańców.

Aby stać się jednym z miast *Cittaslow*, należy spełnić liczne podstawowe parametry dotyczące kilku dziedzin:

- ochrony środowiska: chodzi przede wszystkim o system kontroli jakości powietrza, wspieranie rozwoju alternatywnych źródeł energii, uporządkowanie gospodarki odpadami;
- infrastruktury miejskiej: zwłaszcza tworzenie publicznych obszarów zieleni, przywracanie oryginalnych warunków historycznych zabudowy miejskiej, stwarzanie infrastruktury miejskiej sprzyjającej wygodzie i funkcjonalności życia mieszkańców, dostosowanie przestrzeni architektonicznych do poruszania się osób niepełnosprawnych;
- produktów lokalnych, między innymi przeprowadzania corocznych spisów typowych produktów, wdrażania programów edukacji smaku itd.;
- turystyki i promocji, między innymi gościnności, istnienia dobrze oznaczonych tras turystycznych, itp.¹⁹.

Łącznie jest to pięćdziesiąt pięć kryteriów. W skrócie idealne powolne miasto to takie, w którym możliwie wiele ulic jest zamkniętych dla samochodów, nie ma hipermarketów, sieciowych sklepów, *fast-foodów*, śmieci są segregowane, niepełnosprawni mogą wszędzie dotrzeć, a lokalne produkty są chronione. Jest to także miasto, w którym dba się o wysokie standardy ochrony dziedzictwa kulturowego i przyrodniczego oraz dąży się do harmonijnego połączenia stref miejskich (zamieszkania) z terenami zielonymi i obiektami naturalnymi. Jest to zatem idea eko-miasta, w którym to, co miejskie i nowoczesne harmonijnie łączy się z tym, co naturalne oraz tym, co jest tradycją kulturową.

Członkostwo w Stowarzyszeniu oznacza konieczność ustawicznego zaangażowania w rozwijanie projektów i poprawę wymienionych wyżej parametrów funkcjonowania miasta. w ramach Sieci Miast *Cittaslow* podejmowane są liczne wspólne inicjatywy, jak na przykład: szkolenia w edukacji żywieniowej, projekty ochrony lokalnych produktów i rzemiosł, rozszerzenie strefy ruchu dla pieszych, kontrola jakości powietrza, tworzenie budownictwa zgodnego z wymogami ekologicznymi. Podkreśla się, że bycie *Slow* oznacza używanie nowych technologii w taki sposób, aby sprawić, że miasteczka i miasta staną się idealnym miejscem do życia. Niektórzy autorzy uważają, że takie miasta mogą być atrakcyjne zwłaszcza dla ludzi w wieku starszym, którzy będą chętnie przenosić się do nich z wielkich ośrodków miejskich. Szczególnie ważnym aspektem *Cittaslow* jest konieczność dbałości przez miasto należące do ruchu

¹⁹ *Slow City* dokument elektroniczny, 2009, tryb dostępu: www.reszel.net/reszel_slow_city, data wejścia: [2009-03.30]; także D. Kwiatkowska, *Ruch kulturowy...*, op. cit., s. 238-239.

o zaspokojenie zbiorowych potrzeb społeczności lokalnej. Udział w ruchu przyczynia się więc do wzrostu jakości życia i poprawy warunków życia.

W Polsce są cztery *powolne miasta*: Reszel, Lidzbark Warmiński, Biskupiec i Bisztynek. Wszystkie znajdują się w województwie warmińsko-mazurskim. Fakt przynależności do ruchu jest przez te miasta intensywnie wykorzystywany w działaniach marketingu terytorialnego.

