

Matolay Réka

Agrárbiotechnológiai társaságok legitimációs stratégiái

Vállalatgazdaságtan Intézet

Témavezető:
Czakó Erzsébet, Ph.D.
Intézetvezető egyetemi docens

© Matolay Réka 2012

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástani Doktori Iskola

AGRÁRBIOTECHNOLÓGIAI TÁRSASÁGOK
LEGITIMÁCIÓS STRATÉGIÁI

Ph.D. értekezés

Matolay Réka

Budapest, 2012.

Vállalatgazdaságtan Intézet, Döntéselmélet Tanszék

Témavezető:
Czakó Erzsébet, Ph.D.

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástani Doktori Iskola

AGRÁRBIOTECHNOLÓGIAI TÁRSASÁGOK
LEGITIMÁCIÓS STRATÉGIÁI

PH.D. ÉRTEKEZÉS

Matolay Réka

Budapest, 2012.

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék.....	1
Táblázat- ábra- és mellékletjegyzék, rövidítések	8
Köszönetnyilvánítás	9
1. Bevezetés	10
1.1. Az agrárbiotechnológia jellemzői.....	12
1.2. Az agrárbiotechnológia Magyarországon.....	15
1.3. A kutatás fő jellemzői	18
2. A legitimitás szervezetelméleti megközelítései.....	21
2.1. A legitimitás értelmezései	26
2.1.1. Stratégiai megközelítések.....	27
2.1.2. Intézményi megközelítések	37
2.1.3. Diszkurzív megközelítés	46
2.2. A legitimitás befolyásolása	48
2.3. A legitimitás tipológiája – elméleti összegzés.....	55
2.4. A legitimitás empirikus vizsgálatai	57
2.4.1. A legitimitás tesztelése stratégiai megközelítésben.....	57
2.4.2. A legitimitás tesztelése strukturalista megközelítésben	60
2.4.3. A legitimitás tesztelése diszkurzív megközelítésben.....	65
2.4.4. A legitimitás empirikus vizsgálatainak fő tanulságai	66
3. A biotechnológiai közösség	68
3.1. Biotechnológiai vállalkozások stratégiai szövetségei.....	73
3.1.1. Szövetségek motivációi.....	75
3.1.2. Legitimáció a szövetségben.....	79
3.2. Integráció és koncentráció.....	81
3.2.1. Koncentrációs előzmények, trendek.....	81
3.2.2. Legitimáció integrálódás és diverzifikálás révén	85
4. Az empirikus kutatás módszertana.....	87
4.1. A kutatás célja	87
4.2. A kutatás módszertana	89
4.3. A kutatás folyamata.....	94
5. Legitimációs taktikák és stratégiák	103
5.1. A szervezeti mező jellemzői.....	105
5.2. Vállalati legitimációs folyamatok.....	112
6. Kutatói diskurzusok	120
6.1. Agrárbiotechnológia a nyomtatott médiában	120
6.1.1. Nemzetközi médiakutatások.....	121
6.1.2. Magyarországi médiakutatások	125
6.2. Kutatói médiaviták	127
6.2.1. A kutatói médiaviták vizsgálati szempontjai.....	127
6.2.2. Argumentációs stratégiák a kutatói vitáiratokban	131
6.2.3. Narratívák mint legitimációs erőforrások.....	142
6.3. Legitimitás és az argumentációs és diszkurzív stratégiák	150
7. Fogasztói álláspontok.....	154
7.1. Magyarországi fogyasztói kutatások	154
7.2. A fókuszcsoportos kutatás eredményei	162
8. Legitimációs tanulságok.....	174
Bibliográfia	182
Mellékletek.....	199
Publikációk jegyzéke	218

Táblázat- ábra- és mellékletjegyzék, rövidítések

Táblázatok

1. táblázat A legitimitás tipológiája.....	26
2. táblázat Intézményi vállalkozói stratégiák keletkező iparág támogatására	44
3. táblázat A legitimitás megszerzésének stratégiai lehetőségei	51
4. táblázat Legitimitás típusok a szervezetelméleti megközelítésekben.....	56
5. táblázat Agrárbiotechnológiai koncentráció és integráció: felvásárlások és fúziók	84
6. táblázat Az interjúk száma érintett csoportonként.....	97
7. táblázat A fókuszcsoporthoz tartozó elemzés áttekintő táblázata.....	102
8. táblázat Az agrárbiotechnológiára vonatkozó hazai társadalomtudományi kutatások	103
9. táblázat Az elemzett kutatói viták kiválasztásának szempontjai	129
10. táblázat Az elemzett kutatói viták	129
11. táblázat Retorikai eszközök a vitapartner megjelölésére.....	132
12. táblázat Jelzők, jelzős szerkezetek a mezőgazdasági biotechnológia jellemzésére.....	133
13. táblázat „Tudósok” kontra „ellenzők”	134
14. táblázat Géntechnológia kontra hagyományos nemesítés	137
15. táblázat Magyarországi kutatások a fogyasztók és a GM élelmiszerek viszonyáról	155
16. tábla. Fogyasztói asszociációk a „génmódosított élelmiszer” kifejezésre.....	165
17. táblázat Fogyasztói kutatások és részvételi technikák.....	180

Ábrák

1. ábra Biotechnológia által érintett főbb iparágak	68
2. ábra Biotechnológiai iparág, közösség, szervezeti mező	72
3. ábra A kutatás minősége – értékelési megfontolások.....	93
4. ábra Legitimációs és delegitimációs stratégiák feltárása: Az empirikus kutatás kerete	96
5. ábra Hazai fogyasztók hozzáállása a génmódosított élelmiszerekhez.....	157
6. ábra A leginkább és legkevésbé hiteles források a GM-élelmiszerek vonatkozásában.....	162
7. ábra A stratégiák és a legitimitás-tipológia kapcsolata	176

Mellékletek

1. melléklet Szervezeti mező	
2. melléklet Interjú vezérfonal	
3. melléklet Interjú összefoglaló forma	
4. melléklet A GM-élelmiszerekre vonatkozó nemzetközi fogyasztói kutatások módszertani jellemzői	
5. melléklet A fókuszcsoporthoz tartozó elemzés áttekintő táblázata	
6. melléklet Fókuszcsoporthoz tartozó kérdőív	
7. melléklet A résztvevők jellemzői és toborzásuk szempontjai	
8. melléklet Fókuszcsoporthoz tartozó vezérfonal	
9. melléklet Részvételi technikák a GMO döntéshozatalban	

Rövidítések

CDA	Critical Discourse Analysis, kritikai diskurzuselmélet
CSR	Corporate Social Responsibility, vállalati társadalmi felelősségvállalás
CSP	Corporate Social performance, vállalati társadalmi teljesítmény
DHA	Discourse-Historical-Approach, diskurzustörténeti iskola
GATT	General Agreement on Tariffs and Trade, Általános Vámtarifa és Kereskedelmi Egyezmény
GT	Grounded Theory, megalapozott elmélet
GEVB	Géntechnológia Eljárásokat Véleményező Bizottság
GM	Genetically Modified, genetikailag módosított
GMO	Genetically Modified Organism, genetikailag módosított szervezet
IPR	Intellectual Property Rights, szellemi tulajdonjogok
SRI	Socially Responsible Investment, társadalmilag felelős befektetés
WTA	Willingness to Accept, elfogadási hajlandóság
WTO	World Trade Organization, Kereskedelmi Világszervezet
WTP	Willingness to Pay, fizetési hajlandóság

Köszönetnyilvánítás

Köszönöm azt a jelentős és kitartó támogatást, amelyet a disszertáció megírásához a munkatársaimtól és a szeretteimtől kaptam.

Köszönöm mindenekelőtt konzulensemnek, Czakó Erzsébetnek, a Vállalatgazdaságtan Intézet vezetőjének, aki végigkísért ezen a hosszú úton.

Harkai Attila a médiafeltárásban, Bodorkós Barbara és Szántó Richárd az interjúk, Balázs Bálint, Szántó Richárd és Pataki György a fókuszcsoporthoz készített beszélgetések készítésében vett részt, köszönet érte.

Köszönöm a Döntéelmélet Tanszék vezetőjének, Zoltayné Paprika Zitának, és a tanszék munkatársainak, hogy mindvégig támogattak.

A Helsinki-i Aalto Egyetemen a Vezetés és Szervezés Tanszék vezetőinek és munkatársainak, hogy inspiráló környezetben dolgozhattam, valamint a finnországi agrárbiotechnológiai helyzetbe is betekintést nyerhettem. Beszélgetéseikért, visszajelzéseikért és ötleteikért külön is köszönettel tartozom, Saija Katilának, Susan Meriläinennek, Keijo Räsänennek, Risto Tainionnak és Janne Tienarinak.

Köszönet illeti édesapámat, Dr. Matolay Tamást, aki az ügy érdekében jelentős elektronikus adatfelvitelt vállalt. A húgomat, Matolay Ildikót, aki rengeteg kérdéssel terelt a dolgozat megírásának irányába.

Páromat és kollégámat, Pataki Györgyöt, aki nagy türelemmel, sok bátorítással, valamint számos kutatói beszélgetéssel segített.

A disszertáció empirikus kutatását az OTKA a 46947. számú kutatás keretében támogatta.

1. Bevezetés

Vajon miként vált ki egy apró – molekuláris szintű – laboratóriumi kutatási eredmény globális gazdasági, társadalmi, politikai változásokat? A biotechnológia – sejtek és molekulák átalakításával, gének egyik szervezetből a másikba ültetésével – nem egyszerű technológiai innováció, mely új termékhez, vagy egy termelési folyamat megváltoztatásához vezet. Tovagyűrűző hatása iparágakat rajzol át, új tevékenységeket teremt, szabályozási kihívást hordoz, átalakíthatja fogyasztási szokásainkat, újrendezi a hatalmi viszonyokat, fontos alapfogalmakat értelmez újra –, hogy néhány fontos következményt említsünk. Fundamentális és radikális változásokat generál. Mindezekből következően pedig rendkívül vitatott terület.

Minden új terméknek, technológiának, szervezetnek meg kell teremtenie az elfogadottságát, a legitimitását – helyet kell találnia egy létező társadalmi, gazdasági, kulturális kontextusban, miáltal hatást is gyakorol azokra. Ph.D. kutatásomban azt szeretném megérteni, hogy milyen szereplők és hogyan vesznek részt a mezőgazdasági biotechnológia körüli vitában, e terület termékeinek a gazdasági és társadalmi legitimitásának alakításában.

