

# Az etikus fogyasztás mint szubpolitika<sup>1</sup>

Gulyás Emese

emese\_gulyas@t-online.hu

Beérkezés: 2012. 05. 23.

Átdolgozott változat beérkezése: 2013. 04. 15.

Elfogadás: 2013. 05. 01.

**ÖSSZEFOGLALÓ:** Az alábbi tanulmányban azt fejtém ki, hogy az etikus fogyasztás értelmezhető a közügyekben való részvételként, Ulrich Beck terminusával szubpolitikaként. Az etikus fogyasztás irodalmának és Beck szubpolitika-elméletének áttekintése után egy, az alulról jövő, önszerveződő fogyasztói csoportok körében végzett kvalitatív kutatás eredményeit ismertetem. A vizsgálatba bevont etikus fogyasztók döntéseinek céljai között megjelenik, hogy ezekkel a tágabb környezetüket érintő ügyekben változásokat érjenek el. Emellett fény derült arra, hogy a vizsgált etikus fogyasztók aktívan politizáltak, differenciáltan használták a különböző részvételi eszközöket, amelyekről árnyalt véleményük volt; a civilszervezetekben és a politikai tiltakozó szervezetekben jobban bíztak, mint a gazdasági szervezetekben és a konvencionális politikai intézményekben.

**KULCSSZAVAK:** etikus fogyasztás, politikus fogyasztás, szubpolitika, Ulrich Beck, politikai részvétel

Az itt bemutatott kutatás célja, hogy hozzájáruljon az etikus fogyasztás részvételi indítatásának szociológiai megértéséhez. Az etikus fogyasztás röviden az egyén és közössége számára fontosnak tartott értékek, követendőnek tartott normák tudatos érvényesítését jelenti a fogyasztói döntésekben. Az elmúlt években több kutatás is kimutatta, hogy a felnőtt lakosság bizonyos szegmensei azonosulnak az etikus fogyasztáshoz kapcsolódó környezeti és társadalmi értékekkel, és nyitottak például a bojkottokban való részvételre, a helyi termékek vásárlására, fogyasztásuk környezeti szempontú csökkentésére (Braun & Partners 2006; Capital Research 2005; Gulyás 2008, 2011; Székely et al. 2008).

Az alábbi tanulmányban azt fejtém ki, hogy az etikus fogyasztás értelmezhető a közügyekben való részvételként, Ulrich Beck terminusával szubpolitikaként. Elsőként bemutatom az etikus fogyasztást *politikus fogyasztásként* értelmező irodalom főbb érveit az etikus fogyasztás politikussága mellett. Ezt követően Beck szubpolitika-elméletét ismertetem, amely szociológiai elméleti támpontot kínál az etikus fogyasztás részvételi értelmezéséhez. Végül egy kvalitatív kutatás eredményeinek ismertetésével zárom az érvelést. Tanulmányom az etikus fogyasztást mikroszinten vizsgáló empirikus munkákhoz csatlakozik, és Beck reflexívmodernizáció-, illetve szubpolitika-elmélete alapján magyarázza a jelenséget.

1 A bemutatott kutatást a Magyar Tudományos Akadémia Sasakawa Young Leaders Fellowship Fund kutatói ösztöndíja tette lehetővé 2009–2010-ben.

## Mitől politikus az etikus fogyasztás?

Az etikus fogyasztásnak a fentebb ismertetett általános meghatározáson túl számos értelmezése létezik. A témával foglalkozó eltérő elméleti és empirikus mélységű tanulmányok többek között önérdékkövető racionális fogyasztói magatartásként, az értékek kommunikációjára irányuló folyamatként, a fogyasztás és a fogyasztói társadalom (ön)kritikájaként, felelős fogyasztásként írják le az etikus fogyasztást, illetve létezik a vásárlási szituációk normáit vizsgáló irányzat. A sokszor egymást átfedő megközelítéseket részletesen ismertettem korábban (Gulyás 2008 és 2011), ezért terjedelmi okok miatt most nem térek ki alaposabb bemutatásukra. Itt az értékorientált fogyasztást politikus fogyasztásként megközelítő irányzattal foglalkozom részletesen, melynek szerzői szerint a piac politikai és morális cselekvési tér is. A gyakran használt „forintszavazat” hasonlat szerint a fogyasztók vásárlói döntéseikkel ugyanúgy részt vesznek társadalmuk alakításában, mint a politikai szavazataikkal (Dickinson – Carsky 2005; Dickinson – Hollander 1991; Beck 2005, Beck 2006b). A politikus fogyasztás elemzői szerint az etikus fogyasztói döntések *egy-egy ügy képviselőjében születnek azzal a céllal, hogy hozzájáruljanak az ügy szempontjából fontos változásokhoz.*

Az etikus fogyasztás politikusságát vizsgáló kutatások közül némelyek az egyén szintjét tanulmányozzák, mások a globális mozgalom társadalmi hatásaira helyezik a hangsúlyt, és megkérdőjelezik az egyéni cselekvések politikai hatásait. Mindkét szinten felsorakoztatnak érveket az etikus fogyasztás politikussága mellett, melyek közül az egyéni szinten a célélérési indíttatásra és az aktív politizálással való összefüggésre, társadalmi szinten az ügykijelölő és szabályozó szerepre vonatkozó megállapításokat foglalom össze.

Az egyéni szintet elemző munkák és az etikus fogyasztás politikusságát a cselekvők önértelmezéséből, illetve az egyéni cselekvés mozgatórugóinak vizsgálatából vezetik le. Az etikus fogyasztás részvételi, politikus értelmezése mellett két módon érvelnek: (1) megállapítják célélérési, instrumentális indíttatását, illetve (2) kapcsolatot más politikai részvételi formákkal. Az etikus fogyasztás célélérési motivációit leíró elemzések szerint az etikus fogyasztást követői gyakran a társadalmi változások elérésének eszközeként értékelik (Klein et al. 2002; Andersen – Tobiasen 2004; Halkier – Holm 2008; Goig 2007; Shaw 2007).

Az etikus fogyasztás politikus jellegét az is kifejezi, hogy követői más részvételi lehetőségek mellett vagy helyett gyakorolják. Többen igazolták, hogy az etikus fogyasztás különböző formáit követők nagyobb valószínűséggel vesznek részt tiltakozó politizálásban, például petíciókat írnak alá, tüntetésekhez csatlakoznak (Clarke et al. 2007; Gáti 2009; Koos 2011), és közösségeikben aktív szerepet vállaló emberek (Clarke et al. 2007; Nelson et al. 2007; Neilson – Paxton 2010). Szintén pozitív összefüggés áll fenn az etikus fogyasztás követése és más politikai eszközök (Holzer – Sørensen 2003; Micheletti 2003), illetve a politikai intézmények hatékonyságába vetett bizalom hanyatlása között (Harrison et al. 2005; Koos 2011),

valamint a politika iránti fokozott érdeklődés (Koos 2011) és a politikai nézetek gyakori megvitatása (Nelson et al. 2007) között. Azaz az etikus fogyasztás összefügg a politika iránti érdeklődéssel, a politikai intézményekről való negatív vélekedéssel és a részvétel más formáival. Mindezek alapján úgy tűnik, az etikus fogyasztók nem apátiába süppedő emberek, hanem aktív, kiútkereső állampolgárok.

A társadalmi rendszerek nézőpontjából értékelő kutatók az etikus fogyasztói mozgalmak ügyműködési szerepét és szabályozó hatásait mérik fel. A fogyasztói szavazatok hatalmának, társadalomalakító szerepének megítélése eltérő. Egyes szerzők politikai véleménynyilvánításról, a társadalmi folyamatok alakításáról és befolyásolásáról beszélnek (például Andersen – Tobiasen 2004; Dickinson – Hollander 1991; Dickinson – Carsky 2005; Holzer 2006; Stolle – Hooge 2004; Schudson 2006; Youde 2009). Mások szabályozási folyamatként, a (globális) vállalatok hatalmának korlátozásaként írják le az etikus fogyasztást (Smith 1990; Micheletti 2003; Beck 2006b). Holzer – Sørensen (2003) Beck politikaelméletére támaszkodva szubpolitikaként azonosítják a méltányos kereskedelmet és a bojkottokat. Szerintük mindkettő társadalmi és politikai változásokat kíván elérni a hagyományos részvétel mellőzésével. A fogyasztói szavazatok eszközével élő kezdeményezésekkel foglalkozó szerzők szerint, bár az egyéni döntéseknek lehet politikai indíttatása, mégsem az egyének a politikai cselekvők, hanem az őket összefogó és mobilizáló társadalmi mozgalmak, amelyek képesek politikai célok megfogalmazására és közvetítésére (Clarke et al. 2007; Hirschman 1995; Holzer 2006; Smith 1990).

## Az etikus fogyasztás társadalmi relevanciája: szubpolitikák

Az etikus fogyasztás mozgalma és a különböző környezettudatos vagy felelős fogyasztói kezdeményezések az utóbbi két évtizedben bontakoztak ki nemzetközi szinten, a gazdasági globalizáció kísérőjelenségeként. A kortárs elméletek közül Ulrich Beck reflexívmodernizáció- és szubpolitika-elmélete koherens magyarázatot nyújt az etikus fogyasztás társadalmi szintű megítéléséhez. Egyrészt egységes keretben értelmezi és kölcsönhatásukban vizsgálja a fogyasztók (állampolgárok) változó környezeti érzékenységet, a globalizáció jelenségét és mindennek politikai jelentőségét, másrészt mialatt az elmúlt negyedszázadban Beck folyamatosan dolgozott az elméleten, többször foglalkozott a fogyasztók politikai szerepével, és nemegyszer a fogyasztói mozgalmak működésén keresztül mutatta be érveit. Végül említést érdemel, hogy az etikus fogyasztást tárgyaló szerzők közül többen is építenek Beck elméletére.<sup>2</sup>

A reflexív (második) modernizáció az egyszerű (első) modernizáció saját vonatkoztatási keretén belül sikerként értelmezett vívmányainak következménye. Az első modernizáció sikerei szándékolatlan következményekkel járnak, amelyek aláássák a modern (ipari) társadalom fejlődési alapjait. Ez a változási folyamat a ref-

2 Többek között például Adams – Raisborough (2009); Cherrier (2007); Connolly – Shaw (2006); Goig (2007); Halkier – Holm (2008); Holzer (2006); Koos (2011); Lyon (2006); Shaw – Moraes (2009) stb.

lexív modernizáció (Beck 2003 [1986]). Ebben a részben röviden bemutatom Beck reflexívmodernizáció-elméletének politikai vonatkozásait, kiemelve azon pontjait, melyek empirikus szinten is vizsgálható elméleti érveket kínálnak a fogyasztói mozgalmak politikai szerepének alátámasztására.

