

ETYCZNY KONTEKST PROCESÓW KONSUMPCJI

Dariusz KIEŁCZEWSKI¹

1. Wstęp

Mianem etyki można określić zespół pojęć i wynikających z nich twierdzeń, na podstawie których formułuje się nakazy moralne. Twierdzenia te odnoszą się do całokształtu ludzkiej egzystencji, a więc także do całości życia gospodarczego. Dotyczy to również sfery konsumpcji. Pojedyncze decyzje nabywcze często okazują się również wyborami moralnymi. Bierze się to z faktu, że mogą one mieć pozytywny lub negatywny wpływ na innych ludzi: przykładowo tych, którzy wytwarzają dobra konsumpcyjne. Także całokształt istniejących procesów konsumpcji może być oceniany z etycznego punktu widzenia.

W artykule przedstawiono najważniejsze, jak się wydaje, dylematy etyczne współczesnej konsumpcji, a następnie wskazano różnorodne przykłady i idee konsumpcji etycznej, opartej na rygorach i zasadach moralnych.

2. Dylematy etyczne współczesnej konsumpcji

Z etycznego punktu widzenia współczesne procesy konsumpcji trudno jest ocenić w sposób jednoznaczny. Istnieje wiele zjawisk pozytywnych, ale też są takie, które trudno ocenić pozytywnie, gdyż wiąże się z nimi łamanie powszechnie akceptowanych zasad etycznych.

Bardzo istotny w tym kontekście jest fakt, że wiek XX można określić jako wiek eksplozji konsumpcji, czyli gwałtownego wzrostu spożycia i wzrostu znaczenia konsumpcji w codziennej egzystencji oraz w ocenie poziomu satysfakcji z życia [*Życie w konsumpcji...*, 2010, *Socjologia codzienności...*, 2009]. Ten proces należy z etycznego punktu widzenia ocenić jednoznacznie pozytywnie. Mimo wybiórczego charakteru eksplozji konsumpcji (bowiem dotyczy ona głównie społeczeństw państw wysoko rozwiniętych), nie ma ona precedensu w przeszłości. Przywilej konsumpcji przez stulecia był zarezerwowany dla nielicznych grup społecznych. Olbrzymia większość ludzkości zawsze żyła nie tylko w bardzo skromnych warunkach materialnych, ale okresami przymierając

¹ Dr hab. Dariusz Kielczewski, prof. UwB – Wydział Ekonomii i Zarządzania Uniwersytetu w Białymstoku.

głodem. W wieku XX nastąpiła radykalna przemiana najpierw w wysoko rozwiniętych krajach Europy i Ameryki Płn., byłych krajach socjalistycznych, a stopniowo także w pozostałych regionach Ziemi. Jest to wielkie osiągnięcie społeczeństwa i gospodarki ubiegłego stulecia oraz głęboka zmiana kulturowa.

Warto podkreślić słuszność poglądu noblisty Fogla, według którego imponujący wzrost dochodów konsumentów nie w pełni odzwierciedla wagę przemian, jakie dokonały się w XX wieku. Na to zjawisko nakłada się wzrost długości życia ludzi, poprawa stanu zdrowia, przyrost masy ciała i możliwości intelektualnych ludzi oraz znaczny wzrost konsumpcji żywności oznaczający, że coraz większa liczba konsumentów jest zdolna zaspokoić swoje podstawowe potrzeby. Gdyby uwzględnić te przemiany, ocena współczesnych procesów rozwojowych okazuje się jeszcze bardziej pozytywna [Fogel, 2004, Godłowski-Legiędź 2006].

Szczególnie ważne wydaje się coraz bardziej skuteczne podejmowanie walki z głodem. *Przez całe wieki głód był wszędzie nieodłącznym elementem ludzkiego życia, nie licząc małego grona uprzywilejowanych bogaczy. Przykładowo we Francji między X a XVIII stuleciem powszechny głód występował w każdym stuleciu średnio dziesięć razy, nie licząc setek głodów lokalnych. W Finlandii w latach 1696-1697 z powodu głodu wyginęła jedna czwarta albo jedna trzecia całej ludności. W Indiach zaś w 1555 i 1596 roku oraz w latach 1630-1631 głód doprowadził do kanibalizmu. Prawie do końca XIX wieku głód był w Europie normalnym stanem mas pracujących* [Senyszyn, 2001, s. 77]. Rośnie także ilość dóbr i usług, które stają się dostępne na skalę masową, a coraz więcej dóbr i usług jest właściwie powszechnie użytkowana. Trafnie opisał to Kapuściński [2007], który stwierdził, że jednym z aspektów postępu współczesnego świata jest fakt, że ludzie ubodzy nie chodzą już w łachmanach, gdyż praktycznie każdego stać na najtańsze ubranie i obuwie. Ten proces wynika z obniżenia cen żywności, rozpowszechnienia taśmowej produkcji, a także szybkiej śmierci technicznej dóbr przemysłowych, co powoduje, że ich ceny spadają w wyjątkowym tempie. Tym samym rośnie realna siła nabywcza coraz większej liczby konsumentów.

Należy podkreślić, że przyspieszenie procesów rozwojowych i poprawa poziomu życia następuje w coraz większej liczbie krajów. Szybki wzrost płac (a więc i konsumpcji) ma miejsce w krajach nowo uprzemysłowionych, jak Chiny, Indie, Brazylia, a także na najuboższym kontynencie świata, czyli w Afryce.

Wymienionym sukcesom towarzyszą jednak wielkie wyzwania i dylematy. Najważniejszym problemem w tym kontekście jest fakt, że wzrost spożycia ma charakter wybiórczy. Jedynie część konsumentów ma dostęp do większości współcześnie produkowanych dóbr i usług, a problemy takie jak ubóstwo, głód, brak dostępu do edukacji i opieki medycznej nadal są powszechne na większości kontynentów. Co gorsza, w ostatnich latach dostrzegalna jest tendencja do wyodrębniania się sfery ubóstwa również w krajach wysoko rozwiniętych (tak

zwany czwarty świat). Jest to sytuacja przykra tym bardziej, że możliwości produkcyjne człowieka z pewnością są wystarczające na zaspokojenie potrzeb ogółu ludzkości.