Kolejnym przedmiotem zainteresowania ruchu *Slow* jest praca: *Sferą, która niewątpliwie przyczyniła się najsilniej do tak wielkiego wzrostu tempa życia były przemysł i gospodarka oraz związana z nimi działalność zawodowa. Jedną z najbardziej drastycznych konsekwencji utraty zdrowych proporcji w tym obszarze, na którą zwraca uwagę ruch Slow jest tzw. karoshi, czyli śmierć z przepracowania, rozpoznana i opisana po raz pierwszy w Japonii. Słowem karoshi określa się nagłe przypadki śmierci spowodowane stresem i skrajnym wyczerpaniem związanym z przepracowaniem [...]. Bezpośrednią przyczyną śmierci są najczęściej zawały serca, zaburzenia krążenia oraz wylewy krwi do mózgu [...]. Nie ma wątpliwości co do tego, że obecne tempo, styl pracy i przedłużający się stres negatywnie wpływają na zdrowie oraz długość i jakość życia człowieka*²⁰. *Slow Job* nie ma oficjalnych struktur, ale działa coraz prężniej i jest wspierany przez polityków. Skrócony tydzień pracy obowiązuje już między innymi we Francji, Belgii, Holandii, Danii i Szwecji. Nie dostrzega się w tych krajach niższej wydajności pracy, niż w krajach, gdzie tydzień pracy jest dłuższy. Powstał także specjalny program *Work Life Balance*, który popularny jest też w Polsce. Jego celem jest ułatwianie pracownikom radzenia sobie z życiem osobistym przy jednoczesnym rozwijaniu kariery²¹. Chodzi o to, żeby kariera zawodowa nie niszczyła życia osobistego i więzi rodzinnych pracownika.

Slow Education zwraca uwagę na powszechne zjawisko rosnącej presji dotyczącej ilości materiału edukacyjnego, który powinien być opanowany przez współczesnego ucznia. Chodzi o wielość treści nauczania, uczęszczanie jednocześnie do wielu szkół i na różne kursy, równoczesne studiowanie kilku kierunków studiów, itp. David Elkind, amerykański psycholog, protoplasta ruchu, jeszcze w latach 80. stwierdzał, że zjawiska te są efektem zachowań rodziców, którzy w ten sposób starają się *popychać* swoje dzieci do dorosłości i tak wdrożyć je do życia we współczesnym świecie; znaczenie mają też ich kompleksy i niespełnione ambicje²². Propagatorzy ruchu *Slow* uznają za konieczny powrót do tradycyjnego systemu edukacji opartego na zachowaniu właściwej proporcji między nauczaniem i wychowaniem. W roku 2002 amerykański pedagog Maurice Holt ogłosił rodzaj manifestu *Slow Schooling*, w którym *postuluje przede wszystkim uczenie się przez zrozumienie oraz koncentrację na dogłębnej analizie zjawisk, nie zaś na opanowaniu rozległej wiedzy [...]. Postuluje również zapewnienie uczniom przestrzeni do eksploracji, badań, dyskusji i poszukiwania rozwiązań*²³. Poza

²⁰ D. Kwiatkowska, *Ruch kulturowy...*, op. cit., s. 237-238. Por. także Y. Sugimoto, 2003, *An Introduction to Japanese Society*, University Press, Cambridge; J. Garrick, C. Rhodes, 2000, *Research and Knowledge AT Work: Perspectives, Case-Studies and Innovative Strategies*, Routledge, London.

²¹ J. Pańków, 2009, *Leniwa niedziela „Wysokie Obcasy”* 2009 nr 5, s. 45-47.

²² D. Elkind, 1998, *The Hurried Child: Growing Up To Fast To Soon*, Da Capo Press, Reading.

²³ D. Kwiatkowska, *Ruch kulturowy...*, op. cit., s. 240.

tym *Slow Education* to także postulat uzupełnienia treści edukacyjnych o kwestie tradycji, kultury i etyki²⁴.

Slow Travel to specyficzna forma turystyki²⁵. Powolne podróżowanie polega na obowiązku pozostania w jednym miejscu co najmniej przez tydzień. Podróżujący powinien w tym czasie poznać miejscowe obyczaje i nawiązać znajomości ze społecznością lokalną. Niedopuszczalne jest podróżowanie samolotem (chyba, że nie ma innej możliwości) oraz nocowanie w wielkich sieciowych hotelach. Brak pośpiechu pozwala na intensywny kontakt z miejscem pobytu, z ludźmi, a także tradycją i kulturą: zwiedzanie zabytków, nauka gotowania, nauka wyrabiania tradycyjnych pamiątek, smakowanie potraw regionalnych itp. *Slow Travel* jest coraz ważniejszą niszą na rynku usług turystycznych. Ofertę *slow* posiadają biura podróży w większości krajów europejskich, w Australii i w USA. Wydawane są przewodniki o podróżowaniu typu *slow*.