A reflexív modernizáció a politika területén a nemzetállami politikai intézmények hatalmának gyengülését és a *szubpolitizálódást* jelenti, amelynek során megváltozik, hogy milyen ügyben és mely közösségek által hozott döntéseknek lesz társadalomformáló szerepük. Beck szubpolitika-felfogása eleinte a gazdasági szereplők politikai befolyásának növekedésére összpontosított. Azt állította, hogy a nagy hatású politikai döntések sokszor a nem demokratikus szabályok szerint működő gazdasági szférában születnek, a nyilvánosság kizárásával, holott elkerülhetetlen következményeiket a társadalom minden tagja kénytelen viselni. A döntések mellékkövetkezményeiként jelentkező kockázatok viszont „a társadalom önpolitizálásának hajtóerőivé válnak” (Beck 2003 [1986]: 343): az emberek felismerik az ipari fejlődés hátulütőit, és ezek az osztályhatárokat keresztbe metsző politikai szerveződés központi kérdéseivé, kötelekeket és szövetségeket formáló erőivé válnak (Beck 1995, 1997b). A globális kockázatok, vagyis inkább veszélyek (ökológiai krízis, terrorfenyegetettség és gazdasági kockázatok) strukturáló tényezőkké lesznek, amelyek képesek tömegeket mobilizálni (Beck 2008). A politika reflexív modernizációjának részleteit kifejtő 1997-es *The Reinvention of Politics*-ben a szubpolitikába már azokat a szereplőket és területeket is beleérti, amelyek korábban a formális politikától elszigetelten léteztek – így a magánszektort és a mindennapi életet –, ám egyre inkább törekednek a politika befolyásolására.

A környezeti-kockázati tézis mellett a reflexív modernizáció elméletének fontos pillére az individualizáció fokozódása. Beck szerint ez a politikai szerveződés szemszögéből egyrészt az osztályalapú politikai mobilizáció jelentőségének csökkenését jelenti, másrészt a magánélet politizálódását és új politikai szerveződések létrejöttét. Ez utóbbi folyamat kiindulási pontja, hogy a magánélet egyre inkább olyan konfliktusok és kockázatok befolyása alá kerül, amelyek ellen lehetetlen egyéni megoldásokat kidolgozni. Ezért a pillanatnyi helyzetre reagáló ad hoc szövetségek jönnek létre (Beck 1997b). „A politikus döntéshozatal olyan, korábban kifejezetten a magánélet részének tekintett dolgokban jelenik meg, mint a benzintartály feltöltése vagy a vacsorafőzés” (Beck – Beck-Gernsheim 2002: 44). Azaz az állampolgárok, illetve az egyéni fogyasztók is szubpolitikai szereplőkké válnak, amennyiben a formális politikai rendszeren kívül (is) kívánnak élni befolyásukkal. Ezek mellett az aktív részvétel a szubpolitika fő megkülönböztető jegye a politikához képest: a hagyományos politikai és a korporatív rendszeren kívül álló szereplők is részt vesznek a szubpolitikai folyamatokban. A szubpolitizált társadalom olyan civil társadalom, amely az összes társadalmi cselekvési területen saját kezébe veszi problémáinak megoldását (Beck 1997a). *A szubpolitika tehát ölthet egyéni vagy szervezett formát, amennyiben a korábban nem politikai döntés politikaivá válik.*

Beck egyre többször hivatkozik a fogyasztókra, a fogyasztói mozgalmakra mint meghatározó (szub)politikai szereplőkre. Azt írja, hogy a környezeti problémákra válaszul megjelenik egyfajta *globális felelősségérzet*, amelynek hatalma globális bojkottokban jelenik meg a környezetszennyező vállalatokkal vagy a kormányokkal szemben. A mindennapi magatartásban a vásárlástól a szavazásig egyfajta „ökopolgárság” jut egyre nagyobb szerephez (Beck 1998: 75). A fogyasztók morálizálják a vásárlást, megszervezik önmagukat, amivel a gazdasági szférát ismét összekötik a nyilvánossággal. Beck úgy gondolja, a világszintű környezeti és társadalmi problémák oka a piac jelenlegi keretek közti működése, ezért a megoldásokat is a piaci intézmények között kell keresni (2006b). Később a fogyasztói bojkottmozgalmak globális politikai jellegét hangsúlyozza, az aktív fogyasztói társadalom és a *közvetlen demokrácia* szövetségének tekinti ezeket a kezdeményezéseket (Beck 2008).

Beck három fő mozzanatát emeli ki annak a folyamatnak, amelynek során a környezeti kérdés politikai ügygé, tiltakozó mozgalommá fejlődött, és amely megalapozta a fogyasztók szubpolitikai befolyását. Egyrészt az ipari társadalommal szemben megfogalmazódott a természet kulturális modellje,<sup>3</sup> egyszersmind az a képzet, hogy a modern életmód és az ipari termelés veszélyezteti a természetet. Másrészt leértékelődött azoknak az alapvető dolgoknak a sorsformáló jelentősége, amelyek korábban meghatározták az emberek életpályáját (osztály, család, házastárs, szakma). Végül pedig megkérdőjeleződött az az – elsősorban az ipar képviselői által hangzottatott – vélekedés, amely szerint a környezeti kockázatok a társadalmon kívül álló környezeti kérdésként, más társadalmi problémáktól leválasztva kezelendő ügyek (Beck 1995).

A magánélet politizálásához és új szövetségek kialakulásához szükséges a demokratikus eszmerendszer és gyakorlatok elterjedése is. A szubpolitizálás egyrészt az individualizált társadalom politikai kifejezésformája, másrészt a demokrácia demokratizálásának az eredménye. Azaz a demokrácia eszméi oly mértékben internalizálódtak, hogy azzal a politika az egyéni élet színtereire is beszivároghatott (Beck 2003 [1986]).

A fogyasztók politikai szerepvállalásának felértékelődésében szerepet játszik az az intézményi változási folyamat is, amelynek során a gazdasági szféra – mint szubpolitikai terrén – jelentősége megerősödik, és ezzel együtt a hagyományos politikai rendszer kiüresedik. Az állami intézményeknek ugyanis csekély önálló szerepük lehet az olyan globális természetű ügyek megoldásában, mint a környezetvédelem vagy a munkanélküliség, hiszen ki vannak szolgáltatva a globális politikai kényszereknek és a tőke követeléseinek (Beck – Beck-Gernsheim 2002).

Beck reflexívmodernizáció-, ezen belül a szubpolitika-elmélete számos új kutatást inspirál, és több tudományterület kutatóit készletti vitára. Itt nincs mód az egész

3 Azaz, az embereknek nem maga a „természet” fontos, hanem mindaz, amit a természet jelent számukra. Beck azt állítja, hogy a környezeti kritika valójában rendszerkritika: a „természet” a „normális” élet szimbólumává vált, azt jeleníti meg, „hogyan akarunk élni”.

becki életmű fogadtatásának részletes ismertetésére, ezért csak a téma szempontjából legfontosabb kritikákat foglalom össze. Beck több kritikusa túlzónak érzi azt a társadalomalakító és az első modernitáshoz képest megkülönböztető szerepet, amelyet Beck a kockázatoknak szán (Alario – Freudenburg 2003; David – Willkinson 2001; Dingwall 1999; Elliot 2002, 2003; Jarvis 2007; Latour 2003; Mythen 2007). Ám Beck szerint nem pusztán a kockázati események bekövetkezésének valószínűsége és lehetséges kimenete társadalomformáló hatású, hanem a kockázatok percepciója indukálja a változásokat (Beck 2008). A szubpolitika-elmélettel kapcsolatban fogalmazták meg kritikusai, hogy nem támaszkodik eléggé a politikai kultúra változását tanulmányozó empirikus kutatások eredményeire, illetve hogy gyenge az empirikus alátámasztottsága, holott ez elengedhetetlen lenne ahhoz, hogy kiderüljön a szubpolitika más politikai intézményekhez viszonyított helyzete, és feltáruljon a kapcsolata más részvételi, befolyásolási formákkal (de Vries 2007; Mythen 2007). A szubpolitikával kapcsolatban David és Willkinson (2002) arra hívják fel a figyelmet, hogy Beck műveiben hiányzik az áttétel a mindennapi élethelyzetekhez köthető reflexivitás szintje és a makro társadalmi-politikai szint között. Újabban az új társadalmi mozgalmaknak tulajdonítja ezt a szerepet Beck, de kritikusai szerint ez esetleges, és az elképzelés kidolgozásából hiányoznak a kollektív cselekvés elméletének megfontolásai. Ez a hiányosság szerintük nem csak elméleti jellegű. Emlékeztetnek arra, hogy az 1960–1970-es években már léteztek olyan mozgalmak, amelyek az életstílusukkal, fogyasztási szokásaikon keresztül politizáltak, ezek azonban hatásukat tekintve nem voltak sikeresek, mert nem tudtak kitörni a középosztálybeli aktivisták és a diákok elszigetelt csoportjából. Borne (2009) azt vizsgálta, hogy a kockázatok érzékelése valóban hozzájárul-e a társadalmi önszerveződéshez és a szubpolitikák kialakulásához, és arra jutott, hogy a kockázattudatosság egyszer csak elér egy pontot, és onnantól kezdve inkább belenyugvást és érdektelenséget vált ki, minthogy önszerveződésre ösztönözne. Az empiriát hiányoló felvetésekre Beck elismeri, hogy az utóbbi évtizedek munkája elsősorban a reflexív modernizáció elméletének, fogalmi kereteinek tisztázására irányult (2008).

Az itt bemutatott kutatásnak nem célja a Beck elméletét ért kritikák cáfolata, a mikro- és a makroszint közötti áttétel vagy az etikus fogyasztás politikai hatásainak elemzése: mikroszinten vizsgálódik, és ehhez Beck elméletét és fogalomkészletét hívja segítségül, remélve, hogy ezzel új szempontokat jeleníthet meg az elmélet alkalmazhatóságának vitájában is. Az Ulrich Beck által kidolgozott reflexívmodernizáció- és szubpolitika-elmélet segítségével úgy értelmezhetjük az etikus fogyasztást, hogy az önmagukat politikai szereplőként értelmező csoportok szubpolitikaként jelennek meg a közügyek porondján, és ezáltal részesei a politikai rendszer átalakulásának.

## Kutatási kérdés

Az imént ismertetett empirikus és elméleti munkák alapján a fő kutatási kérdést így fogalmaztam meg: *értelmezhető-e az etikus fogyasztás a közügyekben való részvételként?* A kérdést két, korábban ismertetett egyéni szintű érv empirikus vizsgálatával fogom megválaszolni: az egyik az etikus fogyasztás célelérési, instrumentális indíttatása, a másik az etikus fogyasztás és a más részvételi formák közötti pozitív kapcsolat. Megvizsgálom, hogy az etikus fogyasztói döntések indíttatásai közé tartozik-e, hogy változások eléréséhez járuljanak hozzá a fogyasztó számára fontos ügyekben. Másfelől kíváncsi vagyok arra, hogy az etikus fogyasztók aktívan politizálnak-e, azaz gyakorolnak-e más politikai részvételi formákat is, érdeklődnek-e a politika iránt, és másokkal is megvitatják-e politikai nézeteiket.