W sferze konsumpcji mamy do czynienia z bolesnym paradoksem. Z jednej strony gospodarka potrafi spełnić wszelkie możliwe zachcianki konsumentów, z drugiej zaś wielu z nich nie ma dostępu do podstawowych dóbr i usług. Człowiek nauczył się leczyć najbardziej skomplikowane schorzenia i zarazem nadal pozwala na to, żeby ludzie umierali z głodu. Nierównomierność wzrostu konsumpcji jest opisywana w kategorii efektu rozwierających się nożyc. Jest to zwiększanie się różnic w dochodach między społeczeństwami najbogatszymi i najbiedniejszymi. Ponieważ równocześnie przepływ informacji o stylach życia jest coraz doskonalszy, narasta niezadowolenie z warunków życia, do których mają dostęp konsumenci w krajach rozwijających się. Przekłada się to na wzrost frustracji, agresji i izolacjonizmu społeczno-kulturowego. Można mówić o istnieniu globalnego konfliktu między bogatą Północą i biednym Południem, który ma tło ekonomiczne, ale stopniowo przekształca się w niebezpieczną konfrontację o charakterze cywilizacyjnym.

Wysoki poziom konsumpcji w krajach Północy powoduje pojawianie się specyficznych problemów społecznych. Pisał o nich jeszcze w latach sześćdziesiątych i siedemdziesiątych ubiegłego wieku Fromm [1994], który uważał, że gwałtownie wzrastająca konsumpcja nie czyni człowieka szczęśliwszym, ponieważ kształtuje w nim postawę nienasycenia. Konsument nie jest zadowolony z osiągniętego poziomu życia, ponieważ ma świadomość, że możliwy jest jeszcze wyższy poziom i dostępne są nowocześniejsze dobra konsumpcyjne. Powoduje to wzrost ilości patologii społecznych. Przede wszystkim są to kolejne rodzaje uzależnień. Prowadzi się już terapię uzależnienia od zakupów, od użytkowania komputera i Internetu, wykonywania pracy. Nadmierna konsumpcja żywności powoduje powstawanie specyficznych patologii społecznych, jak choroby spowodowane przez nieodpowiednią dietę zawierającą nadmiar cukrów, tłuszczu, substancji chemicznych oraz otyłość, choroby związane z obsesjami dietetycznymi takie, jak bulimia i anoreksja. Poważnym problemem społecznym są także potężne rozmiary konsumpcji dóbr patogennych: alkoholu, papierosów, narkotyków, środków dopingujących, produktów przemysłu pornograficznego.

Intensywność marketingu i reklamy sprawia, że współcześnie coraz silniej zaznacza się dezorientacja konsumentów odnośnie racjonalnych decyzji nabywczych. Przykładem jest spożycie żywności. Rynek jest zalany olbrzymią ilością poradników dietetycznych, które propagują krańcowo odmienne style odżywiania się: od radykalnych koncepcji wegetariańskich i wegańskich aż po równie radykalne nawoływania do oparcia diety na mięsie i tłuszczach pochodzenia zwierzęcego. Równie wiele sprzeczności można dostrzec w publikacjach dotyczących żywności modyfikowanej genetycznie oraz zawierającej dodatki chemiczne. W opracowaniach dotyczących tych zagadnień można się spotkać albo

z daleko idącym entuzjazmem wobec takiej żywności, albo z radykalną dyskwalifikującą tę żywność krytyką.

Zwraca się też uwagę na negatywne skutki psychologiczne konsumpcjonizmu. Jest on postrzegany jako styl życia radykalnie hedonistyczny i pozbawiony szacunku wobec wartości wyższych, a jednocześnie w praktyce uznawany powszechnie. Coraz mniejsze znaczenie ma duchowa samorealizacja człowieka, a coraz większe konsumpcja rozlicznych dóbr. Zakupy przestały być czynnością konieczną do zaspokojenia potrzeb, a stały się formą spędzania wolnego czasu uważaną zresztą za bardzo atrakcyjną. Coraz szybciej następuje śmierć techniczna poszczególnych dóbr i usług, co powoduje dalszy wzrost konsumpcji wynikający z przyspieszonej rotacji produktów. Coraz powszechniejsza staje się konsumpcja gadżetowa, oparta na nabywaniu tandetnych dóbr zazwyczaj jednorazowego użytku, które zostały zakupione pod wpływem impulsu związanego z obniżką ceny, promocją itp. Jednak nawet dobra trwałego użytku wykorzystywane są coraz krócej. Zanikają związane z korzystaniem z nimi usługi naprawcze, ponieważ uszkodzony produkt jest zastępowany nowym. Konsumpcjonizm dotyczy też usług niematerialnych. Masowo konsumowane usługi kulturowe (filmy, telenowe, teleturnieje, prasa) są na ogół płytkie treściowo i tandetne. Często lansują styl życia oparty na szczególnie wysokiej konsumpcji materialnej bazującej na autorytecie gwiazd sportu, telewizji i show businessu. W promowaniu radykalnego hedonizmu celują młodzieżowe stacje telewizyjne, takie jak MTV.

Bez wątpienia dramatycznym skutkiem konsumpcji jest degradacja środowiska przyrodniczego. Z tej przyczyny niemiecki filozof Jonas określa współczesną konsumpcję jako „pełzającą apokalipsę”: *to, co niepokoi, to ów codzienny, pokojowy użytek, jaki czynimy z naszej władzy, a na którym opiera się przecież cała nasza cywilizowana egzystencja ze wszystkimi ułatwieniami (jazda własnym samochodem, lot samolotem itp.), z całą niesamowitą obfitością dóbr, jakimi rozporządzamy. Są to wszystko rzeczy nie zasługujące bynajmniej na naganę z moralnego punktu widzenia: jednak od tego, co czynimy na co dzień nie sposób uciec. Biegnie to swoim torem. Oznacza to, że pełzająca apokalipsa staje się groźniejsza od apokalipsy nagłej i brutalnej* [Greisch, 1992, s. 105-106].