Slow design to produkcja niepowtarzalnych ubrań, mebli itp. przy wykorzystaniu pracochłonnego ręcznego wykonania: jest to coś w rodzaju powrotu do *przedserijnego* rzemiosła. Przykładowo holenderska projektantka Christien Meindertsma robi swetry z wełny owiec, które poznała osobiście. Każdy sweter jest wyprodukowany z wełny jednej owcy. Do swetra dołączony jest biogram owcy ze zdjęciem i ewentualnych zdobytych nagrodach na wystawach i targach rolnych²⁶. W ten sposób produkty oferowane przez projektantkę nabierają cech niepowtarzalności.

Trudno powiedzieć, na ile idea *slow* jest trwałym elementem współczesnych procesów konsumpcji, a na ile stanowi rodzaj mody, która przeminie wraz z pojawieniem się innych efektownych stylów życia. Wydaje się jednak, że istnieje spora szansa, aby była to trwała tendencja oddziałująca także na inne style życia. Przesłanek optymizmu należy poszukiwać w stopniowym wzroście popularności przede wszystkim *Slow Food* oraz *Cittaslow*, a także w fakcie, że w przemyśle turystycznym model *Slow Travel* jest postrzegany jako coraz bardziej istotny element rynku usług turystycznych.

4. Fair Trade

Oprócz kwestii środowiskowej, a także kwestii stylów życia, ważnym aspektem współczesnych zagadnień konsumpcji jest jej wpływ na relacje międzyludzkie. Na ten problem zwraca uwagę ruch *Fair Trade*. Geneza ruchu wywodzi się z krytyki mechanizmów funkcjonowania światowego handlu. Jednym z najczęściej formułowanych zarzutów jest marginalizowanie w wymianie handlowej najbiedniejszych regionów świata²⁷. Problem ten dotyczy głównie lokalnych drobnych producentów i pracowników, spychanych na margines świato-

²⁴ M. Holt, 2002, *It's Time to Start the Slow School Movement* „Phi Delta Kappan” 2002 vol. 84 ss. 4, 264; także D. Kwiatkowska, *Ruch kulturowy...*, op. cit., s. 239-240.

²⁵ J. Pańków, 2009, *Leniwa...*, op. cit. s. 46; D. Kwiatkowska, *Ruch kulturowy...* op. cit., s. 240-241.

²⁶ J. Pańków, 2009, *Leniwa...*, op. cit., s. 47.

²⁷ W. Zbaraszewski, 2011, *Realizacja idei Fair Trade w Polsce i na świecie* [w]: *Nachaltiger Konsum?...*, op. cit., s. 338-361.

wego rynku. Celem inicjatywy *Fair Trade* była pomoc mieszkańcom Trzeciego Świata w wyjściu z nędzy poprzez udział w globalnej wymianie handlowej, a nie poprzez dotacje i pomoc charytatywną²⁸.

Fair Trade to również wybór sposobu życia. Opiera się na idei, że konsument przestaje myśleć wyłącznie o zaspokajaniu własnych potrzeb, a znaczące dla niego stają się względy społeczne i humanitarne. Dokonując zakupu produktu *fair* wykracza poza swoją egoistyczną użyteczność i stara się uczynić świat lepszym i bardziej sprawiedliwym. Jest to więc forma etycznego stylu życia i konsumpcji.

Pierwsza międzynarodowa definicja *Fair Trade* została uzgodniona w 1999 roku przez nieformalne porozumienie skupiające cztery główne organizacje sieciowe *Fair Trade* (FINE): *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO), *International Federation for Alternative Trade* (IFAT), *Network of European World Shops* (NEWS!) oraz *European Fair Trade Association* (EFTA). Według FINE *Fair Trade* to partnerstwo w handlu oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym. Oferuje lepsze warunki handlowe i broni praw marginalizowanych producentów i pracowników Globalnego Południa. Produkcja i sprzedaż towarów *Fair Trade* odbywa się zgodnie z tymi zasadami. Tam, gdzie to możliwe, są one weryfikowane przez niezależne i godne zaufania systemy²⁹.