Üzleti etikát, felelős döntéshozatalt oktatva, vállalati felelősségvállalási, fenntarthatósági kérdéseket kutatva a természeti környezet és az érintettek jólléte iránti elkötelezettségem munkál a témaválasztásban, a kutatási kérdések megfogalmazásában, a kutatás felépítésében és a kutatási módszertan megválasztásában. Kíváncsiságomat e téma iránt az hajtja, hogy

(i) egy ennyire sokszereplős helyzetben, számos és rendkívül sokféle érintett közegében hogyan alakul egy ellentmondásos, komplex helyzet és folyamat. Vitáktól, ellenérdekektől, konfliktusoktól terhes ügy esetében milyen módon jelennek és jeleníthetők meg az érintettek jogai és érdekei, milyen módokon hangolhatóak össze eltérő jogok és elvárások.

(ii) rendkívül nagy a tétje e folyamatok eredményének. Speciális innovációról és következményeként termékekről van szó, melynek piaci, környezeti-ökológiai, társadalmi, gazdasági hatásai messze hatóak, egyszerre bizonytalanok és determinisztikusak. A hosszú távú egészségügyi és környezeti hatásokról egyelőre tartamos kutatások híján még csak valószínűségi állítások is nehezen mondhatók (az ún. etetési, táplálkozástani és környezeti kísérletek alapvetően rövid-, középtávúak), miközben a génmódosított növények szabadföldi termesztésének megkezdésével a

természetbe kerülésük könnyedén visszafordíthatatlanná válik. Nyilvánvalóan ezért is sok a megszólaló érintett, és gazdag a pro és kontra érvrendszer. E jelentős tét vonzza kutatási célpontommá a mezőgazdasági biotechnológiát, amelynek az iménti példában kiemelt ökológiai hatásain túl társadalmi és gazdasági kontextusa, következménye is érdekelt. Az agrárbiotechnológia ugyanis több mint technológiai eljárások és termékek csoportja, intézményrendszert formáló erőt mutat, további térnyerése egyúttal adott agrárpolitikai vízió térnyerését is jelenti.

A kutatási kérdéseim mindezek nyomán a következők:

1. A mezőgazdasági biotechnológia legitimitása milyen érintettcsoportok tevékenysége által formálódik: kik az agrárbiotechnológia ún. szervezeti mezőjének a tagjai, s aktív részesei Magyarországon? Milyen szereplők vesznek részt a legitimációs (illetve delegitimációs) folyamatban?

2. Hogyan alakítják az érintettek a mezőgazdasági biotechnológia gazdasági és társadalmi elfogadottságát, legitimitását? Milyen legitimációs eszköztárat, érvrendszert, végső soron stratégiát alkalmaznak annak érdekében, hogy a mezőgazdasági biotechnológia legitimitását megteremtsék vagy éppen ellenkezőleg, azt legitimitásától megfosszák?

Témaválasztásommal egyúttal a legitimitás szervezetelméleti irodalmának feltárása volt a szándékom. A legitimitás kérdésköre véleményem szerint háttérbe szorul a vállalatok és iparágak etikájának és versenyképességének vizsgálataival szemben; holott a vállalatok és iparágak társadalmi-gazdasági-politikai beágyazottságának tisztázása nélkül nehezen értelmezhetők a piaci magatartásformák. Különösen igaz ez keletkező iparág, új termék és technológia esetében, ahol a beágyazottság, illetve legitimitás megteremtése elsőszámú feladat. Ilyen esetben lehet igazán gyümölcsözően megfigyelni annak a társadalmi legitimációs folyamatnak a dinamikáját, jellemzőit, érték- és erőviszonyait, amely minden egyes új termék, szolgáltatás esetében elengedhetetlen alapja a gazdasági hasznosulásnak, hasznosíthatóságnak (például annak, hogy a fogyasztók legitimként elfogadják, s majd szükségletként igényeljük is). Elméleti alapállásom szerint ugyanis minden egyes termék, szolgáltatás – és így iparág is – tulajdonképpen magában hordja egy teljes rendszer logikáját. Olyan döntéseket is tükröz, amelyek a tágabb környezet társadalmi, technológiai alapjaira, értékválasztásaira vonatkoznak. Ez – az irodalomban ún. szocio-technológiai rezsimként megragadott rendszer szint – a biotechnológián, annak termékeiben is tetten érhető. Ebből pedig az is következik,

hogy adott iparág vállalatainak stratégiái nemcsak a releváns termékek vagy szolgáltatások piaci pozícióinak, versenyképességének megőrzését jelentik és jelenítik meg, hanem egyúttal magát az adott szocio-technológiai rezsimet is fenntartják és igyekeznek megőrizni. Ennyiben tehát a vállalati stratégiák maguk is társadalmi legitimációs jelleggel és politikai (hatalmi) relevanciával rendelkeznek.

E fejezetben a továbbiakban bevezetéssel szolgálok a mezőgazdasági biotechnológia alapfogalmaiba és fejleményeibe; vázolom magyarországi kontextusát; majd az empirikus kutatásomról és a disszertáció felépítéséről adok számot.

1.1. Az agrárbiotechnológia jellemzői

Kutatásom a mezőgazdasági biotechnológia területét, azon belül is a növényi biotechnológiáét célozza, tehát nem fedi, jóllehet néhol óhatatlanul érinti a biotechnológia gyógyszerészeti, biomedicina oldalát, a vegyipari, a környezeti ipari és egyéb kapcsolódásokat. Vagyis közkeletű szóhasználatnál élve a zöld biotechnológia területén végzem kutatásomat, a piros (orvosi, gyógyszeripari, diagnosztikai) és fehér (ipari és környezetvédelmi) biotechnológia területét nem elemzem. A genetikailag módosított szervezetek (*genetically modified organism, GMO*), illetve azon belül is a génmódosított növények szerepelnek a vizsgálódásom fókuszában. A biotechnológián belüli elhatárolás és a választásom fő okai között nem csupán e területek termékbeli különbözősége, hanem értelmezésük, legitimitásuk, hatásaik, piaci szerepük, kritikájuk stb. eltérése is szerepel.¹

Az első génmódosított növény 1995-ben az Egyesült Államokban jelent meg kereskedelmi forgalomban.² Alig négy évvel később, 1999-ben, az USA kukorica,

¹Szinonimaként értelmezem és használom a mezőgazdasági biotechnológia és az agrárbiotechnológia kifejezéseket. A génmódosított szervezetet tartalmazó növény a disszertációban génmódosított növény, transzgénikus növény, GM növény, az ilyen összetevőket tartalmazó élelmiszerek génmódosított élelmiszerek, GM élelmiszerek szóhasználatokkal fordulnak elő.

²A génmódosított növényeknek immáron több generációjáról beszélünk, jóllehet forgalomban java részt továbbra is első generációs termékek vannak. A különböző generációk más és más jellemzőikben fejlesztett fajták, más célt, és így más célcsoportot szolgálnak. Az első generációs transzgénikus növényeket input jellemzőikben megváltoztatott növényekként értelmezhetjük. Ezek esetében ugyanis

szójabab és gyapot termőterületeinek átlagosan a felén már transzgénikus növény termelt [Kalaitzandonakes és Hayenga, 2000]. Kevesebb mint tíz évvel az első GM növény megjelenése után az Egyesült Államokban gyapotból szinte kizárólag génmódosítottat ültettek, s a szójatermő területek túlnyomó részén transzgénikus változatokat termeltek [USDA, 2004], míg mára a repcetermő területek háromnegyedén is transzgénikus repce nő, az USA-beli kukoricának pedig közel a kétharmada génmódosított [IRT, 2011]. Ezek a penetrációs arányok mindazonáltal kiugróan magasak. 2011-ben 29 országban összesen 160 millió hektáron termesztettek génmódosított növényt [James, 2012³]. A legnagyobb termelőknek az Egyesült Államok (69 millió ha), Brazília (30,3 millió ha) és Argentína (29,7 millió ha) számítanak, olyannyira, hogy az összes GM termőterületnek több mint a háromnegyede van ebben a három országban. Elsősorban transzgénikus szójababot, kukoricát és gyapotot termesztnek, de például az Egyesült Államokban ezeken és az említett repcén kívül, lucernát, cukorrépát, papayát, tököt, cukkinit, dohányt, a termőterület méretét tekintve 3,9 millió hektárral a 6. helyen szereplő Kínában ezeken túl génmódosított paradicsomot és paprikát is termelnek. Az európai országok közül nyolc bocsát rendelkezésre adatot transzgénikus növények termesztéséről. 2011-ben Spanyolország (a legnagyobb európai agrárbiotechnológiai termelőként mintegy 100 ezer hektáron termesztett GM kukoricát), Portugália, Csehország, Szlovákia, Lengyelország és Románia területén termesztettek génmódosított

a módosított tulajdonság a termesztés hogyanjára van hatással. Ezek többségükben növényvédőszer tűrő vagy kártevő rezisztens fajták, esetleg mindkét fenti tulajdonsággal rendelkeznek. Azaz egyáltalán nem, vagy nem a vetés előtt kell a termesztésbe vont területet növényvédelemben részesíteni, hanem szükség szerint, akár már a haszonnövény növekedése közben lehet növényvédelmi kezelést alkalmazni. Az első generációs transzgénikus növények egy része maga termeli azt a méreganyagot – toxint –, amely a kártevőket távol tartja. Míg az első generációs növények az input jellemzők változtatása révén a termelőknek igyekeznek előnyökkel szolgálni, a második generációs fejlesztések elsősorban az output jellemzőkre fordítanak figyelmet, olyanokra, amelyek a fogyasztó szempontjából lehetnek lényegesek. Küllemében, tartósságában, tápanyagtartalmában más, vonzóbb a termés. A harmadik generációs génmódosított növények kevésbé élelmiszer-, inkább gyógyszeripari, illetve egyéb ipari célzatúak, lévén gyógyszeralapanyagot (*plant-made pharmaceuticals*, PMP), illetve egyéb ipari alapanyagokat (*plant-made industrial product*, PIMP) termelnek.