Na czym polega ta „pełzająca apokalipsa”? Otóż wszelkie potrzeby konsumpcyjne są zaspokajane przy wykorzystaniu zasobów przyrody. Im wyższy poziom materialny spożycia, tym bardziej intensywna eksploatacja tych zasobów. Praktycznie każdemu procesowi konsumpcji towarzyszą dziś również odpady i zanieczyszczenia obciążające środowisko i przyczyniające się tym samym do pogorszenia jego stanu. Obecny poziom konsumpcji jest szczególnie wysoki. Wynika to z jednej strony z presji na posiadanie coraz większej ilości dóbr materialnych, a z drugiej na ich coraz szybszą rotację. W efekcie nadal sprawne dobra materialne są zastępowane innymi i stają się odpadami tylko dlatego, że nastąpiła ich śmierć techniczna. Przykładowo przeciętne gospodarstwo domowe w krajach Europy Zachodniej emituje prawie trzykrotnie więcej

odpadów, niż gospodarstwo domowe w Polsce. A przecież problem emisji odpadów jest w naszym kraju uważany za szczególnie palący i trudny do rozwiązania. Olbrzymim problemem są również dobra, które są wyjątkowo uciążliwe dla środowiska, a eksploatuje się je powszechnie: opakowania jednorazowego użytku, detergenty, samochody osobowe. Gdyby na gospodarstwa domowe Chin przypadało tyle aut, co w USA, pokryłyby one powierzchnię mniej więcej równą powierzchni wszystkich obecnie eksploatowanych dróg.

Przeciętnemu konsumentowi trudno jest wyobrazić sobie i uświadomić negatywne dla środowiska skutki jego własnych zachowań. Emisja odpadów i zanieczyszczeń przeciętnego gospodarstwa domowego wydaje się niewielka. Wiele skutków jest odłożonych w czasie lub w przestrzeni, a więc dostrzec ich nie można. Lekceważenie negatywnego wpływu konsumpcji na środowisko wynika też z faktu, że współczesny człowiek pozostaje pod wpływem wartości etycznych antropocentryzmu. Zakładają one, że wszelkie wartości etyczne dotyczą tylko ludzi i tylko ich interesy należy brać pod uwagę w wyborach moralnych oraz wszelkiej praktyce społecznej i gospodarczej. Dlatego właśnie współczesny konsument na ogół nie zastanawia się nad konsekwencjami swoich działań dla środowiska przyrodniczego, zwierząt, a nawet dla przyszłych pokoleń samych ludzi. To ostatnie następuje dlatego, że istotą wszelkich wyborów etycznych jest podejmowanie decyzji w danym momencie historycznym. Często spotykane nawoływania do powstrzymywania się od nadmiernej konsumpcji w imię szacunku etycznego dla przyszłych pokoleń na ogół są nieskuteczne, stanowiąc głównie zbanalizowany rytuał powtarzany przy okazji proekologicznych rocznic i uroczystości, ponieważ termin „przyszłe pokolenia” jest zbyt abstrakcyjny i odległy czasowo. Nie istniały więc dotąd żadne hamulce etyczne dotyczące zachowań wobec środowiska przyrodniczego. Istnieje natomiast ryzyko, że nastąpi trwała alienacja ekologiczna człowieka, gdyż coraz większa ilość konsumowanych przez niego dóbr izoluje go od świata przyrody i stwarza złudzenie, że będzie on w swoim własnym sztucznym środowisku absolutnie samowystarczalny.

Trudno oprzeć się wrażeniu, że problemy ekologiczne są przez ogół konsumentów niedoceniane. Zainteresowanie kwestiami ekologicznymi jest dość powierzchowne. Problemy te uważa się z reguły za przemijające. Osoby nawołujące do zmiany stylu życia i do kierowania się wartościami ekologicznymi nader często są postrzegane w kategoriach utopistów. Trudno w tej sytuacji o szybką ekologizację zachowań konsumentów, a kształt relacji „spożycie – stan środowiska przyrodniczego” nadal zagraża trwałości istnienia i świata przyrody, i samego człowieka.

Do najbardziej ponurych aspektów destrukcyjnego oddziaływania konsumpcji na środowisko należy rozpowszechnienie zachowań, które z perspektywy etycznej trzeba jednoznacznie określić jako okrutne wobec świata przyrody. Niewątpliwie wiąże się to z fetyszyzowaniem w produkcji dóbr konsumpcyjnych racjonalności ekonomicznej. Najbardziej drastycznie wyraża się to

w postaci stosowanych metod hodowli zwierząt, wśród których niektóre można porównać wprost do sadyzmu, jak np. mielenie żywcem nowo narodzonych kurcząt płci męskiej jako nieprzydatnych do hodowli, chów klatkowy kur na mięso, przycinanie dziobów brojlerom, przetrzymywanie zwierząt w ciasnych boksach, bicie i rażenie prądem zwierząt nieposłusznych i agresywnych, złe warunki transportu, metody uśmiercania zwierząt narażające je na dodatkowy stres i cierpienie, obdzieranie ryb lub zwierząt futerkowych żywcem ze skóry i wiele innych. Zwierzęta hodowane masowo są traktowane tak, jakby zapomniano, że są żywymi i czującymi istotami, a sądzono, że to maszyny dostarczające konkretnych produktów; mięsa, skór, nabiału, jajek. Wielkie fermy hodowlane i ubojnie kojarzą się wprost z nazistowskimi „fabrykami śmierci”, a ich istnienie dla wielu stanowi podstawę do ponurej refleksji na temat kondycji moralnej współczesnego człowieka [Grodecka 1997].

Nawet jednak zwiększona troska o środowisko przyrodnicze może paradoksalnie przyczynić się do nowych dylematów i problemów etycznych. Najbardziej wyrazistym przykładem jest polityka walki z globalnymi zmianami klimatycznymi oraz związany z nią rozwój badań i wdrożeń z zakresu energetyki alternatywnej. Rozwój energetyki alternatywnej, a także nowe opłaty i podatki związane z emisją dwutlenku węgla wiążą się ze znacznym wzrostem cen energii i grożą nowym rodzajem wykluczenia społecznego, którym jest wykluczenie energetyczne. Wykorzystanie w energetyce biomasy oznacza z kolei znaczny wzrost cen produktów spożywczych, co jest z całą pewnością nieobojętne dla konsumentów niezamożnych.