Obecnie *Fair Trade* definiuje się jako partnerstwo w handlu, oparte na dialogu, przejrzystości i szacunku, które dąży do większej równości w handlu międzynarodowym, przyczynia się do zrównoważonego rozwoju przez oferowanie lepszych warunków handlowych i zabezpieczenie praw zepchniętych na margines producentów i pracowników. *Fair Trade* dąży do wyeliminowania ubóstwa z krajów Południa poprzez zapewnienie upośledzonym społecznie producentom w Afryce, Azji i Ameryce Łacińskiej równych szans dostępu do rynku w krajach Północy. Podstawowym celem *Fair Trade* jest budowanie trwałych, bezpośrednich relacji pomiędzy producentami w krajach biednych a konsumentami w bogatych częściach świata³⁰.

Standardy *Fair Trade* można podzielić na ogólne oraz na specyficzne dla poszczególnych produktów. Ich spełnienie jest wymagane od producentów oraz bezpośrednich nabywców ich produktów. Jako producenci określani są wyłącznie rolnicy z krajów rozwijających się, w założeniu główni beneficjenci *Fair Trade*. Przedsiębiorcy kupujący ich plody rolne zobowiązani są płacić im określoną standardami cenę i zawierać umowy na określonych warunkach. Obecnie istnieją standardy dotyczące takich produktów jak: banany, cukier, herbata, kakao, kawa, komosa ryżowa, miód, owoce suszone, owoce i warzywa świeże, soki, orzechy, ziarna roślin oleistych, przyprawy, ryż, wino, kwiaty cięte, rośliny ozdobne, bawełna, piłki sportowe. Standardy *Fair Trade* (ogólne, jak

²⁸ Tamże, s. 338-339. Por. także: A. Nicholls, C. Opal, 2005, *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, Sage, London; *Fair Trade w globalizującej się gospodarce*, 2010, red. K. Żukrowska, Wyd. SGH, Warszawa, s. 7.

²⁹ Por. W. Zbaraszewski, *Realizacja...*, op. cit., s. 339-340.

³⁰ Tamże, s. 341.

i specyficzne dla poszczególnych produktów) opierają się na kilku podstawowych zasadach:

- stosowanie ceny minimalnej niezależnej od warunków rynkowych zapewniającej zwrot kosztów produkcji i godziwe wynagrodzenie;
- wsparcie finansowe społeczności lokalnej;
- stosowanie zaliczek na poczet produkcji artykułów rolnych zamiast kosztownego kredytowania;
- ochrona praw człowieka;
- ochrona środowiska³¹.

Standardy *Fair Trade* ustala Komitet Standardów *FLO International*, w skład którego wchodzi reprezentanci organizacji członkowskich, sieci producenckich przedsiębiorców oraz niezależni eksperci. Komitet prowadzi przy tym szerokie konsultacje z producentami, przedsiębiorcami, niezależnymi ekspertami, inspektorami dokonującymi certyfikacji.

Znaczenie oraz potencjał *Fair Trade* dostrzega także Unia Europejska (UE). Komisja Europejska podkreśla³², że działania podejmowane w ramach *Fair Trade* mają istotne znaczenie dla dziedzin, takich jak: ochrona konsumenta, rozwój gospodarczy i społeczny, społeczna odpowiedzialność biznesu, a także ochrona środowiska. W kontekście prawa o zamówieniach publicznych Komisja Europejska rekomenduje stosowanie klauzuli społecznej przy formułowaniu warunków przetargowych. Wytwarzane z uwzględnieniem kryteriów moralnych i sprawiedliwości społecznej produkty *Fair Trade* wskazywane są w tym przypadku jako wzorcowy przykład.

Ponadto Parlament Europejski określił podstawowe kryteria *Fair Trade*. Są nimi³³:

- a) *sprawiedliwa cena producenta, gwarantująca sprawiedliwe wynagrodzenie oraz pokrywająca koszty produkcji bezpiecznej dla środowiska i koszty utrzymania. Cena ta powinna być przynajmniej równa cenie minimalnej Fair Trade lub też wyższa o dopłatę, jeżeli taka została określona przez międzynarodowe stowarzyszenia Fair Trade;*
- b) *dokonanie z góry części płatności na żądanie producenta;*
- c) *długotrwałe, stabilne kontakty z producentami i zaangażowanie producentów w określanie norm Fair Trade;*
- d) *przejrzystość i możliwość prześledzenia łańcucha dostawy celem zagwarantowania odpowiedniej informacji dla konsumentów;*
- e) *warunki produkcji respektujące osiem podstawowych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy;*
- f) *poszanowanie środowiska naturalnego, ochrona praw człowieka, a w szczególności praw kobiet i dzieci, oraz poszanowanie tradycyjnych metod produkcji, które promują rozwój gospodarczy i społeczny;*

³¹ Tamże, s. 342-344.

³² Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego COM (2009) 215 z 5 maja 2009 r., *Wkład w zrównoważony rozwój: rola sprawiedliwego handlu i związanych z handlem pozarządowych systemów zapewniania zgodności ze zrównoważonym rozwojem*.

³³ Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie sprawiedliwego handlu i rozwoju (2005/2245(INI)).

- g) wspieranie produkcji i dostęp do rynku dla organizacji producentów;
- h) działania w zakresie zwiększania wiedzy o produkcji i relacjach w ramach Fair Trade, o misji i celach Fair Trade oraz o przeważającej niesprawiedliwości zasad handlu międzynarodowego;
- i) monitorowanie i weryfikacja przestrzegania tych kryteriów, w czym większą rolę muszą odgrywać organizacje południowe, a co ma doprowadzić do zmniejszenia kosztów i zwiększenia lokalnego udziału w procesie certyfikacji;
- j) regularna ocena oddziaływania działań w ramach Fair Trade.

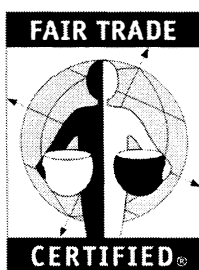
Wypełnianie tych kryteriów jest kontrolowane przez niezależnych inspektorów, którzy decydują o przyznaniu potwierdzającego ten fakt certyfikatu³⁴.

Fair Trade promuje używanie specjalnych znaków handlowych (Rysunek 3).

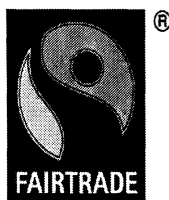
Rysunek 3. Znaki certyfikacyjne Fair Trade



Znak certyfikacyjny Fundacji Max Havelaar w Szwajcarii



Znak certyfikacyjny Fair Trade Mark, używany w Japonii, USA i w Kanadzie.



Znak certyfikacyjny Fairtrade Labelling Organizations International



WFTO Fair Trade Organization Mark

W roku 2009 konsumenci wydali na produkty Fair Trade sumę ok. 3,4 miliarda euro i było to aż o 15% więcej niż w 2008 r. Według szacunkowych danych w 2009 r. sprzedawano około 27 000 rodzajów produktów Fair Trade w ponad 70. krajach. Ponadto wiedza konsumentów na temat znaku Fair Trade w niektórych krajach przekroczyła 80%³⁵.

³⁴ W. Zbaraszewski, *Realizacja idei...* op. cit., s. 344-345.

³⁵ *Growing stronger together*, 2010, Annual Report 2009-10, Fairtrade Labelling Organizations International, Bonn, s. 12.

Tabela 2. Wartość sprzedaży detalicznej produktów *Fair Trade* (2008-2009)

Kraj/region	2008 r. [euro]	2009 r. [euro]	Zmiana [%]
Afryka Południowa	-	458 075	-
Australia/Nowa Zelandia	18 567 280	28 733 986	58%
Austria	65 200 000	72 000 000	10%
Belgia	45 780 141	56 431 496	23%
Dania	51 220 106	54 436 609	6%
Estonia	-	295 045	-
Finlandia	54 445 645	86 865 284	60%
Francja	255 570 000	287 742 792	13%
Hiszpania	5 483 106	8 030 724	46%
Holandia	60 913 968	85 818 400	41%
Irlandia	94 429 586	118 574 416	26%
Japonia	9 567 132	11 283 451	2%
Kanada	123 797 132	201 978 074	66%
Litwa	-	315 380	-
Luksemburg	4 249 301	5 327 122	25%
Łotwa		153 500	-
Niemcy	212 798 451	267 473 584	26%
Norwegia	30 961 160	34 689 522	19%
Republika Czeska	-	556 540	-
Reszta świata	130 722	18 099 255	-
Szwajcaria	168 766 526	180 160 263	7%
Szwecja	72 830 302	82 662 331	25%
USA	757 753 382	851 403 590	7%
Wielka Brytania	880 620 304	897 315 061	14%
Włochy	41 284 198	43 382 860	5%
Razem	2 954 368 443	3 394 187 360	15%

Źródło: W. Zbaraszewski, *Realizacja idei...*, op. cit., s. 353.

