

# Spis treści

|                                                                                                          |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Przedmowa</b>                                                                                         | 7   |
| <b>Od autorki</b>                                                                                        | 13  |
| <b>1. Cywilizacyjne związki konsumpcji z produkcją</b>                                                   | 23  |
| <b>2. Rola pracy i konsumpcji w powstawaniu nietrwałej konsumpcji w krajach kręgu kultury zachodniej</b> | 34  |
| 2.1. Związki pracy z konsumpcją                                                                          | 34  |
| 2.2. Związki konsumpcji z pracą                                                                          | 42  |
| 2.3. Ukształtowanie się wzorca konsumpcji nietrwałej                                                     | 48  |
| <b>3. Realne procesy konsumpcji a wzorzec trwałej konsumpcji</b>                                         | 57  |
| 3.1. Procesy oddziaływania na konsumpcję gospodarstw domowych                                            | 57  |
| 3.1.1. Powstawanie nowej jakości konsumpcji w gospodarstwach domowych                                    | 57  |
| 3.1.2. Nowe rynki usług                                                                                  | 63  |
| 3.2. Wzorzec trwałej konsumpcji                                                                          | 71  |
| 3.3. Dylematy konsumenckich wyborów lat dziewięćdziesiątych                                              | 82  |
| 3.4. Sterowanie konsumpcją                                                                               | 92  |
| <b>4. Edukacja w kierunku trwałej konsumpcji</b>                                                         | 101 |
| 4.1. Mechanizmy edukacji konsumentów osłabiające zainteresowania nietrwałą konsumpcją                    | 105 |
| 4.1.1. Mechanizm perswazji – przekonywania                                                               | 105 |
| 4.1.2. Mechanizm naśladowania innych osób                                                                | 109 |
| 4.2. Rekrutacja edukatorów i sposoby ich naśladowania                                                    | 113 |

|                                                     |     |
|-----------------------------------------------------|-----|
| 4.3. Formy edukacji                                 | 117 |
| 4.3.1. Uzasadnienie odrębności edukacji producentów | 117 |
| 4.3.2. Formy edukacji producentów                   | 119 |
| 4.3.3. Nowe formy ekonomicznej edukacji konsumentów | 125 |

## 5. Dostosowanie struktur i form pracy do nowych potrzeb, w okresie zmiany wzorców konsumpcji 134

|                                                                        |     |
|------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1. Społeczne uwarunkowania zmiany wzorca konsumpcji                  | 134 |
| 5.2. Przekształcenia w sferze pracy w okresie zmiany wzorca konsumpcji | 136 |

## Zakończenie 145

## Bibliografia 149

## Wykaz boxów 152

## Wykaz tabel 152

## Wykaz rysunków 153

## Indeks nazwisk 154

## 6. Aneks 156

Wykaz pozycji bibliograficznych do 1999 roku (dotychczas nieopublikowany) na temat „trwałej konsumpcji”, (ang.) *sustainable consumption*, (niem.) *Nachhaltigkeit und Nachhaltiger Konsum*, **opracowany przez dr Lucię Reisch**  
Visiting Associate Professor Copenhagen Business School