3. Koncepcja etycznej konsumpcji

Etyczne zachowania w konsumpcji mogą polegać już na tradycyjnej dobroczynności, pomocy społecznej i działaniach w ramach wolontariatu. Są to działania coraz bardziej popularne, wspierane zresztą przez państwo za pomocą systemu ulg podatkowych. W tym miejscu przedstawione zostaną dalej idące koncepcje etycznej konsumpcji, które zakładają, że możliwa jest radykalna zmiana zachowań konsumentów polegająca na tym, że zaprzestaje się działań powodujących problemy etyczne, które następnie trzeba rozwiązywać.

Całościowym projektem jest koncepcja określana wprost jako etyczna konsumpcja. Jest ona promowana przede wszystkim przez ruchy konsumenckie i ekologiczne. Celem ich działania jest doprowadzenie do stworzenia alternatywnego rynku dóbr i usług, który umożliwiłaby realizowanie przez konsumentów za pośrednictwem decyzji zakupowych zasad moralnych.

Istota idei etycznej konsumpcji polega na tym, by podjąć potencjalny etyczny aspekt konsumowania i poszukiwać takich sposobów zaspokojenia potrzeb, żeby nie dopuścić do sytuacji moralnie nagannych. Jest tu zawarty pewien idealizm – decyzja zakupowa to jakby coś w rodzaju głosu wyborczego, a wybór polega na tym, czy konsument przyczynia się do zwiększenia sumy dobra na świecie, czy przeciwnie.

Wybór moralny konsumenta dokonuje się w czterech płaszczyznach. Pierwszą z nich jest wybór między produktami globalnymi i lokalnymi. Preferowanie produktów lokalnych wiąże się z ochroną lokalnych miejsc pracy oraz obniżeniem kosztów transportu. Daje to zatem korzyści społeczne i ekologiczne, a więc należy ocenić takie zachowanie wyżej z etycznego punktu widzenia, niż nabywanie produktów globalnych, które są transportochłonne i mogą przyczyniać się do wzrostu problemów społecznych na poziomie lokalnym.

Druga płaszczyzna odnosi się do środowiska przyrodniczego. Rozważa się zanieczyszczenie środowiska (odpowiedzialne przedsiębiorstwa starają się minimalizować prawdopodobieństwo wystąpienia sytuacji zagrażających środowisku oraz zamykać obieg cyklu produkcyjnego); produkcję energii atomowej (wykorzystanie atomu umożliwia produkcję broni jądrowej oraz pozostawia uciążliwe odpady radioaktywne; stąd w ramach koncepcji etycznej konsumpcji energetykę jądrową potępia się); inżynierię genetyczną (nieznane są jej skutki środowiskowe i społeczne, poza tym upowszechnienie jej technik utrwala nierówności ekonomiczne ze względu na konieczność zakupu patentów przez kraje rozwijające się); produkcję wyrobów szczególnie uciążliwych dla środowiska, jak PCV; działania producentów związane z zaangażowaniem w niszczenie naturalnych ekosystemów (nabywanie produktów pochodzących z lasów tropikalnych takich, jak meble i okna z hebanu, mahoni, drewna tekowego itp.) oraz inne aspekty, takie jak: trwałość produktu, możliwość recyklingu, transport.

Trzecia płaszczyzna to wpływ konsumpcji na respektowanie praw zwierząt. Za nieetyczne formy konsumpcji uważa się nabywanie produktów testowanych na zwierzętach, nabywanie mięsa pochodzącego z masowych hodowli stosujących tucz przemysłowy; niektórzy zwolennicy etycznej konsumpcji za jedyną dopuszczalną formę odżywiania się uważają wegetarianizm.

Czwartą płaszczyzną jest respektowanie praw człowieka. Etyczna konsumpcja w tym kontekście oznacza zainteresowanie wpływem konsumpcji na zdrowie fizyczne i psychiczne konsumenta. Także potrzebę nabywania produktów firm, które nie wspierają totalitarnych reżimów, potrzebę bojkotowania firm naruszających prawa pracowników, unikania produktów firm znanych z wykorzystania nieetycznych form reklamy. Etyczna konsumpcja jest równoznaczna z koniecznością nabywania produktów firm, które nie są zaangażowane w produkcję zbrojeniową lub wspieranie zbrojeń.

Idea etycznej konsumpcji staje się coraz bardziej popularna. *W Wielkiej Brytanii odsetek osób wskazujących zanieczyszczenie środowiska jako główny czynnik zagrażający spadł z 31% w roku 1989 (szczyt ekokonsumeryzmu) do 4% w roku 2000. Natomiast ponad 30% konsumentów wyraża poważne zainteresowanie społeczną odpowiedzialnością producenta w trakcie zakupów, co przekłada się na trzyprocentowy udział etycznych produktów w rynku. Wskaźnik ten szybko rośnie – ponad połowa populacji brytyjskiej przynajmniej raz w roku ubiegłym (2000) kupiła produkt lub zamówiła usługę od firmy, kierując się potwierdzonym wizerunkiem firmy odpowiedzialnej społecznie. Jedna trzecia kon-*

sumentów była poważnie zainteresowana etycznym wymiarem produktu w czasie zakupów, a 25% przynajmniej raz w roku sprawdzało dane dotyczące społecznej odpowiedzialności producenta [Rok, 2002, s. 47].

W praktyce można mówić o wybiórczym traktowaniu przez konsumentów kwestii etyki konsumpcji. Stąd bierze się popularność ekokonsumpcji, wegetarianizmu oraz idei tak zwanego *fair trade* (sprawiedliwego, czy też uczciwego handlu).

4. Ekokonsumpcja

Koncepcja ekokonsumpcji albo inaczej konsumpcji proekologicznej jest oparta na zasadzie, że poszukuje się dóbr i usług nieuciążliwych dla środowiska lub przynajmniej mniej uciążliwych dla środowiska, niż inne dobra i usługi.