³ Ezen összegző – és egyúttal leggyakrabban idézett – adatokat a mezőgazdasági biotechnológiát népszerűsítő szervezet, az International Service for the Acquisition of Agri-biotech Applications (ISAAA) adja minden évben közre. Állandó szerzője, Clive James, 2007-ben Barabás Zoltán Biotechnológiai Egyesület meghívására Magyarországon is járt a bemutatni. E publikációi (ahogy az itteni előadása is), mindazonáltal sok vitát váltanak ki, a GM növények terjedéséről adott képet túlzónak tartva. Így például azt, hogy Európa néhány országában a mindössze néhány 10 hektárnyi kísérleti parcellát oly módon jelenítve meg, hogy ott kevesebb mint 100 000 hektáron termesztnek GM növényt. A mezőgazdasági biotechnológia elterjedésének statisztikáit övező vita a GM növények körüli legitimációs küzdelem egyik oldalága, mely ugyanakkor előrevetíti a szélesebb vitát.

kukoricát, Svédországban és Németországban génmódosított burgonyát [James, 2012], az utóbbi helyen összesen két hektáron.

E termesztési adatokon túl ismeretes, hogy számos állam és régió kifejezetten tiltja a génmódosított vetőmagok alkalmazását. Helyi rendeletekkel szinte valamennyi európai államban számos térség (régió, megye, település, gazdaság) igyekszik a GM növények termesztését kizárni (lásd erről a GMO-free Regions szervezet adatbázisát [Gmo-free Regions, é.n.]), és ilyen törekvések más kontinenseken is tetten érhetők. Az Egyesült Államokban például 2004-ben a kaliforniai Mendocino nyilvánította a térségét GMO-mentes övezetnek [Pechlaner, 2012], amelyet számos állam helyi döntései követtek (legutóbb például Washingtonban [Heyes, 2012]). Európában Svájcban ügydöntő népszavazás keretében döntöttek a GM növények öt éves termesztési tilalmáról 2005-ben, mely moratóriumot a svájci kormány 2013 végéig meghosszabbított [Swissinfo, 2012]. Továbbra is az EU-n kívül vizsgálódva Szerbia és Norvégia tiltja a transzgénikus növények szabadföldi termesztését [Darvas és Székács, 2010], Oroszország 2012 ősztől nem engedi a GM növények importját [Adams, 2012].

Az Európai Unió új GMO-k kibocsátására vonatkozó, 1999-ben elfogadott de facto moratóriuma 2004-ben véget ért,⁴ minek nyomán a Monsanto GM kukorica hibridjeinek importját és termesztését engedélyezte az EU. Európában elsőként Ausztria mondott nemet a GM növények termesztésére 1999-ben, majd az új EU szabályozás mentén újra, 2004-ben. Ezen az országon kívül Bulgária, Franciaország,

⁴ Az EU 1999 előtt 18 GMO-terméket engedélyezett, további 6-8 – GM növényből készült, de örökítő anyagot nem tartalmazó – termék (például szójaból gyártott lecitin) pedig már az Európai Közösség (EK) első GM jogszabályainak megszületése, azaz 1991 előtt az EK piacára került. A moratórium valójában az akkor folyamatban lévő 14 engedélyezési eljárás felfüggesztését jelentette, egyfelől környezetvédők nyomására, másfelől az engedélyezési eljárásokat távolmaradásukkal vagy elutasításukkal blokkoló tagállamok miatt. A tagállamok fele-fele arányban szavazták meg és le, ezért végül az Európai Bizottság döntött úgy 2004-ben, hogy feloldja a kereskedelmi tilalmat: először a Syngenta konzerv csemegekukoricának, majd a MON810 GM kukorica vetőmagjának forgalmazásának engedélyezésével. Mindeközben az Egyesült Államok 2003-ban (majd Argentína és Kanada is) a Világkereskedelmi Szervezetnél (World Trade Organization, WTO) bejelentette, hogy az EU és az egyes tagországok moratóriuma nem egyeztethető össze a WTO-egyezményekből következő kötelezettségekkel. Az elővigyázatosság elvének és a szabadkereskedelem elvének e csatájában a WTO 2006 őszén egy több mint ezer oldalas végső jelentésben elítéli az időközben megszüntetett EU moratóriumot, valamint azokat a tagországokat, amelyek a GMO-behozatalt az azóta született, megengedőbb EU-jogszabályoknál szigorúbban kezelik [Sipos, 2010]. A WTO-vitáról lásd például Isaac és Kerr [2003]; Skogstad [2003] és Zurek [2006].

Görögország, Lengyelország, Luxemburg, Magyarország, Nagy-Britannia, Németország és Románia élt az ún. védzáradék lehetőségével (részleteit lásd alább), és vezetett be GM moratóriumot, amelyek közül hat ország⁵ ma is fenntartja a tiltást [European Commission, é.n.; Darvas és Székács, 2012].

1.2. Az agrárbiotechnológia Magyarországon

A mezőgazdasági biotechnológia a növénytermesztést illetően az EU-ban elsősorban a kukoricatermesztő országokat érinti, hiszen elsősorban GM kukorica hibridekre van az EU-ban engedély. Magyarország a jelentős kukoricatermesztők közé tartozik. Az EU 27 tagországa a világ kukorica termésének 6,7 százalékát adta 2011-ben [USDA, 2012]. Magyarországon 2011-ben, 1,2 millió hektáron termesztettek kukoricát, a termés közel 8 millió tonna volt [KSH, 2012]. Az USDA ekkora mennyiséget jelzett előre 2012-re is, amivel Franciaország (1,7 millió hektár, 15,5 tonna), Románia (2,8 millió hektár, 10 millió tonna) és Olaszország 1 millió hektár és 9,4 millió tonna) után az EU 4. legnagyobb termelője [USDA, 2012].

Nem a fent említett moratórium volt a GM növényekre vonatkozó első tiltás Magyarországon. Arra 1996-ban került sor: az akkori földművelésügyi minisztérium állította le és semmisítette meg a GM növényfajtákkal folytatott szántóföldi kísérleteket, amelyeket a Magyar Tudományos Akadémia (MTA) és a minisztérium kutatóintézeteiben fejlesztett GM növényekkel, valamint külföldi vállalatok megrendelésére azok transzgénikus növényeivel magyarországi kutatóhelyeken végeztek [Heszky, 2012]. E tevékenység nem volt illegális, ám legális sem: törvényi szabályozás híján, annak keretei nélkül zajlott.

A géntechnológiai tevékenységről szóló 1998-as XXVII. törvény megszületésével nyílt újra lehetőség szabadföldi kísérletekre, amelyeket – ahogyan bármilyen más GMO vonatkozású engedélyt is – a Géntechnológiai Eljárásokat Véleményező Bizottság (GEVB) javaslata alapján adott ki a hatóság. Közép-Kelet Európa első géntechnológiai törvénye volt ez, szigorúnak ítéltető (a zárt rendszerű

⁵ Amint az a termesztési statisztikákból és a moratóriumot bevezetők listájából kitűnik, Lengyelországra és Romániára nézve ellentmondásosak az adatok. Sem ezek, sem Nagy-Britannia, sem Bulgária nem alkalmazza jelenleg a védzáradékot [European Commission, é.n.]. Románia az EU-csatlakozás előtt termesztett GM kukoricát és szóját, ám mivel az EU-ban nem engedélyezett fajtákat, a csatlakozása után azokkal felhagyott. [Darvas és Székács, 2010]. Az együtt termesztési szabályozása megalkotása után – immáron EU-ban engedélyezett – kukoricát termeszt. Nagy-Britannia visszavonta moratóriumát, a lengyel kormány 2013-tól tervezi a GM vetőmagok teljes tiltását.

tudományos célú kísérleteket kivéve, amelyek csupán bejelentési kötelezettség alá tartoztak, valamennyi géntechnológiai tevékenységet engedélykötelessé nyilvánította, ugyanakkor nem írt elő termékcímkézést). Fontos megjegyezni, hogy az általa előírt bizottság több érintettcsoport képviselőjéből állt és áll ma is. 17 tagja között kutatók (6 fő), minisztériumi-hatósági szakértők (5 fő) és környezet-és fogyasztóvédő civilek (6 fő) egyaránt szerepeltek.

Magyarország 2004-es EU-csatlakozását megelőzően mintegy 30 kísérleti engedélyt bocsátottak ki, amelynek értelmében az adott helyszínen legfeljebb néhány száz négyzetméteres kísérleti parcellán termesztették az adott növényt, a termés kereskedelmi forgalomba kerülésének kizárásával, annak kutatási feldolgozásával és megsemmisítésével [Vidékfejlesztési Minisztérium, é.n.]. Következő szabályozási feladatként az EU-csatlakozást megelőző, majd azt követő jogharmonizációs lépések sorakoztak. A 2002. évi LXVII. törvény és kapcsolódó rendeletei engedélyezték, hogy amennyiben a nyomomonkövethetőség biztosított, akkor GM takarmány importálható. A törvény és rendeletei módosították a szabadföldi kísérletek körülményeit és engedélyezési folyamatát – az utóbbit az EU rendszeréhez igazították, az előbbi esetében az EU-énál szigorúbb szabályozás maradt érvényben [Sükösd et al., 2008]. Majd a 82/2003 (VII. 17.) FVM és a 132/2004 (IV. 29.) Kormány-rendeletek vették át az EU-rendeletekben megfogalmazott követelményeket, mint például a 0,9 százaléknál nagyobb arányban GM összetevőt tartalmazó élelmiszerek kötelező jelölését [Heszky, 2012].

Magyarország EU csatlakozásakor zárult le a WTO-vita és a moratórium, következésképpen az Európai Bizottság által engedélyezett MON 810-es transzgénikus kukorica hibridek (a Monsanto molyrezisztens génkonstrukcióját tartalmazó 16 – mára 17 – hibrid) bekerültek az EU fajtakönyvébe, és ezáltal – a hazai gazdasági értékmérő vizsgálatot és állami elismerést követően – Magyarországon is termesztetővé vált közülük két hibrid [Heszky, 2012]. Mindezt elkerülendő 2005 januárjában az akkori földművelésügyi miniszter GM moratóriumot hirdetett. Vagyis az EU-ban engedélyezett fajták előállításának, felhasználásának, forgalmazásának, importjának tilalmát rendelte el, amit 2009-ben megújított, majd 2010-ben – az EU-ban időközben engedélyezett BASF-termék – az Amflora burgonya vonatkozásában is meghirdetett [Vidékfejlesztési Minisztérium, é.n.]. Az EU élelmiszerbiztonsági hatósága (European Food Safety Authority, EFSA) által vitatott, az EU Miniszterek Bizottságában viszont végül jóváhagyott

moratóriumot az tette lehetővé, hogy

(i) az EU 2001/18 EK irányelv 23 cikke védzáradék lehetőségét fogalmazza meg azaz „Ha egy tagállam alapos okkal feltételezi, hogy egy GMO, mely írásbeli engedélyt kapott arra, hogy kereskedelmi forgalomba hozzák, kockázatot jelent az emberi egészségre vagy a környezetre nézve, átmenetileg korlátozhatja vagy megtilthatja a termék használatát és/vagy értékesítését a saját területén.” [European Commission, é.n].