A vizsgált kérdések első köre Beck következő megállapításaira épül: (1) a szubpolitizált társadalom olyan civil társadalom, amely saját kezébe veszi problémáinak megoldását az élet minden területén (1997a), (2) a demokrácia eszméi oly mértékben internalizálódtak, hogy a politika az egyéni élet színtereire is beszivárgott (Beck 1997a, 2003 [1986]), illetve, hogy (3) a fogyasztók/állampolgárok érzékelik a modernizáció gazdasági folyamatainak negatív mellékkövetkezményeit (Beck 1998), és ez cselekvésre sarkallja őket. Empirikus előzményül szolgáltak azok a korábbi kutatások, amelyek igazolták az etikus fogyasztás célelérési indíttatását, például Klein et al. (2002); Andersen – Tobiasen (2004); Halkier – Holm (2008); valamint Shaw (2007) munkája.

Vizsgálatok során kitérek arra is, hogy a részvételi mellett milyen más indíttatásai lehetségesek az etikus fogyasztásnak, és hogy ezek hogyan viszonyulnak egymáshoz. Az etikus fogyasztók indíttatásai közé tartozik-e, hogy ezzel a magatartásukkal: felelősséget vállalnak másokért (közeli és távoli érintettek, családtagok stb.), kivívják mások elismerését, közösségi élményben lehet részük, kényelmesebbé teszik életüket, jobb áron juthatnak termékekhez, egészségesebben élhetnek, változatosabbá tehetik fogyasztásukat? Az alternatív indíttatások megfogalmazásának alapja az etikus fogyasztás más lehetséges értelmezései (lásd Gulyás 2008) és a fogyasztói magatartás általános irodalma.

A további vizsgálati kérdések a szubpolitikai elgondolás azon állításán nyugszanak, hogy a szubpolitizálódás során a politikai rendszeren kívül egy új politikai kultúra formájában feltámad a politikai részvétel igénye (Beck 2003 [1986]). Az empirikus előzmények közé tartoznak azok az kutatások, amelyek rámutattak az etikus fogyasztók politikai aktivitására, illetve az etikus fogyasztás kapcsolatára más részvételi formákkal (például Clarke 2007; Gáti 2009; Nelson et al. 2007; Koos 2011). A politikai aktivitás lehetséges magyarázata, hogy az etikus fogyasztók nem bíznak a politikai intézmények hatékonyságában (Harrison et al. 2005; Holzer – Sørensen 2003; Koos 2011; Micheletti 2003, Neilson – Paxton 2010), de a demokrácia eszméivel nagymértékben azonosulnak és követik ezeket (Beck 2003 [1986]). Ezért azt is vizsgálni fogom, hogy az etikus-politikus fogyasztók mit gondolnak a reprezentatív

demokrácia politikai intézményeinek és a gazdaság szereplőinek a közügyekre gyakorolt befolyásáról.

## Mintaválasztás és módszerek

Ahhoz, hogy érvényes állításokat tehessenek az etikus fogyasztókról, olyan célzott mintavételt alkalmaztam, amelyben a kiválasztottak a lehető legközelebb állnak az etikus fogyasztónak az irodalomban leírt ideáltípusához, azaz értékelkötelezettségük fogyasztói döntéseik széles spektrumán érvényesül. A fogyasztói döntésen a fogyasztói magatartás irodalmának megfelelően nem csak a konkrét vásárlási döntést értjük, hanem például az információgyűjtést, a használatot, a használat utáni elhelyezést is. Az etikus fogyasztók azonosításához a megfigyelt magatartásformákat vettem alapul, melyhez Cooper-Martin és Holbrook 1993-as empirikus kutatása nyújtott kiindulópontot. Munkájuk alapján az etikus fogyasztásnak hat tipikus cselekvési formája különböztethető meg: a (1) nemfogyasztás, (2) értékelvű hétköznapi vásárlás, (3) bojkott, (4) pozitív bojkott (*buycott*), (5) óvatos, megóvó használat, és a (6) használat utáni gondos elhelyezés, ártalmatlanítás. A *bojkott* kiváltó oka legtöbb esetben egy piaci szereplő tevékenységével való elégedetlenség. A *nemfogyasztás* célja a fogyasztás környezeti vagy társadalmi hatásainak mérséklése. Az értékelvű hétköznapi vásárlás és a pozitív bojkottok közötti fő különbség az első rendszeres, a második eseti jellege. Az *értékelvű hétköznapi vásárlásra* példa az a vásárló, aki általában a környezetbarát alternatívákat vagy a méltányos kereskedelmi termékeket<sup>4</sup> választja. Ezzel szemben a *buycottalók* aktuális ügyek támogatása miatt választanak egy-egy terméket. Az *óvatos, megóvó használat* célja a használati tárgyak élettartamának meghosszabbítása. A *használat utáni gondos elhelyezés* jellemző esetei a szelektív gyűjtés, a komposztálás, az újrahasznosítást.

A felsorolt magatartásformák közül az értékelvű hétköznapi vásárlás, tehát az egyik legkevésbé politikai forma alapján azonosítottam az etikus fogyasztókat. Azt feltételeztem, hogy az így vásárlók körében az etikus fogyasztói magatartás több formája is megfigyelhető. Olyan rendszeresen ismétlődő vásárlási helyzeteket – és a bennük részt vevő vásárlókat – kerestem, ahol kifejeződik az etikus fogyasztás sokszínű értékrendszere. A legjobb példát az önkéntes munkával alulról szerveződő fogyasztói csoportok kínálták, amelyek tagjai a lakóhelyük szűkebb-tágabb környezetében termelő gazdáktól közvetlenül vásárolnak természetközeli (bio-, biodinamikus, organikus stb.) módon termesztett vagy előállított élelmiszereket. Az igények összesítését, az áruk szétoztását és a csoport működtetését, szervezését jellemzően önkéntes munkában végzik. A csoportok mögött általában nem áll bejegyzett gazdasági vagy civil szerveződés. A beszerzést egy vagy több gazdaságból

4 A méltányos kereskedelmi rendszerben a felvásárlók hosszú távú szerződéseket kötnek az általában fejlődő országokban élő termelőkkel, és prémiumot fizetnek azért, hogy a termelés helyén szociális beruházások valósuljanak meg, például iskola vagy ivóvízhálózat épüljön stb. A méltányos kereskedelem elvei szerint forgalmazott jellegzetes termékek: kávé, tea, cukor, méz, kakaó, banán, rizs, kézműves termékek, gyapjú és gyapjútermékek.

intézik, hetente veszik át az árukat vagy ritkábban egy-egy termény szezonjához vagy az áru hozzáférhetőségéhez (pl. disznóvágásból származó hús) igazodva. A csoportoknak szállító gazdaságok közül páran évi 1-2 alkalommal szerveznek gazdálátogatásokat, de ezeken a megkérdezettek közül kevesen és ritkán vettek részt.

A csoportokban való részvétel aktív cselekvés, amely elköteleződést és mindennapi erőfeszítést igényel (szemben például az ügyorientált és változó aktivitást követelő, passzív bojkottal), ezért valószínűsítettem, hogy együtt jár a kifejezetten értékvezérelt fogyasztói magatartás más formáival is – tehát az etikus fogyasztói életmód indikátorának tekinthető. A kutatás igazolta ezt a feltételezést. A fogyasztói csoportok tagjai az értékelt hétköznapi vásárláson kívül az etikus fogyasztás legalább négy másik formáját gyakorolták a Cooper-Martin és Holbrook (1993) alapján vázolt tipológia szerint, amiből azt a következtetést vontam le, hogy fogyasztói értékkelkötelezettségük számos területen érvényesül, és ezért sokkal inkább tekinthetők az etikus fogyasztók ideáltípusainak, mint akik csak egyféle tevékenységet követnek.<sup>5</sup>

Az adatfelvétel során két budapesti, egy miskolci, egy Balaton-felvidéki és egy veszprémi csoport összesen 27 fogyasztójával készült egyéni interjú 2009 tavaszán.<sup>6</sup> Az interjúalanyok jellemző életkora 40 év volt, körülbelül felük volt férfi, felük nő (14-13 fő), általában négyfős háztartásokban éltek, ahol az egy főre eső átlagos jövedelem nyolcvankilencezer forint, a háztartások átlagos összes nettó jövedelme háromszázegyezer forint volt. Kétharmaduk megfelelőnek vagy inkább jónak tartotta a jövedelmi helyzetét. Egy kivétellel mind felsőfokú végzettségűek, többségük „beosztott értelmiségi”-ként, illetve vezető beosztásúként jelölte meg magát. Igen jellemző a foglalkoztatási szektor szerinti megoszlás is: csupán egyötödük dolgozik az üzleti szférában, egyharmaduk a civil szektorban, a többiek a közép- vagy felsőfokú oktatásban. A csoportok, amelyeken keresztül az interjúalanyokat megtaláltam, mindegyike már létező közösségekre épült rá. A csoporttagok elsődlegesen a civilszervezeti szférából, iskolai szülői közösségeken, hagyományörző csoporton, illetve évtizedes összetartó baráti társaságon keresztül ismerték meg egymást, és később fogtak közös beszerzésbe. Azaz a csoportok nem eleve politikai alapon szerveződtek.

Az interjúk négy részből álltak. Elsőként a csoporton keresztül történő vásárlásról, a beszerzett termékekről, a vásárlási gyakoriságról beszélgettünk. Ezután a csoportban való részvétel indítékait próbáltam megismerni a csoport értékeiről, céljairól, működéséről feltett kérdéseken keresztül. A harmadik részben kifejezetten az etikus fogyasztás különböző magatartásformáira kérdeztem rá: mennyire jellemző egy-egy

5 A legtöbb idézett kutatás általában csupán egy magatartásforma, leggyakrabban a bojkott vagy pozitív bojkott alapján vizsgálódik. Ezzel a megközelítéssel ugyan nagyobb mintából lehet meríteni, de az etikus fogyasztás gyenge meghatározásának tartom.