Najwięcej produktów *fairtrade'owych* sprzedawano w USA i Wielkiej Brytanii. Duży udział w sprzedaży towarów *Fair Trade* przynależał głównie krajom europejskim, zwłaszcza Francji, Niemcom, Irlandii. Produkty *Fair Trade* znalazły w zeszłym roku także wielu nowych nabywców poza swymi tradycyjnymi rynkami – np. sprzedaż w Australii i Nowej Zelandii wzrosła aż o 58%. Sprzedawane są głównie: banany, cukier trzcinowy, kawa, kwiaty, herbata, kakao, wino, owoce i soki owocowe, ubrania, sprzęt sportowy. Dynamika rozwoju rynku daje szansę, że będzie to coraz bardziej znaczący trend, z którym wiąże się głęboka przemiana świadomości konsumentów – zwrócenie uwagi na społeczny i humanitarny aspekt ich wyborów nabywczych.

5. Zakończenie

Wymienione w artykule przykłady inicjatyw międzynarodowych na rzecz alternatywnych stylów życia dowodzą, jak się wydaje, prawdziwości tezy, że współczesne społeczeństwo stopniowo zmienia się przede wszystkim w kierunku zakwestionowania jednego z filarów liberalnej gospodarki wolno-rynkowej, którym jest koncepcja *homo oeconomicus*: indywidualnego egoisty dbającego wyłącznie o zaspokojenie własnych potrzeb ponosząc przy tym możliwie najniższe koszty. Trzy opisane inicjatywy wskazują na trzy nowe zjawiska. Pierwszym z nich jest coraz powszechniejsza świadomość zagrożeń dla środowiska przyrodniczego i wynikającej z niej groźby załamania się światowego systemu gospodarczego i szerzej rozumianego systemu cywilizacyjnego. Próba odpowiedzi na to pytanie jest idea zrównoważonej konsumpcji. Drugim jest wzrost zainteresowania kwestią jakości życia – najmocniej uosabia to ruch *Slow*. Trzecim jest solidarność społeczna i dbałość o prawa człowieka, co wyraża wzrost popularności *Fair Trade*. Mimo, że udział tych inicjatyw w globalnej konsumpcji jest relatywnie niewielki, należy podkreślić, że duże jest jego znaczenie edukacyjne. Bez wątpienia opisane style życia będą bowiem oddziaływać także na zachowania konsumentów preferujących masową zunifikowaną konsumpcję tak charakterystyczną dla społeczeństwa przełomu XX i XXI wieku.

Należy także podkreślić, że historia wymienionych idei i inicjatyw pokazuje, jak bardzo różnorodne mogą być mechanizmy rozpowszechniania się w skali międzynarodowej rozmaitych koncepcji społecznych i gospodarczych. Tym samym udział w kształtowaniu międzynarodowych stosunków gospodarczych biorą właściwie wszystkie możliwe podmioty w nich uczestniczące i żadnego z nich nie należy lekceważyć ani pomijać.

Bibliografia

- Co to jest slow food* - dokument elektroniczny, 2009, tryb dostępu: [www.slowfood.pl/?s=str-definicja], data wejścia: [2009-03-31]
- Devall B., Sessions G., 1995, *Ekologia głęboka*, Wyd. Pusty Obłok, Warszawa.
- Dobrzański G., Dobrzańska B., Kielczewski D., 2008, *Ochrona środowiska przyrodniczego*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Elkind D., 1998, *The Hurried Child: Growing Up To Fast To Soon*, Da Capo Press, Reading.
- Fair Trade w globalizującej się gospodarce*, 2010, red. K. Żukrowska, Wyd. SGH, Warszawa.
- Garrick J., Rhodes C., 2000, *Research and Knowledge AT Work: Perspectives, Case-Studies and Innovative Strategies*, Routledge, London.
- Hoessle V., 1994, *Philosophie der oekologischen Krise*, C. H. Beck, Munchen.
- Holt M., 2002, *It's Time to Start the Slow School Movement* „Phi Delta Kappan” vol. 84 iss. 4.
- Honore C., 2004, *In Praise of Slowness. Challenging the Cult of Speed*, Orion Books, London.
- Honore C., 2011, *Pod presją*, Drzewo Babel, Warszawa.
- Jastrzębska-Smolaga H., 2000, *w kierunku trwałej konsumpcji. Dylematy – zagrożenia – szanse*, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa.
- Kielczewski D., 2008, *Konsumpcja a perspektywy zrównoważonego rozwoju*, Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.