Bardzo istotną kwestią dla realizowania wzorców ekokonsumpcji jest respektowanie zasad tak zwanego ekologicznego imperatywu konsumenta. Jego istota jest przedstawiona na rysunku 1.

Rys. 1. Imperatyw ekologiczny konsumenta

Potrzeby

Wybór sposobu realizacji potrzeby

Selekcja

Określenie poziomu realizacji potrzeby

Minimalizacja

Rynek zaspokojenia potrzeby

Konsument

Konsumpcja – proces realizacji potrzeby

Maksymalizacja

Konsument

Wybór sposobu usuwania skutków realizacji potrzeby

Segregacja

„Rynek” sposobów usuwania skutków realizacji potrzeby

Źródło: [B. Michaliszyn, R. Janikowski, 1997, s. 66].

Elementami imperatywu są zatem:

- 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 sub-

stytuty w postaci usług, często niematerialnych, należy zatem takich substytutów poszukiwać i z nich korzystać;

- 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;
- 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 itd.
- usuwanie skutków realizacji potrzeby: w miarę możliwości należy korzystać z tych dóbr i usług, które mogą podlegać recyklingowi.

Nurt ekokonsumencki jest bardzo dobrze zorganizowany i spełnia ważną rolę nie tylko w kształtowaniu świadomości ekologicznej, lecz także w edukacji konsumenckiej. Drukowane oraz udostępnianie drogą elektroniczną są liczne poradniki ekologicznego stylu życia, w których znajduje się wiele informacji na temat zasad zdrowego żywienia, energooszczędności, oszczędności wody, ekologicznych materiałów budowlanych i źródeł energii oraz wiele innych.

Przykładową klasyfikację etycznych działań w sferze ekokonsumpcji przedstawia S. Zaremba-Warnke [2011, s. 458-460]:

Działania charakteryzujące proekologiczny styl życia można podzielić na cztery główne grupy:

2.1. Zapobieganie zanieczyszczaniu wody, oszczędne użytkowanie wody, energii elektrycznej i gazu:

- *zakręcanie kranu w trakcie mycia zębów i podczas ręcznego zmywania naczyń (nie pod bieżącą wodą);*
- *krótkotrwałe korzystanie z prysznica – zamiast kąpieli w wannie;*
- *zbieranie większej ilości brudnych naczyń do zmywania;*
- *pranie przy całkowitym wypełnieniu pralki;*
- *mycie samochodu przy użyciu wiadra zamiast węża, a najlepiej w specjalnej myjni;*
- *w okresie suszy podlewanie ogródka maksymalnie raz w tygodniu, ale bardziej obficie;*
- *natychmiastowa reperacja ciekących urządzeń;*
- *niewrzucanie odpadów do muszli klozetowej;*
- *zamontowanie siłka przy zlewozmywaku i usuwanie resztek tłuszczu i innych resztek jedzenia przed zmywaniem;*
- *stosowanie proekologicznych środków do mycia, zmywania, prania, odplamiania i czyszczenia²,*

² Zakup produktów proekologicznych dotyczy przede wszystkim produktów oznaczonych ekoznakami lub posiadających inne świadectwa proekologiczności – np. wynik testu konsumenckiego.

- pranie bez użycia środka zmiękczającego;
- stosowanie mniejszej ilości proszku do prania niż podano na opakowaniu;
- izolacja rur wodociągowych przed mrozem zamiast pozostawiania odkręconych kranów;
- zamontowanie jednouchwytowej baterii czerpalnej, wodooszczędnej końcówki prysznica i/lub urządzenia ograniczającego przepływ wody (tzw. perlatora);
- podłączenie odpływu przy umywalce do oszczędnego rezerwuaru muszli klozetowej;
- zminimalizowanie (np. w czasie remontu) odległości pomiędzy urządzeniem z ciepłą wodą a kuchnią i łazienką;
- wybór dostawcy energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych;
- wyłączanie niepotrzebnego oświetlenia;
- wyłączanie sprzętu elektrycznego z sieci elektrycznej zaraz po użyciu;
- energooszczędne gotowanie;
- pranie w temperaturze nie wyższej niż 40°C i suszenie białyny bez użycia suszarki;
- rezygnacja z prasowania;
- racjonalne korzystanie z lodówki i zamrażarki;
- stosowanie żarówek energooszczędnych oraz kontaktów umożliwiających dobranie natężenia światła według potrzeb;
- zainstalowanie wyłącznika przy pompie instalacji CO;
- zakup urządzeń wykorzystujących energię słoneczną;
- zainstalowanie termoregulatorów przy kaloryferach; odpowiednie usytuowanie kaloryferów; szerokie parapety nad kaloryferami; izolujące płyty lub folia za kaloryferami;
- utrzymywanie temperatury nie wyższej niż 19°C w sezonie grzewczym (nałożenie cieplejszego ubrania zamiast podwyższania temperatury);
- zaciąganie wieczorem zasłon (żaluzji itp.) oraz obniżanie temperatury na godzinę przed pójściem spać;
- wyłączanie ogrzewania w pomieszczeniach, które nie muszą być konieczne ogrzewane (zamykanie drzwi ogrzewanych pomieszczeń) oraz na godzinę przed wietrzeniem mieszkania;
- gaszenie płomieni pilota kotła CO i piecyka gazowego w lecie; zainstalowanie kotła CO o zwiększonej wydajności;
- uszczelnienie okien i drzwi; montaż okien z podwójną szybą;
- izolacja ścian zewnętrznych, poddasza, strychu, podłóg na parterze;
- regularne kontrolowanie urządzeń grzewczych;
- wykorzystanie zasad budownictwa pasywnego;
- korzystanie ze schodów zamiast z windy;
- selektywne korzystanie z urządzeń klimatyzacyjnych;

- zebranie informacji przed zakupem sprzętu domowego nt. jego oddziaływania na środowisko (m.in. zużycia energii, wody, emisji hałasu, możliwości recyklingu).