6 Abban az évben európai parlamenti, a következő évben országgyűlési választások voltak. Az interjúk alapján kizárható, hogy a választások körüli fokozott politikai hangulat játszott volna szerepet a politikai-részvételi aktivitásra vonatkozó válaszokban. Egyrészt többször rákérdeztünk az interjút megelőző évek részvételi aktivitására, konkrét példákat kérve, és kiderült, hogy általános, magas fokú, konkrétumokkal alátámasztható buzgalomról van szó. Szintén kértük a válaszok indoklását, és ezek során sem volt utalás a közelgő választásokra. Végül a csoporttagok kiugróan magas kötődése a pártokhoz (lásd később) is kizárja, hogy a választásoknak köszönhető részvételi fellángolást írtunk volna le.

magatartásforma, és milyen okból követik. Végül a negyedik rész a politikai részvételi attitűdökre és gyakorlatra vonatkozott, és a politikai részvétellel foglalkozó hagyományos kutatások adatfelvételeihez hasonlóan strukturáltabb formában zajlott.

A beszélgetések alapján kizárható, hogy a megkérdezettek etikus fogyasztói aktivitása a csoportban való részvételből fakadna. Nem feltételezhetjük, hogy az etikus fogyasztás más formáit a csoportnormáknak való megfelelés miatt végzik, mert – mint az interjúkból kiderült – magát a beszerzőcsoportot nem tartják fontos közösségnek az életükben, és a csoporton keresztül csak nagyon lazán kapcsolódnak egymáshoz.<sup>7</sup> Másrészt az etikus fogyasztói tevékenységek közül a legtöbb, például a tárgyak megóvó használata, a javíttatás vagy takarékoság olyan egyéni közegben zajló tevékenység, amely nem függ össze a csoport beszerzési tevékenységével. Az interjúkból teljes leirat készült, amelyet tartalomelemzésnek vetettem alá. A következőkben ennek eredményeit ismertetem.

## Eredmények: az etikus fogyasztás célja és értékei

Ebben a részben bemutatom, milyen főbb témákról esett szó, amikor a csoportok céljairól, értékeiről és működéséről beszélgettem a tagokkal. Elsőként azonban szerepeljen itt egy megnyilatkozás, amely jól összefoglalja az etikus fogyasztás részvételi jellegét, és jelzi, hogy a megkérdezett etikus fogyasztók mely ügyekben szeretnének változásokat elérni.

*„Nyilván elég erős ez a fenntarthatósági, zöld értékrend a csoportban, amelyik a természetkímélő, ökológiai gazdálkodási módok, az egészségcentrikusság, hogy figyeljünk oda, milyen dolgokat eszünk meg. Megjelenik elég erősen egy társadalomkritikai szemlélet is. Az egészben a legviccesebb elem szerintem, hogy késő esténként egy sötét Dohány utcai pincében egy földalatti összeesküvésnéként kapom meg a répáimat – van egy félillegális hangulata is. Ez a klub, az AK57 is félig anarchista hangulatú klub. Van ennek egy alternatív társadalomkritikai vonulata. Ez megint nagyon sokszínű, vannak, akik erről a punk anarchista vonalról jönnek, meg vannak, akik inkább vidéki, konzervatív modernizációkritikából kiinduló szemlélettel érkeznek. Összességében benne van a társadalmi rendszereknek, kereskedelmi rendszereknek a kritikája.”* (H, férfi, 37 éves)

A beszélgetések során az egészségről, a társadalmi rendszerek kritikájáról és alternatíváiról, a környezetvédelemről, a közösségi élményekről, a méltányosságról és a szolidaritásról, a bizalomról, a hazafias érzelmekről, valamint a fogyasztás élvezeti értékeiről, a gazdaságosságról, a kényelemről és a társadalmi megbecsültségre való törekvésről esett szó az etikus fogyasztással kapcsolatban. A legtöbbet és legrészletesebben vitatott témák (dólttel) spontán merültek föl. A többi terület felbukkanását segítették a kérdések, mert mintegy alternatív vagy kiegészítő motivációként tartottam őket számon. Az etikus-politikus fogyasztás általános meghatározásának része, hogy „az eti-

<sup>7</sup> Az interjúk alapján a közösségi igények kielégítésében gyakorlatilag nincs szerepe a csoporthoz tartozásnak, és ez nem játszik szerepet a csoporton keresztül vásárlásban. Sőt volt olyan is, aki kifejezetten azt mondta, hogy „nincs csoportélménye”.

kus fogyasztói döntések egy-egy ügy képviselőjében születnek azzal a céllal, hogy hozzájáruljanak az ügy szempontjából fontos változásokhoz.” A változtatás igénye a csoporttagok hozzáállásában is megjelenik. A megkérdezettek *etikus fogyasztásának egyik fontos indíttatása, hogy azzal a számos káros hatással járó gazdasági globalizáció alternatívájaként értékelhető megoldásban vesznek részt.* A csoporttagok a „világ gondjaira” legalább részben megoldást kínáló modellként élik meg a bevásárló csoportok tevékenységét, melynek révén maguk is hozzájárulhatnak bizonyos társadalmi ügyek megoldásához. A tagok többsége elítélően nyilatkozott a gazdasági globalizáció hatásairól (hasonló eredményre jutott Goig 2007). Többen említették káros környezeti hatásait, a kereskedelmi rendszer méltánytalanságát és igazságtalanságát a termelőkkel és fogyasztókkal szemben, a termékek minőségromlását az egészséggel összefüggésben. A fogyasztói csoportban vásárlást a tagok az e hatásokat enyhítő magatartásként és alternatívaként élték meg, sőt mint ellenállást a globalizációval szemben. A fogyasztói mozgalmak által használt, és e kutatási irányzat által gyakran hivatkozott „pénzszavazat” vagy „forintszavazat” fordulat is több alkalommal előfordult az interjúk során.

„[...] *igazából minden politikai szervezet. Onnantól kezdve, hogy a politika az az életért való küzdelem. Naivitás azt mondani, hogy én nem veszek részt a politikában. Az is politika, amikor az ember bemegy a boltba, és ott vásárol valamit.*” (ZS, férfi, 40 éves)

A globalizációkritikus és a fogyasztói társadalmat elítélő gondolkodásban is megjelentek az etikus fogyasztók számára fontos értékek: a környezetvédelem és fenntarthatóság, méltányosság és szolidaritás, bizalom és egészség. Voltak, akik a maguk által is szimbolikusnak nevezett bojkottokon keresztül fejezték ki nemtetszésüket a fogyasztói társadalommal szemben, de többen említették a méltányos kereskedelmet vagy a szelektív hulladékgyűjtést is. A döntések hátterében szinte mindig ideológiai ok vagy kulturális ellenállás húzódott meg, valamint az a meggyőződés, hogy fogyasztói döntéseikkel változásokhoz járulnak hozzá. Mások a csoportban való részvételükről is mint tüntetésről beszéltek.

„*Én társadalmi alternatívában is látom valamennyire a [csoport] helyét. Hogy közösségek megszervezni valamilyen gazdasági dolgot, és segíteni egymáson úgy, hogy abban nincsenek olyan mechanizmusok, mint a tőkeképzés, vagy olyan hierarchia, hogy csak egyvalaki használja a többiekét valamire. Szerintem ez borzasztó fontos. Van ez az ökoprobléma, hogy itt ülünk az ökokatasztrófa árnyékában, ezen lehet nyafogni, és elmondani, hogy mi az, ami nem jó, de akkor mi az a működő másik dolog, amit lehetne?*” (F, nő, 29 éves)

„*A közvetlen kereskedelem elég sok mindent magába foglal, például környezetvédelmi motiváció is. És hát a globalizációnak eme káros hatásával szembehelezhető motiváció. Azt gondolom, ahhoz, hogy boldogulni tudjunk akár lokálisan, akár regionális szinten, ahhoz az kell, hogy egymást támogassuk. Vagyis én azzal tudom támogatnia termelőket, hogy az ő termékeiket veszem meg.*” (V, férfi, 39 éves)

Az ügyek és célok között gyakran elhangzott a termelők, a gazdák vagy a kisléptékű kereskedelmet folytató üzletek támogatása és ezáltal a fennmaradásuk elősegíté-

se. Többen kifejezték, hogy vásárlásaikkal becsületos megélhetést tudnak biztosítani a gazdának, vagy hogy hozzájárulnak az alternatív kezdeményezés (például a bio-gazdálkodás) sikeréhez.

Az etikus fogyasztás általános meghatározásának része „az egyén és közössége számára fontosnak tartott értékek, követendőnek tartott normák tudatos érvényesítése a fogyasztói döntésekben”. Az értékek közül legtöbbször az egészség, a környezet védelme, a méltányosság és a szolidaritás került szóba. A következőkben röviden ismertetem az ezekhez kapcsolódó vélekedéseket.

A leggyakrabban emlegetett témák között szerepelt az egészség, ami részben annak köszönhető, hogy az egészséges (bio) élelmiszerek beszerzését nevezhetjük a csoportok közvetlen céljának. Ám mint szinte minden lényegesebb érintett téma, az egészségi kérdések kapcsán is megjelent a rendszerkritika.

Beck (1995) szerint a természeti környezet tulajdonképpen a „normális” élet szimbóluma, így a környezetet károsító rendszerek valójában e vágyott élet lehetőségét veszélyeztetik. Ez az elgondolás egyértelműen visszaköszönt a csoporttagok elbeszéléseiben. Általános vélekedés volt körükben, hogy a nagy kereskedelmi rendszerek, a globális kereskedelem környezeti szempontból nem fenntartható, és káros a helyi közösségek fenntarthatóságára is.

*„De egy gazdaság szerintem nem attól jó, hogy minden évben 3-4-5 százalékkal növekszik, hanem attól, hogy nem éli föl saját magát. Ennek az egyik módja, ahogy Attila gazdálkodik. Tudom, hogy a földjei száz év múlva is alkalmasak lesznek termelésre. Nem ő az egyedüli, aki így gondolkodik. Ha ezt be tudnánk tartani, egy élhetőbb környezetben tudnánk lakni.”* (M, férfi, 37 éves)

A csoporttagok többször beszéltek arról, hogy bizonyos fogyasztási cikkeket vagy szolgáltatásokat környezetvédelmi okok miatt mellőznek vagy emiatt takarékoskodnak velük, és ugyanilyen okokból ragaszkodnak használati tárgyaikhoz. Többen arról számoltak be, hogy időt, energiát és sokszor egy-egy új tárgy megvásárlásánál több pénzt is fordítottak javíttatásra, megóvásra. Szinte mindenki beszámolt arról, hogy fontosnak tartja a fogyasztáscsökkentést, a takarékoskosságot és a használati tárgyak megóvását. Elmesélték, hogyan csökkentették például a víz- vagy az energiafogyasztásukat, vagy hogy lemondtak a húsfogyasztásról. Érdekes ellentmondás, amely több beszélgetésben is fölmerült, hogy bár a csoporttagok fontosnak tartják a környezeti értékeket a saját életükben és a csoport céljai között, úgy gondolják, hogy mások számára inkább olyan kézzelfoghatóbb előnyök tennék vonzóvá a csatlakozást, mint a finom vagy egészséges ételhez való hozzájutás.