(ii) az EU-ban engedélyezett GM kukoricafajták környezet-egészségügyi vizsgálatait nem Magyarországon végezték,

(iii) ugyanakkor Magyarország csatlakozási szerződése egyediként ismeri el a Kárpát-medence állat- és növényvilágát, azaz a Pannon biográfiai régiót, amely tehát nem hasonlatos más EU tagországhoz, azokhoz, ahol a környezeti vizsgálatokat végezték. A moratórium bevezetését és fenntartását Magyarország a vizsgálatok elvégzésének szükségességével indokolja. Érdeemes megjegyezni, hogy a moratóriumról szóló döntést valamennyi parlamenti párt támogatta.

A szabályozást illetően még a további elemeket fontos kiemelni. Egyfelől a hagyományos és GM termények együtt termesztéséről szóló 2006. évi CVII. törvényt (az 1998-as szabályozás módosítását), valamint a hozzá kapcsolódó 86/2006. (XII. 23.) FVM rendeletet. Az együtt termesztés, azaz a koegzisztencia szabályozásának megalkotását az EU tette szükségessé, ugyanakkor a szabályozás részleteit a tagországokra hagyta. Magyarországon ennek megszületését két-éves vitafolyamat előzte meg, amely a mezőgazdasági biotechnológia érintettjeit jelentősen aktivizálta. Másfelől kiemelendő a 2012. január 1-től hatályos Alaptörvény, amely XX. cikkelyének 2. bekezdése kimondja: „Magyarország genetikailag módosított élőlényektől mentes mezőgazdasággal [...] segíti elő” az ugyanezen cikkely 1. bekezdésében megfogalmazottakat, azaz hogy „mindenkinek joga van a testi és lelki egészséghez” [Magyarország Alaptörvénye, 2011]. Legutóbb, 2012 során pedig tovább szigorították a géntechnológiai törvényt, mely immár a termesztési tilalom megsértését is tárgyalja.

Amint a szabályozási, jogi lépések mutatják, jelentős törekvés irányul a GMO-mentesség magyarországi fenntartására. Ugyanakkor ellentétes irányú folyamatoknak is tanúi lehetünk ma is és lehettünk e fenti folyamat – és a kutatás

időszaka – során. Valamennyi nagy GMO-ban érdekelt vetőmag és növényvédelmi vállalat (Gene Giants) rendelkezik magyarországi leányvállalattal, s legalábbis egy részük, láthatóan, illetve kevésbé láthatóan részt vesz a GM helyzet formálásában, az érintettek meggyőzésében, s igyekszik megteremteni a GM növények legitimitását. A szereplők egy másik, kiemelt körét jelentik a mezőgazdasági biotechnológiával foglalkozó kutatók. A média és közbeszéd rendszeres szereplői ők a pro és a kontra oldalon egyaránt. A növényi biotechnológiai kutatás magyarországi történetének kezdeteiről, az 1970-1990-es évek eredményeiről lásd Dudits [1998], a hazai kutatóintézetekről például Balázs és Fehér [1998]. Legtöbbet az utóbbi időben a növény szárazságtűrését javító transzgénikus kísérletekről hallani, a hazai géntechnológiai kutatásokba bevont növények köre az almától, a burgonyán, a dohányon és a repcén át a szőlőig, az egyszikűeknél az árpától és a búzától, a kukoricán át a rizsig terjed.

1.3. A kutatás fő jellemzői

Kvalitatív, feltáró kutatás célozza a kutatási kérdések megválaszolását, módszertani bázisul a megalapozott elmélet (*grounded theory*) és a kritikai diskurzuselemzés (*critical discourse analysis*) szolgál. Az előbbi módszertannak az elmélet-építési lehetőségei, az utóbbinak pedig a kutató szerepére, értékválasztásaira és társadalmi hatásaira reflektáló iránya azért is fontos számomra, mert ahogy azt a fejezet elején megfogalmaztam, a mezőgazdasági biotechnológia gazdasági és ökológia megfontolásokon túl társadalmi, hatalmi kérdéseket is felvet.

A hazai szakmai és közbeszédben megjelenő témák és szereplők előzetes azonosítása érdekében a hazai gazdasági sajtót, valamint a mezőgazdasági folyóiratokat vizsgáltam. Ennek eredményei inputként szolgáltak a mezőgazdasági biotechnológiai hazai érintettjeivel, szervezeti mezőjének tagjaival folytatott *interjúk*, valamint a *fókuszcsoporthoz beszélgetések* felépítéséhez. A szervezeti mező tagjainak megismerését célozta továbbá nyilvános publikációik feldolgozása, valamint a hazai nyilvános megszólalási fórumok megfigyelése. Mindezek alapján rajzolódott ki a *kutatói médiaviták* elemzésének lehetősége és szükségessége. A kutatás adatgyűjtési és fő konceptuális elemeit a 4. ábra mutatja be a kutatásról szóló 4. fejezetben.

Az adatgyűjtési folyamat három alapvető pillére tehát a következőképpen

rajzolódik ki: 43 félig strukturált érintetti interjú, 4 fogyasztói fókuszcsoportos beszélgetés, valamint 6 kutatói médiavita szolgál az elemzés tárgyául.

A kutatás jelentős időszakot ölel fel. Az elemzett interjúk és fókuszcsoportos beszélgetések 2006 és 2011 között készültek, a vizsgált médiabeli kutatói viták 1999 és 2008 között jelentek meg. Ebbe időszakba esik a vonatkozó törvénykezésnek hazánk EU-csatlakozása nyomán történő változása, a moratórium bevezetése, és a koegzisztencia rendelet megszületése. A kutatási adatfelvétel lezárulta után azonosítottak először Magyarországon a megengedettnél nagyobb GMO szennyezettségű vetést, majd rendelték el azok kitarcsázását és megsemmisítését 2011-ben és 2012-ben. Ugyancsak a kutatás adatfelvétele után született és lépett hatályba a Magyarország GM mentességét is megfogalmazó Alaptörvénye, és szigorodott tovább a géntechnológiai törvény. Az ezek körüli diskurzust, vállalati, fogyasztói, érintetti hozzáállást – jóllehet izgalmas fejleményekkel kecsegtet – a dolgozat terjedelmi és időkorlát miatt nem vizsgálja.

Noha a kutatás jelentős időintervallumot ível át, nem szándéka történeti folyamatot, dinamikát rajzolni, esetleges szakaszolást adni. Az argumentációknak nem a tematikus csoportjait igyekszem tetten érni, hanem a legitimációs stratégiák feltárása érdekében vizsgálom ezeket. Az agrárbiotechnológiával összefüggésbe hozható érveknek és megfontolásoknak az a köre jelenik meg írásomban, amelyek az empiria mentén feltárukoztak, így a globális GM vitában használt érvelési irányoknak bizonyára nem minden eleme kerül terítékre.⁶

A mezőgazdasági biotechnológiát Magyarországon a társadalomtudományok oldaláról közelítve is több tucat kutatás vizsgálta. A hazai kutatásokról az 5. fejezetben adok áttekintést, a jelen kutatás területeihez kapcsolódó elemzéseket tartalmilag az 5-7. fejezetben mutatom be. Szám szerint a legtöbbjük a hazai fogyasztói hozzáállást vizsgálta, készültek közgazdasági elemzések a mezőgazdaságnak GM növényeket termesztő és anélküli jövőjéről, vagy éppen arról, hogy miként tárgyalja az agrárbiotechnológia témáját a média. Néhány elemzés kísérletet tesz az érintettek és érvekészletük, diskurzusaik azonosítására. Jelen kutatás unikális jellemzőjét a szervezetelméleti keretben történő vizsgálódás, valamint a hazai kutatásoknak az első összegző áttekintése mellett a több pilléres vizsgálat adja.

⁶ Így nem jelennek meg például a technológia szabályozás és irányítás elvei és formái, génállományok tulajdonjogainak kérdései és az ehhez is kapcsolódó igazságossági kérdések.

Nem csupán az adatgyűjtési módok pluralizmusa, és az adott érintetti körnek való megfeleltetése, hanem ezáltal az érintettek lehető legszélesebb körének vizsgálata jellemzi ily módon a kutatást.

A Ph.D. disszertációm következő, 2. fejezete a legitimitás értelmezéseit tekinti át a releváns szervezetelméleti irányzatokban. A fogalom tisztázásakor Suchman [1995] legitimitás tipológiájára alapozva igyekszem földeríteni, hogy milyen legitimációs tényezők léteznek, azoknak milyen vonatkozásait tárgyalják az elméleti irodalomban és vizsgálják empirikus kutatások keretében. A 3. fejezet a mezőgazdasági biotechnológia által érintett iparágakat veszi szemügyre. Két alapvető, az agrárbiotechnológiai vállalatok – legitimitásához is jelentősen hozzájáruló – változási tendenciáját mutatom be, jelesül a stratégiai szövetségeket, valamint az egyes iparágakban indukált integrációs és koncentrációs folyamatokat. Az empirikus kutatás módszertani hátterét, megfontolásait és folyamatát a 4. fejezet tartalmazza. A kutatás három pillérének eredményeiről – a szervezeti mező tagjaival készített interjúk, a kutatók médiabeli vitái, valamint a fogyasztói fókuszcsoporthoz tartozók beszélgetések elemzéséről – számol be az 5-7. fejezet. A legitimitás tipológiájából és az empirikus kutatás eredményeiből építkező következtetések a 8. fejezetben kaptak helyet, amelyet a disszertáció rövid összefoglalása zár le.