2.2. Proekologiczne zakupy oraz minimalizacja odpadów:

- zastanowienie się, czy planowany zakup jest rzeczywiście niezbędny;
- przed dokonaniem zakupu zdobycie informacji nt. oddziaływania produktu na środowisko;
- zakup żywności z gospodarstw ekologicznych i z atestem, np. Ekolandu, co daje gwarancję bezpieczeństwa zdrowotnego oraz produkcji żywności z poszanowaniem praw zwierząt;
- zakup towarów pochodzenia krajowego i zgodnie z danym sezonem;
- korzystanie ze zbiorów z własnej działki lub pobliskiego gospodarstwa ekologicznego;
- ograniczanie ilości spożywanego mięsa (wykorzystywanie przepisów kuchni wegetariańskiej);
- zakup produktów nie poddanych żadnej obróbce oraz bez opakowania lub skromnie opakowanych;
- wybór jak najmniej szkodliwego opakowania (m.in. zakup towarów z opakowaniem zwrotnym);
- zakup proekologicznych kosmetyków i materiałów higienicznych;
- stosowanie pieluszek z tetry zamiast jednorazowych;
- zakup ekologicznej odzieży;
- zakup produktów wytwarzanych w sposób proekologiczny i takich, które po zużyciu nie stają się niebezpiecznymi odpadami;
- zakup gatunków kwiatów mniej szkodliwych dla środowiska, np. kwiatów doniczkowych zamiast ciętych;
- niematerialne prezenty, np. zaproszenie na koncert;
- wybór mebli długotrwałego użytku, z naturalnych materiałów (najlepiej zrównoważonej gospodarki leśnej);
- rozwijanie proekologicznego hobby, np. wędrówki piesze, działka, wolontariat;
- używanie na zakupy własnej torby (najlepiej z tkaniny);
- przechowywanie żywności w pojemnikach wielokrotnego użytku zamiast foliowych lub papierowych opakowań;
- oszczędne zużycie papieru, np. poprzez dwustronne drukowanie, zakup jednej gazety wspólnie z grupą przyjaciół;
- segregacja odpadów pokonsumpcyjnych – szkło, makulatura, metale, resztki organiczne, odpady niebezpieczne;
- kompostowanie odpadów organicznych w przydomowym kompostowniku.

2.3. Ograniczenie szkodliwego oddziaływania transportu na środowisko:

- przemieszczanie się na krótkich odległościach pieszo lub rowerem;
- korzystanie z komunikacji zbiorowej;

- korzystanie z roweru;
- załatwianie kilku spraw podczas jednego przejazdu samochodem;
- racjonalne prowadzenie samochodu, tzw. ekojazda;
- dojazd do pracy pociągiem, autobusem lub rowerem zamiast samochodem;
- zastanowienie się nad możliwością zakupu samochodu wspólnie ze znajomymi lub rodziną (często jeden samochód może zaspokoić potrzeby komunikacyjne kilku gospodarstw domowych),
- wykorzystanie możliwości wykonania części pracy w domu;
- zakup ekonomicznego typu samochodu;
- przed zakupem samochodu zastanowienie się, czy jest rzeczywiście niezbędny;
- wybór miejsca urlopu, w taki sposób, aby zminimalizować wpływ podróży na środowisko;
- unikanie podróży samolotem.

2.4. Aktywne uczestnictwo w działaniach organizacji zajmujących się ochroną środowiska:

- pomoc kolejnym ekoespołom;
- wprowadzanie zmian proekologicznych w miejscu pracy;
- prośrodowiskowe zmiany w środowisku lokalnym;
- działania proekologiczne o szerszym zasięgu;
- udział w akcjach organizowanych przez proekologiczne organizacje, np. w bojkotach konsumenckich firm nieodpowiedzialnych społecznie, akcji Sprzątanie Świata czy Dzień bez Samochodu;
- popieranie w czasie wyborów kandydatów i partii proekologicznych;
- wolontariat w proekologicznych organizacjach;
- sponsorowanie działalności proekologicznej.

Działania na rzecz ekokonsumpcji są coraz intensywniej wspierane przez politykę państwa. Organizowane są społeczne kampanie edukacyjne w zakresie ochrony środowiska. Ważnym aspektem jest funkcjonowanie w ramach polskiej i unijnej polityki ochrony środowiska systemu ekologicznych znaków towarowych (ekoetykiet). Pozwalają one na:

- zidentyfikowanie dóbr i usług ekologicznych, czyli mniej uciążliwych dla środowiska, niż inne;
- zidentyfikowanie ewentualnych zagrożeń dla środowiska lub zdrowia, o których poprzez znak towarowy informuje producent;
- uzyskanie informacji o cechach produktu i sposobie jego utylizacji po zużyciu.

Odmianą ekokonsumpcji jest konsumpcja oparta na zasadzie respektowania praw zwierząt. Wywodzi się ona ze wzrostu popularności tak zwanej etyki wyzwolenia zwierząt. Rzecznicy tej etyki uważają, że sfera odpowiedzialności moralnej powinna obejmować kwestię praw zwierząt. Współczesny świat, uważając oni, uwikłany jest w szereg problemów na styku „człowiek – świat

zwierząt”, których tradycyjna moralność nie dostrzega, co powoduje także problemy społeczne. Przykładowo nieetyczna forma zachowania wobec zwierząt, którą jest przemysłowa hodowla, przekłada się także na zagrożenie dla zdrowia i życia samych ludzi, czego najbardziej radykalnym przykładem jest choroba BSE. Przyjęcie zasad etyki dyskwalifikujących takie zachowanie rozwiązałoby więc równocześnie dwa problemy. Antropocentryzm w etyce, podkreślają zwolennicy etyki wyzwolenia zwierząt, powoduje, że nie dostrzega się problemów moralnych w doświadczeniach na zwierzętach (choć większość mogłaby być zastąpiona przez symulacje komputerowe) dokonywanych w imię często abstrakcyjnych celów naukowych, w okrutnym traktowaniu zwierząt podczas hodowli, tresury itp. Tymczasem zwierzęta posiadają pewien rodzaj samoświadomości i obawiają się cierpienia. Ponadto brak zrozumienia przez nie obowiązków moralnych nie oznacza braku analogicznych praw. Gdyby tak było, należałoby odmówić podmiotowości moralnej upośledzonym umysłowo ludziom. Asymetria etyki ekologicznej polegająca na wyłączeniu z niej zwierząt oznacza także, że ludzie wykazują skłonność do podejmowania tylko tych problemów ekologicznych, które zagrażają samym ludziom przy obojętnym postrzeganiu tego, co stanie się ze zwierzętami. Jest to jednak strategia bardzo krótkowzroczna. W świecie przyrody wszystko jest z sobą powiązane. Tym samym egzystencja ludzi ściśle wiąże się z przetrwaniem zwierząt.