*„Amit meg lehet javítani, azt megjavítjuk. Amit meg lehet, és amit meg tudunk. Tegnap ragasztottam meg például három pár cipőt, mert a gyerekeken szétfeszlett. Itt is a környezetnek a minél minimálisabb terhelése az egyik szempont, meg hát gazdaságossági szempontok is vannak. Ez a gazdaságossági szempont sokszor nem lenne vihető, mert sokszor megjavítok olyan dolgokat is, amiket nem kellene, mert fillérekért lehet újat kapni belőle.”* (V, férfi, 39 éves)

A csoporttagok szintén sokat beszéltek a *méltányosságról*, a *szolidaritásról* és az igazságosságról. Spontán említették ezeket, és jellemzően az egyéni értékek között jelentek meg, csupán néhányan gondolták, hogy szerepük lenne a csoportértékek vagy a célok között. Szinte minden fogyasztó beszámolt a csoportnak termelő gazdák és általában a helyi termelők iránt érzett szolidaritásáról, de a téma szóba került a bojkottok, a pozitív bojkottok és az általános fogyasztói szokások kapcsán is.

A méltányosság legtöbbször a termelés és a kereskedelmi rendszerben keletkező haszon elosztásával kapcsolatban merült föl. Míg a fősodrú, globalizált termelést és kereskedelmet méltánytalannak, addig a kisléptékű, helyi kezdeményezéseket méltányosnak tartották. A csoporttagok szerint a kereskedelmi rendszerek aránytalanul nagy hasznot szereznek a termékeken, míg a termelőnek végtelenen kevés jut. Úgy vélték, hogy a közvetlen vásárlással valamelyest hozzájárulhatnak a méltányosabb helyzet kialakulásához. A vásárlást a tagok nem egyszerűen mint beszerzést, hanem mint a *gazdák támogatását* élték meg; szinte az összes csoporttagnál előfordult ez a szófordulat. A méltányossággal kapcsolatban is megfigyelhető volt az a polarizált gondolkodásmód, amelyben a globális rendszer „rossz”, a helyi rendszer „jó”, és a fogyasztóknak aktív (támogató) szerepük van a „jó” fenntartásában.

*„Látszik, hogy a pénzem nem eltűnik valahol, hanem tényleg fontos, hogy ott vásároljak, és megjelenik valamiféle egymásrautaltság meg egymással szolidaritás is talán. Ez nyilván kevésbé artikulálódik vagy van a felszínen, de azért szerintem fontos, hogy partnerek vagyunk, és én nem csak veszek két kiló szilvát akárhol. Hanem fontos, hogy ott veszem nála.”* (A, férfi, 31 éves)

A bojkottokkal és a pozitív bojkottokkal kapcsolatban arról számoltak be a tagok, hogy távoli emberekkel, például a fejlődő országok szerencsétlen sorsú dolgozóival, nagyvállalatok alkalmazottaival vagy éppen az emberi fogyasztást kiszolgáló állatokkal vállalnak szolidaritást, és ezt megpróbálják érvényesíteni fogyasztói döntéseikben.

A témával foglalkozó szerzők egy része „felelős fogyasztásként” írja le a jelenséget (Anderson – Cunningham 1972; Freestone – McGoldrick 2008; Mohr et al. 2001; Székely 2003; Webster 1975). Az irodalomban is azonosított felelősségteljes szemlélet valóban megjelent a vizsgált etikus fogyasztók indíttatásai között, de kevésbé hangsúlyosan, mint például a globalizációkritikai vagy a környezeti témák.

A *bizalom*, illetve *bizalmatlanság* témája is felmerült, noha nem volt kifejezetten erre irányuló kérdés. Bizalmatlanságukat jellemzően a fősodrú kereskedelmi rendszerrel és intézményeivel kapcsolatban fejezték ki a csoporttagok. Leggyakrabban annak az aggálynak adtak hangot, hogy átláthatatlanok a termelési és kereskedelmi folyamatok, nem lehet tudni, honnan jönnek a termékek. Ellenben a termelő személyes megismerése, hitelessége bizalomkeltő.

*„A termelő és a vásárló között nincs személyes kapcsolat, ebből adódóan bármi lehet. Ezer kilométeres vagy több tízezer kilométeres távolság van a termelő és a vásárló között.*

*Az, hogy én ismerem a termelőt, az egyrészt garancia, nekem is, neki is. Felelősség nekem is, neki is.” (M, férfi, 37 éves)*

A bizalmatlanság és a kritika azonban szinte soha nem jelenti azt, hogy ne vásárolnának „hagyományos” helyeken is, aminek főként az időhiány és a szervezési korlátok az okai. A kiábrándultságuk és bizalmatlanságuk inkább alternatívák keresésére ösztönzi a tagokat, jelen esetben a csoport szervezésére és a benne való részvételre. A vásárlási formák „jó” vagy „rossz” kategóriába sorolása megjelenik abban is, hogy míg bizalmatlanok a nagyobb kereskedelmi formákkal szemben, az alternatív, értékelkötelezett vásárlási formák egyik legfontosabb tulajdonságának a megbízhatóságot tartják.

Az etikus fogyasztás kapcsán többször is fölmerültek a lokálpatrióta és a nemzeti értékek, a magyarsággal, a régióval vagy a lakóhellyel való azonosulás. A helyi vagy magyar termékek vásárlásának az oka szinte minden esetben a helyi gazdaság, a helyi gazdák támogatásának, illetve a vásárlóerő és a tőke helyben tartásának szándéka. Sokan úgy gondolják, hogy vásárlásukkal így hozzájárulnak a munkahelyteremtéshez, a mezőgazdaság, a kistermelők és kisvállalkozók fennmaradásához. Néhányan említették, hogy a helyben termelt élelmiszert kevesebbet szállítják, így kevésbé szennyezi a környezetet.

*„Tehát egyrészt a természetközelség, másrészt a lokalitás. A helyi gazdaságnak és a helyi életnek a fenntartása. Azt is tudjuk, hogyha attól a nénitől hozzuk a tojást, akkor annak a néninek van bevétele, és ő is megél. De ha tudható, hogy valami az országban vagy a térségben előállítható, akkor azt megnézem, hogy hol készült. Igyekeztem, igyekszem a miskolci malom és tejipar termékeit vásárolni. [...] Ha lenne olyan bolt, hogy »borsodi termékek boltja«, akkor biztos, hogy rendszeres vevője lennék.” (Z, férfi, 38 éves)*

További öt, kisebb téma több interjúalanynál is szóba került a célzott kérdésekre adott válaszokban. Olyan attitűdökről, vélekedésekről árulkodtak, amelyek alternatív magyarázatul szolgálhattak volna arra, hogy a részvételi igény és az ügy motiválja a fogyasztói csoportokhoz való csatlakozást. Azonban a közösséghez tartozás, az élvezeti értékek, a társadalmi megbecsültség iránti vágy, a gazdaságosság és a kényelem említési gyakorisága és fontossága a fogyasztók számára csekélyebb, mint az eddig tárgyalt indítékoké, ezért eltekintek itt a részletes elemzéstől.

Az eddig tárgyalt értékek érvényesültek a csoportok működésében is. A méltanyosság például az önkéntes szerepvállaláson keresztül a csoport működtetésében, és abban, hogy a munkaszervezést a lehető legméltányosabban próbálták megoldani. A globalizáció környezeti szempontú kritikájának megfelelően a csoportok a tagok elmondása szerint 30–80 kilométeres körön belül határozták meg azt a területet, ahonnan az élelmiszereket beszerzik, hogy így elkerüljék a szállítással járó környezetszennyezést. Ha kivételes esetekben mégis sor kerül „távolabbi” élelmiszerek beszerzésére vagy a szállítással járó többletkibocsátásra, az a csoporttagokban diszkomfortérzetet okoz. Többen kiemelték a csoporttagok közötti bizalmat, ami például az elszámolások laza, bizalmon alapuló kezelésében jelent meg. A fenntart-

hatósági elvek gyakorlati megvalósítását példázza, hogy az összes megismert csoport növekedési korlátokat állított maga elé a „kicsi szép” elgondolásnak megfelelően.

*Az ismertetett részeredmények egybecsengenek azon feltételezésekkel, miszerint az etikus fogyasztói döntések indíttatásai közé tartozik, hogy azok változások eléréséhez járuljanak hozzá a fogyasztó számára fontos ügyekben.*

## Eredmények: az etikus fogyasztók politikai aktivitása

Beck reflexívmodernizáció- és szubpolitika-elmélete a makrotársadalmi és intézményi folyamatok nézőpontjából ragadja meg a politika változási folyamatait. Sokat foglalkozik a politikai intézmények változásának dinamikájával, a politikai és szubpolitikai szereplők legitimitásával, a különböző politikai aktorok befolyásával. Az alábbi elemzések ezeket a folyamatokat az egyén szemszögéből vizsgálják.

Az etikus fogyasztók politikai részvételét illetően az eredmények megerősítik az irodalom tapasztalatait (Andersen – Tobiasen 2004; Clarke et al. 2007; Gulyás 2007; Nelson et al. 2007; Koos 2011): a vizsgált etikus fogyasztók körében egyfajta politikai hiperaktivitás volt megfigyelhető.

Mindenkitől megkérdeztük, hogy milyen szavazáson tartja fontosnak leadni a szavazatát. A válaszlehetőségek között a parlamenti választás, a helyhatósági választás, az időközi parlamenti képviselőválasztás, az időközi helyhatósági választás, az országos népszavazás és a helyi népszavazás szerepelt. Rákérdeztünk a múltbeli aktivitásra is. A közvetlen(ebb) formákon, azaz a népszavazásokon és az időközi helyhatósági választásokon való részvételt mindenki fontosnak tartotta, a parlamenti és a helyhatósági választást egy, illetve két ember nem. A csoport jelentős része szerint állampolgári kötelesség részt venni a választásokon, aminek akkor is eleget kell tenni, ha egyébként nincsenek jó véleménnyel a politikai rendszerről. Ennél is fontosabb számukra, hogy részvételükkel a demokrácia intézményeinek működtetéséhez járulnak hozzá. A részvétel, a képviseleti elv, a többségi vélemény érvényesülését és a „népakarat” megnyilvánulási lehetőségét emelték ki.

*„Többnyire el szoktam menni [a szavazásokra], mert úgy érzem, hogy felelősségem van benne, tehát hogyha az az alapvető felállás, ha azt akarom, hogy ne döntsenek a fejem fölött – és azt akarom. Hogyha ezt sem teszem, akkor nincsen jogom bármit is kritizálni, de nem látom értelmét – talán így a legjobb.” (L, nő, 41 éves)*

Nem zárhatjuk ki, hogy a vélemények egyöntetűségéhez hozzájárult az etikus fogyasztók képzettség-, jövedelem- vagy foglalkoztatottsági szektor szerinti erős homogenitása. Kmetty – Tóth (2011) kutatása például rámutatott, hogy mind az erőforrásokkal való ellátottság (pl. végzettség vagy jövedelmi helyzet), mind a közéleti civil aktivitás összefügg az aktív politikai részvétellel. Ez a befolyás valószínűleg az itt vizsgált kérdéseknél is érvényesül.