2. A legitimitás szervezetelméleti megközelítései

A disszertáció központi témaköre a legitimitás megteremtése, a legitimáció. Ha valamit vagy valakit legitimnek tartunk, azzal kifejezzük elfogadásunkat iránta, megerősítjük a dolgok állásának létjogosultságát. Ezzel szemben súlyos ítéletként hat, ha valamit vagy valakit nem fogadunk el legitimnek. A legitimitástól való megfosztás a létjogosultság kétségbevonása. Szervezetek számára ugyancsak „létkérdés” tehát, hogy legitim részei lehessenek egy adott közegnek, ahol egy-egy akciójuk vagy éppen teljes működésük jogossága nem vonódik kétségbe. A legitimitás tehát a szervezettudományokban és a gyakorlati vállalatvezetésben egyaránt jelentős szerepet betöltő fogalom.

Suchman [1995] átfogó áttekintését és rendszerező tipológiáját adja a legitimitás szervezetelméletekben használt fogalmának. A legitimitás – valamennyi szervezetelméleti irányzatot átfogó – definíciójára a következő megfogalmazást ajánlja:

„A legitimitás olyan általánosított percepció vagy feltételezés, amely arra vonatkozik, hogy valamely entitás tettei kívánatosak, helyesek vagy megfelelőek a normák, értékek, meggyőződések és definíciók egy adott, társadalmilag konstruált rendszerében.” [Suchman, 1995:574]⁷

Ez a legitimitás legtöbbet idézett definíciója tudományterületünkön. A meghatározásból világos, hogy normatív fogalomról van szó („kívánatos”, „helyes”, „megfelelő”). Az is egyértelmű, hogy egy adott társadalmi közegben „konstruált” a legitimitás; azaz kulturálisan is beágyazott értékítélet. S az sem maradhat észrevétlenül, hogy különféle szereplők észlelése kötődik hozzá, s ebben az értelemben mások „tulajdonítják” a legitimitást valaminek vagy valakinek.

A dolgozat ezen első fejezetében a legitimitás fogalmának megközelítéseit és empirikus kutatásait tekintem át.⁸ A szerkezeti felépítésben követem a szakirodalom kettős megkülönböztetését, amely az intézményi és stratégiai megközelítések különálló tradícióira mutat rá, és ezt egészítem ki a legitimitás kutatásának teret adó újabb irányzat, a diszkurzív megközelítés jellemzőivel. Az intézményi

⁷ “Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions.” [Suchman, 1995:574]

⁸ A legitimitás társadalmi elismertséget, elfogadottságot, a legitimáció az ennek megteremtését célzó cselekvéseket jelenti. A témakör tipológiájának vizsgálatánál a szervezetelmélet irodalmára fókuszálok, a dolgozat nem tárgyalja a legitimitás és legitimáció filozófiai, szociológiai, politikaelméleti, pszichológiai közelítéseit, ugyanakkor – mint látni fogjuk - alkalmasint kapcsolja

megközelítések a legitimitás vizsgálatakor a hangsúlyt a külső (értsd: szervezeten kívüli), intézményi struktúrákra helyezik. „Kintről befelé nézünk” (a külső intézményi környezetből a szervezetbe), s azt vizsgáljuk, hogy a szervezet megfelel-e az adott társadalmi közegben intézményesült szabályok, normák, értékek és meggyőződések rendszerének, vagy sem. A stratégiai megközelítések ezzel szemben megfordítják a perspektívát, és „bentről kifelé néznek”. A szervezet fő képviselői stratégiai elemzés és döntés tárgyává teszik, kik a legfontosabb külső szereplők, akik a szervezet számára a túlélést, illetve prosperálást jelentik, és e szereplők érdekei, értékei és elvárásai alapján (illetve e szereplők percepcióit befolyásolva) igyekeznek a szervezetet vezetni. A stratégiai megközelítés tehát a cselekvési lehetőségre (*agency*) helyezi a hangsúlyt. A szervezet itt nem passzív alkalmazkodó, mint az uralkodó struktúrákat hangsúlyozó intézményi megközelítésekben, hanem aktívan befolyásolja a szervezetet érintő elvárásokat. A diszkurzív megközelítés ehhez kapcsolódóan a szervezet (vezetőinek) kommunikációját állítják a középpontba, mint a legitimitás teremtésének eszközét.

A szervezetelméleti irányzatok közül a szociológiai institucionalizmus és a populációs ökológia legitimitás vonatkozásait elemzem, amelyek alapvetően az adott társadalmi közegben való túlélés, illetve beágyazódás, izomorfizmus körül forognak. A stratégiai megközelítések szemszögéből ugyancsak vizsgálom a legitimitás jellemzőit. A legitimitás a külső környezetből származó működési feltételként jelenik meg az erőforrás-függőségi elméletben; a működés hatásait élvező és elviselő szereplőket egyaránt figyelembe vevő szerződésként fogja fel az érintett-elmélet; a piaci szereplők mellett a piaci határokon túli világ tagjaira is vonatkoztatja, illetve építi stratégiáját az ún. nem-piaci, valamint integrált stratégiai megközelítés, amelynek szervezeti szinten túli, iparági formája a kollektív stratégia. A munkám zárásakor frissebbnek számító szakirodalmi elemzések a szervezettudományban egyre inkább elméletileg is összekapcsolják a legitimációt a narratívákkal, a retorikával és a diskurzusokkal. Mindezek közös kereteként Suchman idézett összefoglaló munkáját használom fel: s azt vizsgálom, hogy a Suchman-i tipológiával a fenti megközelítések milyen elemei azonosíthatóak, rokoníthatóak, illetve mely szempontokat hagyja figyelmen kívül az illető irányzat. Ehhez

azok bizonyos aspektusaihoz. A legitimitás fogalom tanulmányozásához lásd például Bayer [1997], empirikus alkalmazásához, politikai, hatalmi értelmezéséhez Boda [2009] írását.

mindenekelőtt Suchman legitimitás kategóriáit és fogalomrendszerét mutatom be.⁹ Az elméleti vizsgálódás után azokat az empirikus kutatásokat foglalom össze, amelyek egy-egy iparág, szervezeti mező legitimációját vizsgálták, különös tekintettel (1) a legitimitás fogalmának operacionalizálására; (2) az alkalmazott kutatási módszertanra; valamint (3) az új, keletkező vállalatokra és iparágakra.

Suchman [1995] a szervezeti legitimitás három nagy kategóriáját különíti el: a pragmatikus (*pragmatic*), a morális (*moral*) és a kognitív (*cognitive*) legitimitást. Állítása szerint az különbözteti meg őket, hogy eltérő magatartási mintákon alapulnak. A pragmatikus legitimitás a szervezet érintettjeinek rövidtávú, önérdekkövető számításain nyugszik [p. 578]. A pragmatikus legitimitáson belül három alváltozatot különít el: a csereviszonyon alapuló (*exchange legitimacy*), a befolyáson alapuló (*influence legitimacy*) és a diszpozíciós (*dispositional legitimacy*) legitimitást. A csereviszonyon alapuló legitimitást úgy nyeri el az adott szervezet, ha érintettjeinek legalább egy része adott tranzakció(k)tól közvetlen hasznot remél. Ha hajlandó vagyok legalább egy adott csereügyletet lebonyolítani egy szervezettel (például megvásárolom a termékét), akkor az adott tranzakcióval mintegy legitimmé is nyilvánítom a terméket és az azt előállító szervezetet egyaránt. A befolyáson alapuló legitimitás esetében nem egy-egy tranzakcióra vonatkozik a legitimitás, hanem kiterjed a szervezetre mint olyanra. A szervezet létében érdekelt – hasznot remélő – az érintetteknek legalább egy része, és ezért hajlandóak legitimálni az adott szervezetet. Ilyen lehet például a tőzsde legitimitása a befektetők által: azon érdekeltek által, akik szabad pénzeszközeiket szívesen fordítják részvényvásárlásra. A diszpozíciós legitimitás akkor jut egy szervezetnek, ha érintettjei percepciói szerint értékeik közösek, a szervezet „becsületes”, „decens”, „jellemes” stb. Ez a legitimitás tehát a szervezet „személyiségének”, arculatának szól.

A morális legitimitás nem az önérdekkövető magatartási mintákon alapul, hanem ún. proszociális magatartásformákon. A morális legitimitás adott szervezetnek és/vagy tevékenységeinek a kedvező normatív értékelésére vonatkozik

⁹ A legitimitás fogalmának gyakori, ellenben többnyire nem lényegi használatára, az értelmezés hiányára hívja fel Suchman [1995] és más szerzők is a figyelmet. Gyakori a fogalom összemosása, keverése más konstrukciókkal, mint amilyen leggyakrabban a hitelesség (*credibility*) és reputáció (*reputation*), ilyen a vállalatról alkotott kép, arculat (*corporate image*), illetve a vállalati identitás (*corporate identity*) is. A legitimitás ezektől különböző fogalom, egyes elemei mindazonáltal rokoníthatók. Az itt felsorolt fogalmak különbségéről lásd például Fombrun és Shanley [1990]; Mahon [2002]; Whetten és Mackey [2002]; Cecil [2004]; Dowling [2004]; Lievens [2005].

az érintettek részéről [Suchman, 1995:579-581]. A legitimitás e kategóriáját négy alváltozat teszi teljessé: a következmény alapú (*consequential legitimacy*), az eljárási (*procedural legitimacy*), a strukturális vagy kategorikus (*structural/categorical legitimacy*), valamint a személyes legitimitás (*personal legitimacy*). A szervezet teljesítménye nagy jelentőséggel bír abban, hogy a nagyközönség legitimnek tekintse. A „jó”, „kívánatos”, értékes outputokat teremtő szervezet ezért legitimitást szerezhet a kibocsátásait élvezők részéről.¹⁰ Természetesen az, hogy mi számít értékes kimenetnek, és mi nem, az az adott társadalmi közeg és a benne működő szervezet „valóságkonstruáló” interakcióiban dől el. Ilyen lehet például egy-egy gyógyszergyártó vállalat legitimitása, ha sikerül létrehozni és a piacra bevezetni egy új gyógyszert, amely valamely korábban nem gyógyítható betegségen enyhít. Az eljárási legitimitás arra vonatkozik, hogy az adott szervezet megfelelő módon kezel adott ügyeket, dilemmákat, igényeket, illetve elvárásokat – társadalmilag elfogadott módon jár el. Például a fogyasztói panaszokat kellőképpen átlátható eljárásokon keresztül kezeli és oldja meg. A strukturális vagy kategorikus legitimitás ezzel szemben nem egy-egy eljárási rutinra vonatkozik, hanem a szervezet teljes strukturális felépítésére. Arra, hogy az adott szervezet strukturálisan megfelel-e az elvárásnak: a „megfelelő szervezet az adott feladatra” [Suchman, 1995:581]. A legitimitás forrása tehát maga a szervezeti identitás. Az oktatási szervezetek gyakran élvezik a legitimitásnak ezt a forrását. A morális legitimitás negyedik alfaja a személyes legitimitás. Ez tulajdonképpen egy-egy karizmatikus vezető (*leader*) személyéhez köthető – például egy-egy feltaláló-vállalkozó, aki új technikai megoldás révén új iparágat is teremt, és karizmájával legitimál.