- Kielczewski D., 2009, *Podlasie – region typu Slow?* [w]: *Podlasie regionem przyszłości*, red. A. F. Bocian, Wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok.
- Kielczewski D., 2011, *Konsumpcja zrównoważona*, Wyd. Difin, Warszawa.
- Kwiatkowska D., 2009, *Ruch kulturowy slow w świecie koncepcji humanistycznej człowieka oraz psychologii pozytywnej*, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [www.wsb.net/.../2.06.KWIATKOWSKA.pdf], data wejścia [2009-06-15].
- Mądre ślimaki, 2009, dokument elektroniczny, tryb dostępu: [http: www.slowfood.pl/?s=str-filozofia], data wejścia: [2009-03-31].
- Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung es Verbrauchhaltens in Polen Und Deutschland / Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań konsumentów w Polsce i Niemczech, 2011, red. M. Wachowiak, D. Kielczewski, H. Diefenbacher, FEST, Heidelberg.
- Naess A., 1999, *Samourzeczywistnienie – ekologiczne podejście do istnienia w naszym świecie* [w]: *Zielona antologia*, wybór A. J. Korbel, J. Tyrlik, Wyd. Pracownia Architektury Żywej, Gliwice.
- Nicholls A., Opal C., 2005, *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, Sage, London.
- Norberg-Holge H, Gorelick S., Merrifield T., 2007, *Powrót gospodarki żywnościowej do korzeni. Lokalne alternatywy wobec globalnego przemysłu rolnego*, Zielone Brygady, Kraków.
- Od koncepcji ekorozwoju do ekonomii zrównoważonego rozwoju, 2009, red. D. Kielczewski, Wyd. WSE, Białystok.
- Opinia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego w sprawie: „Produkty spożywcze w sprawiedliwym handlu – samoregulacja czy przepisy prawa?”, 2009, Dziennik Urzędowy Unii Europejskiej nr 2009/C 318/06.
- Pańków J., 2009, *Leniwa niedziela „Wysokie Obcasy”* 2009 nr 5.
- Reichel J., 2007, *Lokalny recykling pieniądza*, Zielone Brygady, Kraków.
- Rezolucja Parlamentu Europejskiego w sprawie sprawiedliwego handlu i rozwoju, 2005, (2005/2245(INI)).
- Rola organizacji pozarządowych w kształtowaniu proekologicznych wzorców konsumpcji, 2002, red. J. Kamieniecka, wyd. Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa.
- Slow City, 2009, tryb dostępu: [http: www.reszel.net/reszel_slow_city], data wejścia: [2009-03-30]
- Slow food, 2004 „The Ecologist” 2004 April.
- Sugimoto Y., 2003, *An Introduction to Japanese Society*, University Press, Cambridge.
- Welfens M. J., J. Wiśniewski, 2005, *Wybrane problemy zrównoważonej konsumpcji*, „Ekonomia i Środowisko” 2005 nr 2.
- Wkład w zrównoważony rozwój: rola sprawiedliwego handlu i związanych z handlem pozarządowych systemów zapewniania zgodności ze zrównoważonym rozwojem, Komunikat Komisji do Rady, Parlamentu Europejskiego i Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego COM(2009)215 z 5 maja 2009.
- Zbaraszewski W., *Realizacja idei Fair Trade w Polsce i na świecie* [w]: *Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung es Verbrauchhaltens in Polen Und Deutschland / Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań konsumentów w Polsce i Niemczech*, 2011, red. M. Wachowiak, D. Kielczewski, H. Diefenbacher, FEST, Heidelberg.