Többen leírták, hogy a modern képviseleti demokráciákban csökken a hagyományos autoritások befolyása és az osztályszavazatokra épülő politizálás jelentősége

(Inglehart 1997; Beck 1997a). A hagyományos politikai rendszerhez való kötődés és bizalom jelzője lehet a pártokkal fenntartott kapcsolat. Az interjúk során az egyik kérdés arra vonatkozott, hogy a megkérdezett tagja-e, pártolója-e vagy szimpatizánsa-e valamelyik pártnak. Összességében az etikus fogyasztók harmada válaszolt erre igenlően, ami nagyfokú elköteleződést és aktivitást mutat.

Ezt követően az interjúalanyoknak az emberek érdekeinek érvényesítésére leginkább alkalmas három módszert kellett kiválasztaniuk a következőkből: a parlamenti választásokon a megfelelő pártra szavazni, részvétel a politikai pártokkal való párbeszédben, követelések, petíciók eljuttatása döntéshozókhoz, párbeszéd, társadalmi fórumok szervezése, demonstrációk, tiltakozások az utcákon, egy-egy ügyért lobbizó civilszervezet támogatása. Emellett megkértük őket konkrét példák felsorolására is.

A megkérdezett etikus fogyasztók jobb véleménnyel voltak a közvetlenebb módszerek hatékonyságáról. A csoportból sokkal kevesebben ítélték hatékony véleménynyilvánítási és érdekérvényesítési eszköznek a szavazást a parlamenti választásokon. A kritikus megítélés oka legtöbbször a reprezentatív demokrácia intézményi hatékonyságáról alkotott rossz vélemény volt: úgy érezték, nincs megfelelő kapcsolat, visszacsatolási lehetőség a választók és a képviselők között, a négyévenkénti választást nem tartották erre elegendőnek. Ennek ellenére elkötelezetten jártak szavazni: a huszonhétből huszonhárom interjúalany biztosan részt vett a beszélgetést megelőző parlamenti szavazásokon. Szintén jellemző volt a parlamenti pártokkal folytatott párbeszéd megítélése az etikus fogyasztók között (ide tartozik például pártokhoz köthető véleménynyilvánítási fórumok látogatása vagy a képviselőkkel való kommunikáció). A kutatásban részt vevő etikus fogyasztók döntő többsége szerint ez az eszköz alkalmatlan az állampolgári vélemények közvetítésére.

Az etikus fogyasztók közül jóval többen tartották a civilszervezetek támogatását hatékony eszköznek. Többeknek fontos volt, hogy ezek „nemes célt tűztek a zászlajukra”, és azonosulni tudtak a civilek által képviselt célokkal és értékekkel. Sokan kiemelték, hogy a civilek céljai és működése nem kapcsolódik pártpolitikához vagy hatalmi érdekhez, hanem ügyeket állít a középpontjába, ami hozzájárul a hitelességükhöz. A civilszervezetek átlagon felüli elfogadottságát részben magyarázhatja, hogy a megkérdezettek harmada civilszervezeteknél alkalmazott. De az is lehetséges, hogy az erős kapcsolat éppen az alapvető bizalom és szimpátia megléte miatt alakult ki.<sup>8</sup> A kutatás adott fázisában ezt nem lehetett eldönteni, de támpontként szolgált, hogy a csoportok tagjai átlagosan négy civil kezdeményezést, helyi ügyet említettek példaként, amelyeket *munkájuktól függetlenül* támogattak.

A petíciókkal kapcsolatban pesszimistábbak a vizsgált etikus fogyasztók, annak ellenére, hogy ötből négyen aláírtak ilyeneket. Az eszköz hatásosságáról megoszla-

8 Kmetty Zoltán és Tóth Gergely (2011) kutatása szerint a civilszervezeti tagság, illetve a civil szférával való szimpatizálás pozitív összefüggésben áll a választásokon való részvétellel. Minél inkább kötődött valaki ilyen szervezetekhez, annál biztosabban igénye részvételét a választásokon. A szerzők a civilszervezeti tagságot demokráciaattitűd-indikátorként tekintik.

nak a vélemények. Akik hatékonynak tartották, legtöbbször törvényi garanciákra hivatkoztak, ti. bizonyos számú aláíró esetén a politika kénytelen foglalkozni az ügygel. Annak ellenére, hogy csak minden második csoporttagnak volt róla személyes tapasztalata, sokan hatékony eszköznek tartották a társadalmi párbeszédet. Viszonylagos jó megítélése azonban vegyes véleményeket takart. A megkérdezett etikus fogyasztók többször hivatkoztak általában a deliberáció, a társadalmi vita, az érvelés fontosságára, magára a folyamatra. Még ha eredménytelennek is tartották ezeket, fontosnak vélték a nyitottságot más vélemények megismerésére. A közvetlen visszacsatolási lehetőség mellett ez volt a leggyakrabban hangoztatott magyarázat arra, hogy miért tartják hatékony eszköznek ezeket a fórumokat. Az ellenoldali vélemények között legtöbbször az eredménytelenség szerepelt, illetve hogy valójában kevesen vesznek részt az ilyeneken.

*„...olyanokat választottam [hatékony érdekérvényesítési eszköznek], ahol van oda-vissza lehetőség, tehát nem csak egy x-et teszek valahová, vagy nem csak egy nemet mondok. Párbeszédés formákat választottam, mert ezekben sokféle szereplő megszólalhat. És rendszerességgel működhetnek, nem csak egyszeri esetről van szó. Benne van az egyeztetés lehetősége, és benne van a döntés utáni javítás, a visszatérés lehetősége, ránézünk, hogy jól csináltuk-e, haladtunk-e egyáltalán.”* (S, nő, 43 éves)

Az interjúk során több rendkívüli mozzanat is megjelenítette az etikus fogyasztás politikusságát. Az egyik interjúalany arról számolt be, hogy az egyik csoport tag-ságát „elszívta” egy alulról jövő politikai kezdeményezés, amely jobboldali értékek köré szerveződött, és egyfajta bázisdemokratikus modellt próbál megvalósítani. Egy másik interjú alkalmával az egyik vásárló egy népszavazási kezdeményezés kérdő-ívét is magával hozta, és arra kérte a jelenlévőket, hogy írják alá azt.

Összességében azt látjuk, hogy míg „a 19. század eleji magyar szavazók különö-  
sen tartózkodóak a politikai részvétel minden formájával szemben” (Tóka 2006: 46),  
addig a vizsgált etikus fogyasztók kifejezetten aktívak voltak, és differenciáltan  
használták a különböző eszközöket, amelyekről árnyalt véleményük volt.

Nelson et al. (2007) eredményeihez hasonlóan a kutatásból megállapítható, hogy az átlag feletti politikai és közösségi részvétel a megkérdezett etikus fogyasztók köré-  
ben a politika iránti fokozott érdeklődéssel párosult, jelentős részük gyakran beszél  
politikáról,<sup>9</sup> és az ritka volt, hogy valaki csak néha vagy soha nem követte a politikai  
híreket. A csoportok tagjaitól megkérdeztem, hogy mi az oka az aktív vagy passzív  
politikai érdeklődésüknek, de a válaszokból nem olvasható ki olyan magyarázat,  
amelyet többen osztottak volna, és amely lényegesen különbözne a közbeszédben  
előforduló általános okoktól. Valószínű, hogy a politikai érdeklődés tekintetében az  
egyéb háttérkörmények, például az iskolázottság hatása érvényesül.

*Az interjúk alapján a vizsgált etikus fogyasztók aktívan politizáltak, azaz az etikus*

9 A megkérdezettek a következő zárt kérdésekre válaszoltak: Milyen gyakran követi a politikai eseményeket a hírekben, a televízióban, a rádióban, az újságokban vagy az interneten? Mennyire érdekli Önt a politika? Milyen gyakran beszél politikáról a barátaival/rokonaival/kollégáival stb.?

*fogyasztáson kívül más politikai részvételi formákat is gyakoroltak, érdeklődtek a politika iránt, és másokkal is megvitatták politikai nézeteiket.*

A politikai, részvételi kiütkeresés egyik magától értetődő magyarázata a politikai rendszerrel szembeni bizalomhiány (Neilson és Paxton 2010). Az intézmények iránti bizalom általában nagyon alacsony Magyarországon (Boda – Medve-Bálint 2010), ami igaz az etikus fogyasztók csoportjára is, azonban néhány esetben határozottan eltérő a véleményük. Az etikus fogyasztók kifejezetten bíznak a környezetvédő szervezetekben, illetve tüntető volt a nagyvállalatokkal szembeni bizalmatlanság.<sup>10</sup>

A megkérdezett etikus fogyasztókra inkább az érdekvédő, tiltakozó szervezetekkel (szakszervezetek, környezetvédő szervezetek), valamint az igazságügyi rendszerrel szembeni viszonylagos szimpátia és a hagyományos politikai és gazdasági rendszerrel (nagyvállalatok, állami hivatalok, Európai Unió) szembeni bizalmatlanság volt jellemző. A beszélgetések során kiderült, hogy az etikus fogyasztók bizalmát élvező szervezetek esetében a bizalom alapja minden esetben az egyetértés és a célokkal való azonosulás volt. A helyesnek ítélt célok olyan erős bizalmi alapot teremtettek, hogy azt még a működés olykor kritikus megítélése sem ingatta meg. Ez a vélemény a környezetvédő szervezetekkel és a szakszervezetekkel kapcsolatban is többször elhangzott. A bizalmatlanság oka pedig az esetek döntő többségében az volt, hogy nem értenek egyet a célokkal. A csoporttagok közül senki nem nyilatkozott úgy, hogy bármilyen mértékig bízna a nagyvállalatokban. Jelentős többségük a profitcélok kizárólagosságát hozta fel bizalmatlansága alapjául. Emellett a többség fenntarthatósági aggályokat fogalmazott meg. Legtöbbször munkavállalókkal szemben tanúsított méltánytalan magatartást, a környezeti károkozást említették, néhány esetben a „nagyáság” eleve a nem fenntartható működési modell szinonimájaként jelent meg a „kicsivel” szemben. Ezek a gondolatok összecsengenek Beck megítélésével a reflexív modernizáció gazdasági folyamatairól: bizalmatlanság övezi a gazdasági szférát, amely felhatalmazás nélkül hoz meg olyan döntéseket, amelyeknek jelentős hatása lehet a társadalomra vagy a környezetre.