A legitimitás harmadik nagy kategóriája a kognitív legitimitás. A kogníción alapuló legitimációs dinamika [Suchman, 1995:582-583] arra vonatkozik, hogy a szervezet vagy iparág az adott kulturális valóság szükséges, meg nem kérdőjelezett, mindenki számára világosan értelmezhető, kiszámítható része. A kognitív legitimitás két alváltozata az érthetőségen (*comprehensibility legitimacy*) és a magától értetődőségen (*taken-for-grantedness*) alapuló legitimitás. Az előbbi azt jelenti, hogy a nagyközönség számára elérhetőek azok a kulturálisan rögzült magyarázatok és igazoló állítások, amelyek legitimálják a szervezet létét, működésmódját. Bár a globális éghajlatváltozás miatt a fosszilis tüzelőanyagok jelenleg jellemző hatalmas

¹⁰ Az esetleges káros, nem szándékolt mellékhatásokat elszenvedők – a negatív externáliák viselői – azonban éppenhogy nem fogják legitimnek tartani az adott szervezetet.

volumenű használatának fenntarthatósága részben megkérdőjeleződött a modern társadalmakban, azonban a műanyag termékek, amelyek mindennapi tevékenységeink részeivé váltak, (és gyártóik) mégsem szorulnak (egyelőre) külön igazolásra, legitimációra. A magától értetődés esetében a szervezet mint olyan már meg sem kérdőjeleződik; olyan társadalmi valóságkonstrukciókon nyugszik, amelyek a nagyközönség mindennapjaiba beleszőve „természetessé” és „nélkülözhetetlenné” teszik. Ilyenné vált például a mobiltelefon mint termék – és az azt kínáló telekommunikációs iparág – annak ellenére, hogy még ma is vitatott az emberi egészségre gyakorolt hatása.

A kognitív legitimitás a legkevésbé befolyásolható, manipulálható, mondjuk, a vállalatvezetők vagy az intézményi vállalkozók által, szemben a pragmatikus és morális legitimitással. Ugyanakkor éppen ez a legitimitás legkifinomultabb, legtartósabb, legáthatóbb formája. Azok a termékek, szervezetek, iparágak, amelyek élvezhetik ezt, tulajdonképpen az adott kulturális és szocio-politikai közeg „természetes”, szinte megkérdőjelezhetetlen részei. Aki mégis megkérdőjelezi legitimitásukat, bizonyos értelemben magát a szocio-politikai közeget vitatja, és elkerülhetetlenül „radikálisnak” (rendszerkritikusnak) minősül, hiszen egyúttal rögzült hatalmi struktúrákat érint.

Suchman [1995] a legitimitás eddigi tipologizálását további két dimenzióval egészíti ki. Egyrészt a legitimitás vonatkozhat adott szervezet egyes akcióira (a legitimitás egysége/tárgya egy-egy tett), de tulajdonítható a szervezetnek mint olyannak is (a szervezet esszenciájára utalva). Másrészt kiemelhető a legitimitás időbelisége; azaz elkülöníthető epizodikus vagy átmeneti, valamint folyamatos vagy hosszú távú formája.¹¹ Mindezek alapján Suchman [1995] a legitimitás tipológiáját a következő 1. táblázatban rendezi el.

¹¹ Itt meg kell jegyezzük, hogy a legitimitás időbeliségének Suchman-i kezelése meglehetősen leegyszerűsítő. Az időbeliség nem dichotóm fogalom (epizodikus vagy folyamatos), lehetne ciklikusságról is beszélni (például bizonyos visszatérő szakaszokhoz kötve a legitimitás eltérő igényeit).

1. táblázat A legitimitás tipológiája

	Szervezeti akciók	Szervezeti identitás	
Epizodikus	Csere	Diszpozíció: Érdek	Pragmatikus legitimitás
Folyamatos	Befolyás	Karakter	
Epizodikus	Következmény alapú	Személyes	Morális legitimitás
Folyamatos	Eljárási	Strukturális	
Epizodikus	Érthetőség: Kiszámíthatóság Plauzibilitás		Kognitív legitimitás
Folyamatos	Magától értetődőség: Elkerülhetetlenség Állandóság		

Forrás: Suchman [1995:584]

A következőkben részletesen tárgyalom az egyes szervezetelméleti irányzatokban a legitimitás fogalmát, és – ahol lehetséges – megvizsgálom, hogy a Suchman-féle legitimitás tipológia mely kategóriái érhetők tetten.

2.1. A legitimitás értelmezései

A szervezetelméleti szakirodalomban a legitimitás fogalma elsősorban a szociológiai institucionalista szervezetelméleti iskolához kötődik. Ugyancsak megjelenik a populációs ökológia szervezettudományi vizsgálataiban az újonnan alakult szervezetek halandóságának (*liability of newness*) és az ún. sűrűség-dependencia modellnek (*density dependence model*) a problémaköréhez kapcsolódva. A stratégiai szempontú vizsgálódások közül a Pfeffer és Salancik nevével fémjelzett erőforrás-függőségi elmélet (*resource-dependency theory*) épít a legitimitás fogalmára, ám fontos szerepet játszik – ha nem is mindig explicit formában – az érintett-elméletben (*stakeholder theory*), valamint az ún. kollektív stratégia és az ún. nem-piaci stratégia szűkebb irodalmaiban. A diszkurzív megközelítés fókuszában a legitimitás kommunikáció, narratívák révén történő formálása áll. A következőkben mindezeket sorra veszem a stratégiai megközelítésektől indulva az intézményi megközelítéseken át (institucionalista szervezetszociológiai iskola és populációs ökológia) a diszkurzív irányzatig. Végül

visszatérek Suchman [1995] összefoglaló tipológiájára, részletes elemzés fényében átértékelve és továbbfejlesztve azt.

2.1.1. Stratégiai megközelítések

A stratégiai megközelítések általános jellemzője, hogy vezetői (*managerialist*) perspektívából vizsgálják a legitimitás problémáját. Ezért elemzéseik fókuszában az áll, hogy a vezető hogyan befolyásolhatja a szervezet környezetét annak érdekében, hogy társadalmi támogatottságot szerezzen. A stratégiai megközelítésekben tehát a vezetők stratégiai manőverezési lehetőséggel (*strategic choice*), maguk által generált választási alternatívákkal rendelkeznek, van valamekkora szabadságfokuk a környezet elvárásainak értelmezésében, sőt alakításában.¹² A legitimitás olyan külső erőforrás e megközelítésben, aminek megszerzése és megőrzése fontos és állandó vezetői feladat.

2.1.1.1. Az erőforrás-függőségi elmélet

Jeffrey Pfeffer és szerzőtársai [Dowling és Pfeffer, 1975; Pfeffer és Salancik, 1977; Pfeffer, 1981] erőforrás-függőségi elméletükben az amerikai szociológus Talcott Parsons gondolataira építve a legitimitást mint „a szervezet tevékenységeihez társított vagy abból következő társadalmi normák és a szélesebb társadalmi rendszerben elfogadottnak tekintett magatartási szabályok egybeesését” határozzák meg [Dowling és Pfeffer, 1975:122].¹³ Bármely szervezet, így az üzleti vállalkozás is csak annyiban legitim, amennyiben olyan célokat határoz meg, és ezekhez olyan eszközöket rendel hozzá, amelyek – tehát a célok és az eszközök egyaránt – az adott társadalmi közeg értékeivel, normáival és elvárásaival harmonizálnak. E szerzők kiemelik, hogy számos esetben a felsővezetőknek sokkal könnyebb a szervezet arculatának szimbolikus jelentéstartalmát megváltoztatniuk a legitimitás elnyerése (vagy éppen megtartása, illetve visszaszerzése) érdekében, mint a szervezet céljait, outputjait vagy alapvető folyamatait átalakítani az elvártak megfelelő módon

¹² Érdemes megjegyezni, hogy a stratégiai irodalom egyik összefoglaló munkájában, Mintzberg, Ahlstrand és Lampel [1998] valamennyi, ebben a fejezetpontban ismertetendő stratégiai megközelítést – az erőforrás-függőségi elmélettől az érintett-elemzésen át a kollektív stratégiáig az általuk “hatalmi iskolának” nevezett irányzatba sorolja be [pp. 233-261]. A nem-piaci stratégia koncepciója könyvükben nem szerepel.

¹³ Az eredetiben: “...congruence between the social values associated with or implied by [organizational] activities and the norms of acceptable behavior in the larger social system” [Dowling és Pfeffer, 1975:122].