W konsumpcji opartej na zasadzie odpowiedzialności moralnej za zwierzęta promuje się zachowania takie, jak:

- unikanie spożywania mięsa (weganizm, wegetarianizm, semiwegetarianizm);
- unikanie dóbr i usług produkowanych przy wykorzystaniu badań na zwierzętach;
- rezygnacja z nabywania naturalnych skór i futer i zastępowanie ich sztucznymi tworzywami;
- bojkot tresury zwierząt;
- bojkot przemysłów i obyczajów związanych z dręczeniem zwierząt oraz zabijaniem zwierząt dzikich;
- bojkot przedsiębiorstw, które w swojej działalności nie przestrzegają zasad etyki wyzwolenia zwierząt.

Warto podkreślić, że te koncepcje etycznej konsumpcji wykraczają poza relacje międzyludzkie i sprawiają, że pojawia się zagadnienie odpowiedzialności konsumenta za świat, który go otacza.

W rozwój proekologicznych form konsumpcji coraz mocniej angażują się jednostki sektora publicznego. Przykładem takiej inicjatywy jest rozwój koncepcji zielonych zamówień publicznych.

5. *Fair Trade*

Ważnym kontekstem etyki w zachowaniach konsumenckich jest kształtowanie relacji międzyludzkich. Wśród koncepcji związanych z tą kwestią szczególnie interesująca jest koncepcja *fair trade*, którą określa się jako ideę sprawiedliwego, względnie uczciwego handlu. Istota tej koncepcji sprowadza się do tego, by promować takie zachowania konsumenckie, które przyczyniają się do poprawy bytu producentów wywodzących się z krajów słabo rozwiniętych. Uczciwy handel jest formą walki z ubóstwem, a także formą protestu i próbą przeciwstawienia się polityce wielkich międzynarodowych korporacji wobec zasobów pracy w krajach Trzeciego Świata.

Geneza ruchu *Fair Trade* wywodzi się z krytyki mechanizmów funkcjonowania światowego handlu. Jednym z najczęściej formułowanych zarzutów jest marginalizowanie w wymianie handlowej najbiedniejszych regionów świata [Zbaraszewski 2011, s. 338-361]. Problem ten dotyczy głównie lokalnych drobnych producentów i pracowników, spychanych na margines światowego rynku. Celem inicjatywy *Fair Trade* była pomoc mieszkańcom Trzeciego Świata w wyjściu z nędzy poprzez udział w globalnej wymianie handlowej, a nie poprzez dotacje i pomoc charytatywną. Wskazuje się, że to właśnie handel, a dokładnie ruch *Fair Trade* może pomóc w walce z ubóstwem [Nichols, Oppal, 2005].

Fair Trade to wszak również wybór odnośnie 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 r. 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 systemy [Zbaraszewski, 2011, s. 339-340].

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 zbudowanie trwałych, bezpośrednich relacji pomiędzy producentami w krajach biednych a konsumentami w bogatych częściach świata [Zbaraszewski, 2011, s. 341].

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

1. stosowanie ceny minimalnej niezależnej od warunków rynkowych zapewniającej zwrot kosztów produkcji i godziwe wynagrodzenie;
2. wsparcie finansowe społeczności lokalnej;
3. stosowanie zaliczek na poczet produkcji artykułów rolnych zamiast kosztownego kredytowania;
4. ochrona praw człowieka;
5. ochrona środowiska [Zbaraszewski, 2011, s. 342-344].

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 podkreśla, 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 nimi:

- *sprawiedliwa cena producenta, gwarantująca sprawiedliwe wynagrodzenie oraz pokrywająca koszty produkcji bezpiecznej dla środowiska i koszty utrzymania. Cena ta powinna być przynajmniej równa cenie mi-*

- nimalnej Fair Trade lub też wyższa o dopłatę, jeżeli taka została określona przez międzynarodowe stowarzyszenia Fair Trade;
- dokonanie z góry części płatności na żądanie producenta;
 - długotrwałe, stabilne kontakty z producentami i zaangażowanie producentów w określanie norm Fair Trade;
 - przejrzystość i możliwość prześledzenia łańcucha dostawy celem zagwarantowania odpowiedniej informacji dla konsumentów;
 - warunki produkcji respektujące osiem podstawowych konwencji Międzynarodowej Organizacji Pracy;
 - poszanowanie środowiska naturalnego, ochrona praw człowieka, a w szczególności praw kobiet i dzieci, oraz poszanowanie tradycyjnych metod produkcji, które promują rozwój gospodarczy i społeczny;
 - wspieranie produkcji i dostęp do rynku dla organizacji producentów;
 - 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;
 - 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;
 - regularna ocena oddziaływania działań w ramach Fair Trade.

Wypełnianie tych kryteriów jest kontrolowane przez niezależnych inspektorów, którzy decydują o przyznaniu potwierdzającego ten fakt certyfikatu [Zbarszewski 2001, s. 344-345].

Fair Trade promuje używanie specjalnych znaków handlowych przyznawanych na zasadach analogicznych do ekologicznych znaków towarowych. Pozwalają one na rozpoznanie produktów *fair trade* wśród innych produktów dostępnych na rynku.

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 % [FLOI, 2010, s. 12].

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 proc. 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.

Szczegółowe dane przedstawia tabela 1.

Tabela 1. Sprzedaż głównych grup towarowych Fair Trade w 2009 r.