*„Olyan értékekért dolgoznak [a civilszervezetek], amelyek számomra fontosak. Sokkal felelősebben és átgondoltabban, és minden érintett érdekének figyelembevételével dolgoznak, mint bármilyen állami szereplő is teszi ezt.”* (J, nő, 49 éves)

*„[A vélemény] hasonló, mint a politikánál. A pillanatnyi profitot helyezik előtérbe [a nagyvállalatok], embert és környezetet nem kímélve sokszor, megint csak nem hosszú távon való gondolkodás.”* (I, férfi, 27 éves)

Kevésbé volt érzékelhető az *igazságügyi rendszerrel* szembeni bizalmatlanság a megkérdezett etikus fogyasztók körében. A közvetlen politikai tevékenységet folytató intézményekkel, azaz a *politikai pártokkal, a kormánnyal és a parlamenttel* szembeni bizalomszint alacsony. Legtöbbször azt a – Becknél is megfogalmazott – jelenség-

<sup>10</sup> Az intézményi bizalomra vonatkozó kérdés a következőképpen hangzott: Mennyire bízik a sajtóban, a szakszervezetekben, az igazságügyi rendszerben, a kormányban, a politikai pártokban, a parlamentben, az állami hivatalokban, a nagyvállalatokban, a környezetvédő szervezetekben és az Európai Unióban?

get hozták föl kritikaként, hogy ezek *nem megfelelően töltik be szerepüket a képviseleti rendszerben.*

*„Inkább azt mondanám, hogy igyekszem bízni bennük [a pártokban], nagyon azt akarom hinni, hogy volt értelme annak, hogy szavaztunk, és a bizalmunkat odatettük. Hogy olyan törvényeket hoznak, amik nem egyes körök érdekeit szolgálják, hanem az egész országot. De azzal, hogy direktre [párfegyelem alapján] szavaznak, és nem megoldásokat keresnek, ezzel a bizalmam megingott. Inkább nem nagyon bízom bennük.”* (X, nő, 52 éves)

A bizalmi kérdésekre adott válaszok és vélemények ismét a megkérdezett etikus fogyasztók jövőorientált, a társadalmi célokra érzékeny gondolkodására világítottak rá, amely az intézményekről alkotott általános rossz vélemény ellenére elkötelezett, aktív részvétellel párosult. Míg a csoportokról szóló beszédben kirajzolódott, hogy ezeknek komoly szerepet szánnak egy környezeti és társadalmi szempontból kedvező jövőkép megvalósításában, addig a politikai intézményekkel szembeni kritikának éppen ennek ellenkezője az alapja: a nem a köz érdekét szolgáló célok vagy a cél nélküliség.

## Összefoglalás

A bemutatott kutatásban megkérdezettek körében az etikus fogyasztás indítatói között a primer szükségletkielégítést (például élelmiszer-beszerzés) követően hangsúlyosan megjelent a közügyekben való részvétel igénye: a fogyasztók döntéseik céljaként a tágabb környezetüket érintő ügyekben való részvételt említették. Elsősorban a közösség támogatása, a környezet védelme és a globalizációval szembeni rendszerkritika, illetve kulturális ellenállás jelent meg tudatosan a fogyasztói döntésekben. A vizsgált etikus fogyasztók vásárlási döntéseiket egyrészt a gazdasági globalizáció káros következményeit enyhítő magatartásként éltek meg, másrészt mint a globalizációval szemben megvalósított alternatívát. Jellemző volt rájuk a jövőorientált gondolkodás: vásárlói döntéseikben szerepet játszott, hogy azokkal egy környezetileg fenntarthatóbb, méltányosabb társadalom létrejöttéhez járulhatnak hozzá. Szintén ösztönző tényező volt a globális kereskedelmi rendszerekkel szembeni bizalmatlanság, illetve a kisléptékű kereskedelembe vetett bizalom, valamint a helyi gazdaság támogatásának igénye. Kevésbé volt jelen az etikus fogyasztás indítatói között a közösséghez tartozás igénye, a gazdasági előnyök keresése, a kényelmi szempontok vagy a törekvés a társadalmi megbecsültség kialakítására. A megkérdezett etikus fogyasztók tehát tudatosan érvényesítettek bizonyos társadalmi és környezeti értékeket döntéseikben, amelyekkel egy-egy ügy szempontjából fontos változásokat szeretnének elérni.

A kutatásban vizsgált etikus fogyasztók döntéseiben megjelentek a részvételi szempontok, aktívan politizáltak, differenciáltan használták a különböző részvételi eszközöket, amelyekről árnyalt véleményük volt. Fontosnak tartották a szavazásokon való részvételt és a civil, mozgalmi politizálás eszközei közül a közvetlen

demokrácia módszereit vélték hatékonyabbnak. A civilszervezetekben és a politikai tiltakozó szervezetekben jobban bíztak, a gazdasági szervezetekben kevésbé. A bizalom alapja az volt, hogy a politikai szereplők céljai mennyire szolgálják a köz érdekét, és mennyire képesek hozzájárulni egy környezeti és társadalmi szempontból kedvező jövőkép megvalósításához. Az eredmények arra is rávilágítanak, hogy az etikus fogyasztók átlag feletti politikai és közösségi részvétele a politika iránti fokozott érdeklődéssel párosult. A megismert etikus fogyasztók tehát fogyasztóként és állampolgárként is aktív politikai szereplők.

Beck szubpolitika-elmélete alapján az etikus-politikus fogyasztók mozgalma a társadalom szintjén is politikai jelentőségre tehet szert. Ugyanakkor érdemes megjegyezni, hogy bár vannak jelei annak, hogy az etikus fogyasztás a nemzetközi szinten valóban hozzájárult kedvező társadalmi vagy környezeti változásokhoz, a mozgalom fragmentáltsága, valamint – legalábbis hazai tekintetben – elszigetelt és visszafogott jelenléte inkább az ügykijelölő, mintsem a változásokat kikényszerítő politikai szerepét vetíti előre.

Beck politikaelmélete alapján az etikus fogyasztók mozgalma szubpolitikának tekinthető, ami a szubpolitikára vonatkozó öt állítás és az eredmények összevetésével szemléltethető. (1) Bizonyos szubpolitikai aktorokra jellemző a modernizációval összefüggő gazdasági folyamatok negatív mellékkövetkezményeinek érzékelése és az ezekhez való kritikus hozzáállás (Beck 1998), valamint a környezeti kockázatok a második modernizáció során társadalom- és politikaformáló erővé válhatnak (Beck 2003 [1986]). A kutatás rávilágított, hogy a globalizálódó gazdaság kritikája – leginkább a környezeti fenntarthatósággal, illetve a méltányossággal és szolidaritással kapcsolatban – az etikus fogyasztás egyik fontos indítéka volt az interjúváltak körében. (2) A szubpolitikák meghatározó tulajdonsága, hogy egy korábban nem politikai döntés politikaivá válik (Beck 2003 [1986]) – jelen esetben a vásárlás. Az empirikus kutatás tapasztalata, hogy a mozgalom vizsgálatba bevont tagjai a globalizáció alternatívájaként és egy-egy ügy vagy az egész társadalom szempontjából pozitív változások megtestesítőjeként, a „világ gondjaira” legalább részben megoldást kínáló magatartásként értékelték bizonyos fogyasztói döntéseiket. (3) A szubpolitizálódás feltétele a demokratikus eszmerendszer és gyakorlatok terjedése. Illetve a reflexív demokratizálódás és a szubpolitizálódás azt is jelenti, hogy új politikai kultúra formájában feltámad a politikai részvétel igénye (Beck 2003 [1986]). A megkérdezett etikus fogyasztókról megtudtuk, hogy aktívan politizáltak és differenciáltan használták a különböző politikai eszközöket. Fontosnak tartották a szavazásokon való részvételt és a civil, mozgalmi politizálás eszközei közül a közvetlen demokrácia intézményeihez közelebb állókat (bojkottok, civilszervezeti részvétel, társadalmi fórumok) tartották hatékonyabbnak. (4) A szubpolitika fontos mobilizáló tényezője a politikai és gazdasági szereplőkkel szembeni bizalomvesztés (Beck 1995, 2003 [1986], 2005; JCC 2001). Ezt a megkérdezett etikus fogyasztók körében is megfigyelhettük. A bizalomvesztés fő oka, hogy az etikus fogyasztók

felelősnek tartották a gazdasági szférát a környezeti és társadalmi fenntarthatósági problémák kialakulásáért, illetve, hogy a politikai szereplőket nem tartották alkalmasnak a fenntarthatóság szempontjából kedvező jövőképek megvalósítására. (5) A fogyasztói szubpolitika szabályozó ereje részben abban rejlik, hogy a fogyasztók moralizálják a vásárlást és megszervezik önmagukat. Ezáltal arra kényszerítik a hatalmi erőter másikként másikként lévő vállalatokat, hogy a döntéseik során vegyék figyelembe gazdasági tevékenységük externális hatásait (Beck 1997a). A vásárlás moralizálását az empirikus adatok is alátámasztják. A vizsgált etikus fogyasztók körében megfigyelhető volt, hogy „jó” és „nem jó”, avagy „káros” fogyasztásról beszéltek, és az előbbieket mások által is követendő fontos értéknek tartották.

Az etikus fogyasztás megfigyelt jellemzője volt a tevékeny problémamegoldás, melynek egyik ösztönzője a modernizáció, illetve a globalizáció negatív mellékhatásainak érzékelése. Ehhez hozzátartozik, hogy a megkérdezett etikus fogyasztók mindennapjaiba beépült a demokratikus eszmerendszer, az aktív részvétel. Ezek Beck szerint a demokrácia demokratizálódásának a folyamatai és a szubpolitizálódás jelei. Szerinte a demokrácia eszméi oly mértékben internalizálódtak, hogy azzal a politika az egyéni élet színtereire is beszivároghatott. A szubpolitika-elméleti síkon támasztja alá az etikus fogyasztás részvételi értelmezését.

**ABSTRACT:** The present study argues that ethical consumption might be interpreted as public participation or as subpolitics in the terminology of Ulrich Beck. After reviewing the literature of ethical consumption and of Beck's theory of subpolitics, I will introduce the outcomes of a qualitative field research conducted among the members of grassroot consumer cooperatives. According to the results ethical consumers interviewed wished to contribute to changes in complex social issues with their consumers decisions. The research highlighted that ethical consumers were politically active, distinguished between the various participation methods and held sophisticated views about them, they trusted protest and civil society organisations, while they distrust business organisations and the conventional political institutions.