[Pfeffer, 1981]. Mindez azonban az elmélet szerint könnyen konfliktust okozhat. Ugyanis a külső környezetet reprezentáló szereplők sokkal inkább a tényleges eredményekben (outputokban és folyamatokban) érdekeltek szemben a vezetőkkel, akiknek egyszerűbb a szimbolikus jelentések tartalmának manipulációja. Suchman [1995] ezért úgy értékeli, hogy az erőforrás-függőségi elmélet stratégiai-instrumentalista megközelítésében a legitimitás „célratörő, kalkulatív és gyakran oppozíciós” értelmezést kap [p. 576]. Ebben az elméletben tehát a legitimitás az egyik fontos erőforrás-típus, amelyet a külső környezet kínál, s amelynek megszerzése, illetve megtartása szükséges a szervezet céljainak elérése érdekében. A legitimitás ebben a gondolati keretben egyfelől az „anyagias hatalmi-függőségi viszonyok” [Suchman, 1995:578] világában kap értelmet. Ezt Suchman [1995] az önérdékű kalkulációkon nyugvó pragmatikus legitimitás kategóriájába sorolja, s azon belül csereviszonyon alapuló legitimitásnak (*exchange legitimacy*) nevezi. Másfelől azonban a tényleges eredményekben és eljárásokban érdekelt társadalmi szereplők a legitimitás több fajtáját is kikényszeríthetik a szóban forgó szervezettől. Így a szervezeti hatékonyságot, a megfelelő teljesítményt, amit Suchman [1995] következmény alapú legitimitásnak nevez; vagy akár bizonyos eljárások és technikák alkalmazását, amit Suchman [1995] eljárási legitimitásként határoz meg. A legitimitás e két típusa nem a pragmatikus legitimitás önérdékkövető, kalkulatív talaján áll, hanem azon a társadalmi szempontú normatív állításon, azaz értékítéleten, hogy az adott szervezet „azt teszi, ami a helyes”, az elvárt az adott társadalmi közegben – ezt kategorizálja Suchman [1995] morális legitimitásnak. A következmény alapú legitimitás esetében tehát a szervezet cselekedetei a „jó”, „kívánatos” eredményeket produkálják; míg az eljárási legitimitás megszerzése a „helyes” folyamatok követésén áll vagy bukik.

A stratégiai szemléletű erőforrás-függőségi elmélet tehát képes magyarázatot adni a legitimitás pragmatikus és morális formáinak megjelenésére. A szervezetek, köztük a vállalatok érdekeltek abban, sőt rá vannak kényszerítve túlélésük és prosperálásuk érdekében, hogy a legitimitást mint erőforrást megszerezzék külső környezetükből, s azt stratégiailag kezeljék. Mindez az elmélet keretében pontosabban azt jelenti, hogy a szervezetek igyekeznek kézzelfogható anyagi hasznokat juttatni cserébe a legitimitást nyújtó külső forrásnak. Létük, szükségességük és hasznosságuk társadalmi értelmét igyekeznek azzal is bizonyítani, hogy tetteik „jó” következményeit, valamint szervezeti folyamataik és eljárásaik

helyességét, normakövető és értékes jellegét hangsúlyozzák. Azok a szervezetek, köztük üzleti vállalkozások, amelyek mindegyike nem képesek, nem kezelik a legitimitás megszerzését stratégiai erőforrásként, idővel mindenképpen eltűnnek.

2.1.1.2. Az érintett-elmélet

Az ún. érintett-elmélet (*stakeholder theory*) a stratégiai menedzsment számára kínál analitikus eszköztárat [lásd Freeman, 1993]. Ennek lényege, hogy bármely vállalat túlélése, illetve sikeres működése feltételezi, hogy az adott cég vezetése minden stratégiai döntése előtt gondosan mérlegeli, hogy az egyes döntési alternatívák mely érintettek érdekeit és értékeit befolyásolják, és milyen módon. Vagyis minden egyes stratégiai döntés széleskörű legitimitásának alapja ebben a gondolati keretben az, hogy a vezetők figyelembe veszik a szóban forgó döntés által érintettek elvárásait, s mindezt a stratégiai menedzsment folyamata is tükrözi, valamilyen formában becsatornázva az érintettek „hangját” a döntéshozatali folyamatba. A legitimitás szükségességéről az érintett-fogalom talán legkorábbi, s rengeteget idézett definíciója is árulkodik: „azok a csoportok, akiknek a támogatása nélkül a szervezet megszűnne létezni” [SRI, 1963, idézi Donaldson és Preston, 1995:72].¹⁴ Donaldson és Preston a szűkebb szakirodalomban alapvetőnek tartott összefoglaló írásukban a következőképpen fogalmaznak:

„Az érintettek a vállalat tevékenységében eljárási és/vagy szubsztantív szempontból legitim érdekeltséggel rendelkező személyek és csoportok. Az érintetteket a vállalathoz fűződő érdekeltségük alapján azonosítjuk, s hogy a vállalatnak ennek megfelelően van-e *hozzájuk* kapcsolódóan funkcionális érdekeltsége. Valamennyi érintett érdekeltsége *belső értékkel* bír.” (kiemelés az eredetiben, Donaldson és Preston, 1995:67)¹⁵

Ez az idézet is alátámasztja, hogy bár az érintett-elmélet egyértelműen vezetői szemléletű, s így instrumentalista jellegűt ölt, normatív elemek is jellemzik (vö. az érintettek érdekeltsége belső értéként kezelendő). Sőt, Donaldson és Preston idézett cikkükben amellet érvelnek, hogy az érintett-elmélet magja normatív, mivel igazolása alapvetően ezen (a belső érték tulajdonításon mint egyértelmű erkölcsi üzeneten) nyugszik, s ily módon instrumentális és deskriptív jellege is erre épül rá [lásd Donaldson és Preston, 1995:73-82].

¹⁴ „...those groups without whose support the organization would cease to exist” [SRI, 1963, idézi Donaldson és Preston, 1995].

¹⁵ “Stakeholders are persons or groups with legitimate interests in procedural and/or substantive aspects of corporate activity. Stakeholders are identified by *their* interest in the corporation, whether

Az érintett-elméletből tehát egyértelműen következik, hogy a szervezet minden egyes stratégiai döntése érintett-szemponitú mérlegelés tárgya kell hogy legyen – a legitimitás érdekében. Ugyanakkor a legitimitás igénye – az elmélettel egybecsengő módon – a szervezet egyes akcióiról (döntéseiről) kiterjeszthető magára az egész szervezetre, mégpedig a vállalatirányítás (*corporate governance*) érintett-alapú átalakítását javasolva. Ebben az értelemben a legitimitás a szervezet identitására vonatkozik, nem csupán egy-egy szervezeti folyamatra, eljárásra vagy tetterre. Az érintett-elméletre alapozva ugyancsak fontos kutatási iránnyá vált a vállalatok társadalmi teljesítményének (*corporate social performance, CSP*) értékelése (ennek irodalmáról lásd Matolay és Wimmer [2008; 2009]), amelynek gyakorlati megfelelője nemcsak az elsősorban nagyvállalatok által évente publikált környezeti, társadalmi, s egyre inkább fenntarthatósági jelentésekben (*sustainability reporting*) érhető tetten, hanem az ún. társadalmilag felelős befektetések (*socially responsible investment, SRI*) mozgalmában is. Ez utóbbi a megnövekedett részvényesi aktivizmuson túlmenően az ún. SRI alapok és mutatók (például Dow Jones Sustainability Index, FTS4Good, Domini400 stb.) megjelenését és gyors növekedését is jelenti.

Az érintett-elméletben tehát a legitimitás morális értelmezése az uralkodó. A *CSP* és az *SRI* egyértelműen a következmény alapú legitimitás fontosságát mutatják a vállalati vezetőknek. A vállalatirányítás érintett-szemléletű elképzelései pedig az eljárási legitimitást hangsúlyozzák a szervezet túlélése és sikeressége érdekében. Ugyanakkor a pragmatikus legitimitás egyes formái szintén feltűnnek. Egyfelől az érintett-elmélet és vele összefüggésben a vállalatok társadalmi felelősségének (*corporate social responsibility, CSR*) irodalma – sokat bírált módon – megszemélyesíti a szervezeteket, és autonóm, morálisan felelős lénynek tekinti azokat (vö. „lehet a vállalatnak lelkiismerete” érvelést Goodpaster és Matthews [1993]). Ez a Suchman-féle kategorizálásban a diszpozíciós legitimitás része. S talán meglepő módon, ám a csereviszonyon alapuló legitimitás is megjelenik az érintett-elmélet igazolásában, mint azt a következő idézet alátámasztja: „... valamennyi legitim érdekeltséggel rendelkező személy vagy csoport, aki/ami részt vesz egy vállalkozásban, hasznok szerzéséért teszi...” [kiemelés az eredetiben, Donaldson és

the corporation has any corresponding functional interest in *them*. The interest of all stakeholders are of *intrinsic value*.” [Donaldson és Preston, 1995:67]

Preston, 1995:68].¹⁶ Ha a szóban forgó szervezetet minden eresztekében és mozdulatában áthatja az érintett-szemlélet normativitása, akkor a szervezet strukturális/kategorikus legitimitásáról is beszélhetünk. Suchman [1995] szerint ekkor a szervezetnek mint rendszernek (azaz nemcsak egyes szervezeti akcióknak vagy eljárásoknak) a legitimitása elfogadott; a szervezet identitása nyer kedvező erkölcsi megerősítést.

Az érintett-elmélet szemlélete még a politikában is megjelent, ahol Bill Clinton, egykori amerikai elnök, illetve Tony Blair, volt brit miniszterelnök is érintett-kapitalizmusról (*stakeholder capitalism*) nyilatkozott. E gondolatok és nyilatkozatok társadalomelméleti leképeződései az érintett-elmélet normatív megalapozására tett kísérletek, amelyek közül az egyik leggyakrabban hivatkozott a társadalmi szerződés elméletén (*social contract theory*) alapuló érvelés [Donaldson és Dunfee, 1995]. A legitimitás problémaköre szempontjából mindez azért fontos, mert rávilágít a legitimitásnak a politikai-gazdasági rendszer szintjén felvetődő igényére. Különösen egy új szervezet vagy újonnan keletkező iparág legitimációs problémái akár magának a politikai-gazdasági rendszernek a legitimációs kérdéseivel is összefonódhatnak – kedvezően vagy kedvezőtlenül a vizsgálat tárgyára (azaz a szervezetre vagy iparágra) nézve. Egy-egy új technológia születése és bevezetése ellenállást is kiválthat az adott társadalom valamely csoportja(i) részéről. S itt nem feltétlenül olyan technológiára kell csak gondolni, amely „kényes” asszociációkra ad alkalmat, mint például a nukleáris ipar, amelynek születésére örök árnyékot vet – társadalmi legitimitása szempontjából – az atombombák Hiroshima és Nagaszaki városokra mért pusztítása. Többek között az automobil születése sem aratott osztatlan társadalmi sikert a kezdetekben, hiszen különösen a korabeli városokban okozott közfelháborodást, sőt civil mozgalmat a „száguldó” (mai technológiai mércével mérve persze lassú) egyéni autósok megjelenése [lásd Rao, 2004]. Az új technológiák hatnak a társadalmi-gazdasági-politikai rendszerre, adott esetben jelentős változásokat indíthatnak el vagy erősíthetnek meg azzal, hogy befolyásolják a társadalom szereplőinek hatalmi viszonyait. Ezért az új technológiákat, illetve az azokhoz kapcsolódó termékeket elterjesztani igyekvő vállalatok, vállalkozások az uralkodó társadalmi-gazdasági berendezkedés szintjén is legitimitásra szorulnak, miközben maguk is hozzájárulhatnak (pozitíve vagy negatíve) az adott rendszer

¹⁶ “...all persons or groups with legitimate interests participating in an enterprise do so to obtain benefits...” [Donaldson és Preston, 1995:68].

legitimitásához. A legitimitásnak ezt a típusát politikai-gazdasági legitimitásnak nevezhetjük.