Towar	Ilość	Zmiana %
Banany	311 465 t	4 %
Cukier trzcinowy	89 628 t	57%
Herbata	11 524 t	1%
Kakao (ziarno kakaowe)	13 898 t	35%
Kawa (palona, instant)	73 781 t	12%
Komosa ryżowa	556 t	1%
Kwiaty i rośliny	335 893 000 szt.	8%
Miód	2 065 t	0%
Orzechy i nasiona roślin oleistych	859 t	13%
Piłki sportowe	118 000 szt.	-16%
Ryż	5 052 t	8%
Soki owocowe	45 582 t	62%
Suszone owoce	541 t	-24%
Świeże owoce	20 091 t	-24%
Wino	11 908 000 l	33%
Zioła i przyprawy	578 t	266%

Źródło: [Zbaraszewski 2011, s. 386- 387].

Również w przypadku rozwoju idei *fair trade* angażują się w nią oprócz organizacji pozarządowych także jednostki sektora publicznego. W Wielkiej Brytanii zapoczątkowany został ruch miast typu *fair*, które posiadają stosowny certyfikat. Jego przyznanie jest uzależnione od spełnienia wymogów dotyczących odsetka sklepów i lokali gastronomicznych oferujących produkty *fairtrade’owe*. W Niemczech przyjęto na uczelniach wyższych zasadę obowiązku oferowania takich produktów w stołówkach studenckich i pracowniczych oraz pierwszeństwa zakupu takich dóbr dla potrzeb obsługi cateringowej konferencji, sympozjów i seminariów naukowych.

6. Zakończenie

We współczesnym świecie konsumpcja stała się jednym z kluczowych aspektów ludzkiej egzystencji, dlatego jej ranga w życiu społeczeństwa stała się niezwykle istotna. Wybory konsumenckie okazują się nieobojętne moralnie i wpływają na stosunki człowieka z jego otoczeniem społecznym i przyrodniczym. Wskazane w artykule przykłady inicjatyw etycznej konsumpcji pokazują,

że możliwe są zachowania regulujące te relacje w sposób, który należy ocenić pozytywnie z etycznego punktu widzenia. Osobną kwestią pozostaje ich popularność. Dostrzegalne jest przede wszystkim to, że możliwość zachowań etycznych zależy w znacznej mierze od przejrzystości rynku. Wielkie znaczenie mają tu koszty transakcyjne wynikające z niedostatku informacji konsumenta o etycznym aspekcie produkcji i dystrybucji dóbr i usług. Dlatego pozytywnie należy ocenić zaangażowanie instytucji sektora publicznego we wsparcie opisanych w artykule szlachetnych moralnie inicjatyw. Czas pokaże, na ile są one realne.

Literatura

- FLOI (Fairtrade Labelling Organizations International), *Growing Stronger Together*, FLOI, Bonn 2010.
- Fogel R. W., *The Escape from Hunger and premature Death, 1700-2100. Europe, America and the Third World*, Cambridge University Press, 2004.
- Food Security in Asia*, ed. W. S. Chern, Edward Elgar Pbl., Cheltenham 2000.
- Fromm E., *Mieć czy być?*, wyd. Rebis, Poznań 1995.
- Godłów-Legiędź J., *Rozwój społeczny w świetle teorii ewolucji technofizjologicznej Roberta Fogla*, [w]: *Rozwój regionalny a rozwój społeczny*, A. F. Bocian (red.), wyd. Uniwersytetu w Białymstoku, Białystok 2006.
- Greisch J., *Od gnozy do zasady odpowiedzialności. Rozmowa z Hansem Jonasem*, „Literatura na świecie” 1992 nr 7.
- Grodecka M., *Zaufać Ziemi. Oblicza wegetarianizmu*, wyd. KOS, Kraków 1997.
- Kapuściński R. *Rwący nurt historii*, wyd. Znak, Kraków 2007.
- Michaliszyn B., Janikowski R., *Przyczynek do zrównoważonej konsumpcji*, „Człowiek i Przyroda” 1997, nr 6.
- Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung es Verbrauchenhaltens in Polen Und Deutschland/ Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań konsumentów w Polsce i Niemczech*, pod red. M. Wachowiak, D. Kielczewskiego, H. Diefenbachera, FEST, Heidelberg 2011.
- Nicholls A., Opal C., *Fair Trade: Market-Driven Ethical Consumption*, Sage, London 2005.
- Rok B., *Etapy rozwoju współczesnego konsumeryzmu a kształtowanie wzorców konsumpcji*, [w]: *Rola organizacji pozarządowych w kształtowaniu proekologicznych wzorców konsumpcji*, J. Kamieniecka (red.), wyd. Instytut na rzecz Ekorozwoju, Warszawa 2002.
- Senyszyn J. *Etyka konsumpcji jako wyzwanie XXI wieku*, „Roczniki Naukowe SERiA” 2001, tom III, zeszyt 3.
- Sociologia codzienności*, pod red. P. Sztompki i M. Boguni-Borowskiej, Wyd Znak, Kraków 2009.
- Welfens M. J., Wiśniewski J., *Wybrane problemy zrównoważonej konsumpcji*, „Ekonomia i Środowisko” 2005, nr 2.
- Zaremba-Warnke S., *Korzyści i koszty odbiorców programów kształtujących proekologiczny styl życia*, [w]: *Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung es Verbrauchenhaltens in Polen Und Deutschland/ Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań*

- konsumentów w Polsce i Niemczech*, pod red. M. Wachowiak, D. Kiełczewskiego, H. Diefenbachera, FEST, Heidelberg 2011.
- Zbaraszewski W., *Realizacja idei Fair Trade w Polsce i na świecie [w]: Nachhaltiger Konsum? Die Entwicklung es Verbrauchenhaltens in Polen Und Deutschland/ Zrównoważona konsumpcja? Rozwój zachowań konsumentów w Polsce i Niemczech*, pod red. M. Wachowiak, D. Kiełczewskiego, H. Diefenbachera, FEST, Heidelberg 2011.
- Życie w konsumpcji, konsumpcja w życiu*, pod red. A. M. Zawadzkiej, M. Górnik-Durose, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2010.