## Irodalom

- Adams, M. – Jayne R. (2008): What Can Sociology Say About FairTrade? Class, Reflexivity and Ethical Consumption. *Sociology*, 42: 1165–1182.
- Alario, M. – W. Freudenburg (2003): The Paradoxes of Modernity: Scientific Advances, Environmental Problems, and Risks to the Social Fabric? *Sociological Forum*, 18(2): 193–214.
- Andersen, J. G. – M. Tobiasen (2004): Who Are These Political Consumers Anyway? Survey Evidence from Denmark. In M. Micheletti – A. Follesdal – D. Stolle (eds.):

- Politics, Products and Markets – Exploring Political Consumerism Past and Present.* New Jersey: Transaction Publishers, 203–221.
- Anderson, W. T. Jr. – W. H. Cunningham (1972): The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, 36: 23–31.
- Beck, U. (1995): *Ecological Politics in an Age of Risk.* Polity Press: Cambridge.
- Beck, U. (1997a): *The Reinvention of Politics: Rethinking Modernity in the Global Social Order.* Polity Press: Cambridge.
- Beck, U. (1997b): Túl renden és osztályon? In Angelusz R. (szerk.): *A társadalmi rétegződés komponensei.* Budapest: Új Mandátum Könyvkiadó, 418–468.
- Beck, U. (1998): *Democracy without Enemies.* Polity Press: Cambridge.
- Beck, U. (2003 [1986]): *A kockázat-társadalom – út egy másik modernitásba.* Budapest: Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság – Századvég kiadó.
- Beck, U. (2005): *Power in the Global Age: A New Global Political Economy.* Polity Press: Cambridge.
- Beck, U. (2006b): *A választás tétje.* Szeged: Belvedere Meridionale.
- Beck, U. (2008): *Világkockázat társadalom. Az elveszett biztonság nyomában.* Szeged: Belvedere Meridionale.
- Beck, U. – E. Beck-Gernsheim (2002): *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences.* London: Sage Publications.
- Boda, Z. – Medve-Bálint G. (2010): Institutional Trust in Hungary in a Comparative Perspective: An Empirical Analysis. In Füstös L. – Szalma I. (szerk.): *European Social Register 2010: Values, Norms and Attitudes in Europe.* Budapest: MTA Politikatudományi Intézet és MTA Szociológiai Kutatóintézet, 184–202.
- Borne, G. (2009): Achieving Sustainable Lifestyles or Encouraging a Counter-Reflexivity: Exploring Motivations for Sustainability in a Mediated Risk Society. *Local Environment*, 14(1): 93–107.
- Braun & Partners (2006): *Közvélemény-kutatás a vállalatok társadalmi felelősségvállalásáról – Reprezentatív felmérés arról, hogy mit tudnak és mit gondolnak az emberek a CSR-ről.* Kutatási jelentés. Budapest: Braun & Partners Kft.
- Capital Research (2005): *A Fair Trade rendszer magyarországi meghonosításának lehetőségei. Kutatási jelentés.* Budapest: Ökotárs Alapítvány.
- Cherrier, H. (2007): Ethical Consumption Practices: Co-production of Self-Expression and Social Recognition. *Journal of Consumer Behaviour*, 6: 321–335.
- Clarke, N. – C. Barnett – P. Cloke – A. Malpass (2007): The Political Rationalities of Fair Trade Consumption in the United Kingdom. *Politics & Society*, 35(4): 583–607.
- Connolly, J. – D. Shaw (2006): Identifying Fair Trade in Consumption Choice. *Journal of Strategic Marketing*, 14: 353–368.
- Cooper-Martin, E. – M. B. Hoolbrook (1993): Ethical Consumption Experiences and Ethical Space. *Advances in Consumer Research*, 20: 113–118.
- David, M. – I. Willkinson (2002): Critical Theory of Society or Self-Critical Society? *Critical Horizons*, 3(1): 131–158.

- De Vries, G. (2007): What is Political in Sub-politics? How Aristotle Might Help STS. *Social Studies of Science*, 37(5): 781–809.
- Dickinson, R. A. – M. L. Carsky (2005): The Consumer as Economic Voter. In Rob H. – T. Newholm – D. Shaw (eds.): *The Ethical Consumer*. London: Sage Publications, 25–38.
- Dickinson, R. – S. C. Hollander (1991): Consumer Votes. *Journal of Business Research*, 22: 335–346.
- Dingwall, R. (1999): „Risk Society”: The Cult of Theory and the Millennium? *Social Policy & Administration*, 33(4): 474–491.
- Elliott, A. (2002): Beck’s Sociology of Risk: A Critical Assessment. *Sociology*, 36(2): 293–315.
- Elliott, A. (2003): *Critical Visions: New Directions in Social Theory*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.
- Freestone, O. M. – P. J. McGoldrick (2008): Motivations of the Ethical Consumer. *Journal of Business Ethics*, 79: 445–467.
- Gáti A. (2009): Tudatos fogyasztás. Az élelmiszer-vásárlás és a fogyasztói szokások változása. In *Európai társadalmi jelentés*. Budapest: TÁRKI, 99–117.
- Goig, R. L. (2007): Fair trade and Global Cognitive Orientation: A Focus on Spanish Fair Trade Consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 31: 468–477.
- Gulyás E. (2007): Az etikus fogyasztás mint a közügyekben való részvétel. *Politikatudományi Szemle*, 4: 111–129.
- Gulyás, E. (2008): Az etikus fogyasztás értelmezései. *Szociológiai Szemle*, 1: 106–127.
- Gulyás, E. (2011): *Az etikus fogyasztás, mint a közügyekben való részvétel*. Doktori disszertáció. Budapesti Corvinus Egyetem, Szociológia Doktori Iskola.
- Halkier, B. – L. Holm (2008): Food Consumption and Political Agency: on Concerns and Practices among Danish Consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 3 (6): 667–674.
- Harrison, R. – T. Newholm – D. Shaw (2005): Introduction. In R. Harrison – T. Newholm – D. Shaw (eds.): *The Ethical Consumer*. London: Sage Publications, 1–10.
- Heltai E. – Tarjányi J. (1999): *A szociológiai interjú készítése*. Budapest: TÁRKI.
- Hirschman, A. O. (1995): *Kivonulás, tiltakozás, hűség. Hogyan reagálnak vállalatok, szervezetek és államok hanyatlására az érintettek?* Budapest: Osiris Kiadó.
- Holzer, B. (2006): Political Consumerism Between Individual Choice and Collective Action: Social Movements, Role Mobilization and Signalling. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5): 405–415.
- Holzer, B. – M. P. Sørensen (2003): Rethinking Subpolitics. Beyond the ‘Iron Cage’ of Modern Politics? *Theory, Culture & Society*, 20(2): 79–102.
- Inglehart, R. (1997): *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. New Jersey: Princeton University Press.
- Jarvis, D. S. L. (2007): Risk, Globalisation and the State: A Critical Appraisal of Ulrich Beck and the World Risk Society Thesis. *Global Society*, 21(1): 23–46.

- JCC (2001): Journal of Consumer Culture: Interview with Ulrich Beck. *Journal of Consumer Culture*, 1(2): 261–277.
- Klein, G. J. – N. C. Smith – A. John (2002): Exploring Motivations for Participation in a Consumer Boycott. *Advances in Consumer Research*, 29: 363–369.
- Kmetty Z. – Tóth G. (2011): A politikai részvétel három szintje. In Tardos R. – Enyedi Zs. – Szabó A. (szerk.): *Részvétel, képviselet, politikai változás*. Budapest: Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 75–115.
- Koos, S. (2011): Explaining Ethical Consumption Behavior in Europe. A Comparative Analysis. In M. Nawojczyk (ed.): *Economy in Changing Society: Consumptions, Markets, Organizations and Social Policies*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 17–45.
- Krippendorff, K. (1995): *A tartalomelemzés módszertanának alapjai*. Budapest: ELTE Szociológiai Intézete és MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutató Csoport.
- Latour, B. (2003): Is Re-modernization Occurring – And If So, How to Prove It? A Commentary on Ulrich Beck. *Theory, Culture, Society*, 20: 35–48.
- Lyon, S. (2006): Evaluating Fair Trade Consumption: Politics, Defetishization and Producer Participation. *International Journal of Consumer Studies*, 30(5): 452–464.
- Mason, J. (2005): *A kvalitatív kutatás*. Budapest: József Műhely.
- Micheletti, M. (2003): *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action*. New York: Palgrave Macmillan.
- Mohr, L. A. – D. J. Webb – K. E. Harris (2001): Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behaviour. *Journal of Consumer Affairs*, 35: 45–72.
- Mythen, G. (2007): Reappraising the Risk Society Thesis. Telescopic Sight or Myopic Vision? *Current Sociology*, 55(6): 793–813.
- Nelson, M. R. – M. A. Rademacher – H.-J. Paek (2007): Downshifting Consumer = Upshifting Citizen? An Examination of a Local Freecycle Community. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611: 141–156.
- Neilson, L. A. – P. Paxton (2010): Social Capital and Political Consumerism: A Multi-level Analysis. *Social Problems*, 57(1): 5–24.
- Seidman, I. (2002): *Az interjú, mint kvalitatív kutatási módszer*. Budapest: Műszaki Kk.
- Schudson, M. (2006): The Troubling Equivalence of Citizen and Consumer. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 608: 193–204.
- Shaw, D. (2007): Consumer Voters in Imagined Communities. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 27(3–4): 135–150.
- Shaw, D. – C. Moraes (2009): Voluntary Simplicity: An Exploration of Market Interactions. *International Journal of Consumer Studies*, 33: 215–223.
- Smith, N. C. (1990): *Morality and the Market, Consumer Pressure for Corporate Accountability*. London: Routledge.
- Stolle, D. – M. Hooge (2004): Consumers as Political Participants? Shifts in Political Action Repertoires in Western Societies. In Micheletti, M. – A. Follesdal – D.

- Stolle (eds.): *Politics, Products and Markets – Exploring Political Consumerism Past and Present*. New Jersey: Transaction Publishers, 265–288.
- Székely M. (2003): Az etikus fogyasztás: Mit tehetünk egyes globális problémák enyhítésére? In Hunyady Gy. – Székely M. (szerk.): *Gazdaságpszichológia*. Budapest: Osiris Kiadó, 766–795.
- Székely, M. – Gyene Gy. – Pörzse K. – Takács Sz. (2008): Values and Lifestyle: Do Consumers Declaring Sustainable Values Demonstrate Sustainable Consumption Patterns? In *Sustainable Consumption 2008 Conference – Conference Proceedings*. Budapesti Corvinus Egyetem: Budapest, 134–149.
- Tóka G. (2006): Vezérek csodálói. A magyar választói magatartás nemzetközi összehasonlításban. In Karácsony G. (szerk.): *Parlamenti választás, 2006*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Közhasznú Alapítvány – Budapesti Corvinus Egyetem Politikatudományi Intézet, 17–58.
- Youde, Je. (2009): Ethical Consumerism or Reified Neoliberalism? Product [RED] and Private Funding for Public Goods. *New Political Science*, 31(2): 201–220.
- Webster, F. E. Jr. (1975): Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer. *Journal of Consumer Research*, 2: 188–196.