2.1.1.3. A nem-piaci és a kollektív stratégiák elmélete

A stratégiai irodalom két további, kevésbé ismert és idézett szelete ugyancsak releváns a legitimitás problémaköre szempontjából. Az egyik stratégiai megközelítés, amely a menedzsment irodalomban Baron [1995a és 1995b] nevéhez fűződik, két részre osztja a szervezet külső környezetét: piaci és nem-piaci környezetre. Ennek megfelelően pedig piaci (*market*) és nem-piaci (*nonmarket*) stratégiáról, illetve ezek szinergiájával ún. integrált stratégiáról (*integrated strategy*) beszél. A piaci stratégia középpontjában a versenyelőny szerzése áll, s a jól ismert versenystratégiai megközelítések alkalmazhatók vonatkozásában [lásd Porter, 1993; Wernerfelt, 1984; Chikán, 2002; Czakó, 2007]. A nem-piaci stratégia fókuszában az állami szervekkel, a helyi közösségekkel, a civil szervezetekkel, a médiával (azaz a nem-piaci érintettekkel) folytatott interakciók állnak. Másképpen fogalmazva, a nem-piaci környezetet a társadalmi, politikai és jogi berendezkedés elemei alkotják, amelyek strukturálják a cég piacon kívüli interakcióit. Baron [1995a] meghatározása szerint a „nem-piaci stratégia a nem-piaci környezetben végrehajtott összehangolt akciók sorozata, amely értéket teremt javítva a szóban forgó szervezet össz-teljesítményét” [kiemelés az eredetiben, Baron, 1995a:47].¹⁷ Ebben a gondolati keretben a nem-piaci stratégia célja az, hogy a piaci értékteremtés (a vállalat értékének növelése) érdekében formálja, befolyásolja a nem-piaci környezetet. Ezért úgy igyekszik befolyásolni a nem-piaci környezetet (a szervezet nem-piaci kompetenciáinak alkalmazásával), hogy piaci lehetőséget teremtsen (például újonnan keletkező iparág jogi lehetőségének megteremtésével); vagy hogy védelmet biztosítson a riválisokkal szemben (például olyan szabályozásért lobbizással, amely hátrányosan érinti a külföldi versenytársakat). A nem-piaci stratégia igyekezhethet elhárítani vagy mérsékelni az erős alkupozícióval rendelkező beszállítók vagy vevők felől érkező fenyegetéseket (például fogyasztói bojkottokat). Sőt, számos esetben a nem-piaci stratégiát nem egy-egy cég, hanem egy egész iparág folytatja annak érdekében, hogy érdekeinek megfelelően tudja befolyásolni a nem-piaci környezetet (lásd erről részletesebben alább, a kollektív stratégia tárgyalását).

¹⁷ “A nonmarket strategy is a concerted pattern of actions taken in the nonmarket environment to create value by improving its *overall* performance...” [Baron, 1995a:47].

A nem-piaci stratégiát előszeretettel alkalmazzák a vállalati környezeti menedzsment kutatói a vállalati környezeti stratégiák elemzésében, illetve tipologizálásában. Schot [1992] ennek segítségével mutatott rá a vegyipari multinacionális vállalatokat vizsgáló kutatásában arra, hogy az alkalmazott környezeti stratégiák, illetve eszköztárak elsősorban az iparág – számos vegyi baleset és katasztrófa miatt – elvesztett hitelességét, illetve legitimitását igyekeznek helyreállítani. A vegyipar hatalmas vállalatai annak a magától értetődőségnek az elvesztését voltak kénytelenek tapasztalni, amelyet korábban mint a társadalmat hasznos termékekkel ellátó, tudományos megalapozottságú (*science-based*) iparág teremtettek meg. A vegyipari termékek létét, szükségességét és hasznosságát az óriás balesetekig (Sandoz – Seveso, Exxon Valdez, Union Carbide – Bophal) nem vonta kétségbe a közvélemény. A legitimitás ilyen típusát nevezi Suchman [1995] magától értetődő legitimitásnak. Vagyis a vegyipar és termékei egyaránt elterjedtek a modern piaci társadalomban, a fogyasztók magától értetődően vásárolták és használták az iparág kínálta sokféle terméket; s más iparágak ugyancsak vegyipari-inputokra építették termelési folyamataikat. Ez a magától értetődőség a Suchman [1995] alkotta legitimitás tipológiában nem a pragmatikus és nem a morális, hanem a kognitív legitimitás kategóriájába sorolódik. A balesetek a legitimitásnak ezt a legnehezebben megszerezhető és a vállalatvezetők által legkevésbé „menedzselhető” formáját rendítették meg.

Maxwell et al. [1997] szerint a nem-piaci stratégia az érintettekhez fűződő kapcsolatokra irányul, a piaci teljesítményen kívüli elvárásaiknak igyekszik megfelelni. Olyan multinacionális vállalatok, mint a Volvo, a Polaroid és a Procter & Gamble környezeti stratégiáit elemezve rámutatnak, hogy a környezeti stratégiáknak – vállalati szempontból – azok az elemei bizonyulnak sikeresnek, amelyek a meglévő szervezeti kompetenciákra alapoznak. Ha azonban az ezek révén megvalósuló eredmények nem állnak összhangban a külső érintettek környezeti elvárásaival, akkor konfliktust eredményeznek a környezeti teljesítmény javulása ellenére. A szerzők megállapítása szerint a vizsgált vállalatok nem voltak képesek növelni legitimitásukat, mert tetteiket csupán szimbolikusnak, sőt manipulatívnek értékelte az érintettek befolyásos része.

Reinhardt [1998] a környezeti stratégia megkülönböztető versenysztratégiaként alkalmazásának lehetőségeit vizsgálta számos esettanulmány feldolgozásával. A Patagonia ruházati cég stratégiáját elemezve rámutatott, hogy a

cég sikerét, környezeti erőfeszítéseinek hitelességét elsősorban az biztosította, hogy a céget mint egészet, valamennyi tevékenységével és folyamatával együtt újrapozícionálta a vállalatvezetés. Ez az integrált stratégia egyaránt „kifizetődött” a pragmatikus (például diszpozíciós), a morális (például strukturális/kategorikus), valamint a kognitív legitimitás megnyerése és fokozása révén. A Patagonia céget a Suchman [1995] által érthetőségen alapuló legitimitásnak nevezett típussal „jutalmazták” érintettjei. A kognitív legitimitásnak ez a fajtája arra vonatkozik, hogy a szervezet környezete képes plauzibilis értelmezést adni a szervezet tetteinek, illetve léte értelmének, s egyúttal az érintettek nagy biztonsággal képesek lesznek előre jelezni és értelmet adni további várható akcióinak.

Baron [1995a] a nem-piaci stratégia hasznaira többek között egy egyesült államokbeli agrárbiotechnológiai cég, a Calgene, Inc. példáját hozza fel [pp. 50-51]. E kisméretű agrárbiotechnológiai vállalat új fejlesztésének (egy genetikailag módosított paradicsomnak) a piacra vitele érdekében kénytelen volt a megfelelő jogi szabályozás létrehozása, illetve a meglévők módosítása érdekében nem-piaci akciókba kezdeni. Ezek a nem-piaci akciók felölelték a keletkezőben lévő biotechnológiai iparág más, versenytárs cégeivel történő együttműködés kialakítását (iparági szervezet alakításának kezdeményezését); a szabályozó hatóságoknak az üzleti titokként védett kutatás-fejlesztési információk önkéntes átadását; a nemzeti és nemzetközi szakmai fórumokon való részvételt; valamint a média kapcsolatokra kiemelt figyelem fordítását. E példa is felvillantja, hogy a nem-piaci stratégia különösen fontos lehet egy keletkező iparág esetében, ahol még „nincsenek kész játékszabályok” [Suchman, 1995:221], amelyek azonban döntően fogják befolyásolni magát a versenyt és az egyes szervezetek túlélési esélyeit. A keletkező iparágakban bizonytalanság övezi a technológiát, így – Baron [1995a] példájából is kiderül – a következmény alapú legitimitás helyett inkább az eljárási legitimitás kerül előtérbe (kooperáció a hatóságokkal a szóban forgó szervezet jóhiszeműségét bizonyítva). Baron maga is hangsúlyozza, hogy a nem-piaci stratégia sok esetben nem egy szervezet, hanem egy iparág szintjén valósul meg. Ez azonban már átvezet az ún. kollektív stratégia témájához.

Astley [1984] gondolatmenete szerint a stratégia irodalmában sokáig az a szemlélet uralkodott, amit ő „úttörő etosznak”, „egocentrikus szervezetnek”, „harctéri analógiának” titulál. Ezek alapján a stratégia irodalma az exogén környezeti korlátokkal való, magányos szervezeti küzdelemre, a versenytársakkal szembeni

csapásokra koncentrált. Emiatt pedig háttérbe szorult a kooperáció, a szervezetközi együttműködés jelentősége. A kollektív stratégia ebben az összefüggésben „szervezetközi kollektívák tagjai által közösen formált politikát és közösen végrehajtott akciókat” jelent [Astley, 1984:527].¹⁸ A kollektív stratégia fogalma – amelyet eredetileg Astley és Fombrun [1983] vezetett be¹⁹ – tehát azonos vagy különböző iparágakból verbuválódó vállalatok csoportjának a közös stratégiai manőverezésére vonatkozik valamely közös ügyük számukra kedvező megoldása érdekében. A részt vevő szervezetek önként és együtt mozgósítják különféle erőforrásaikat, s hangolják össze lépéseiket közös céljuk eléréseért. Mindezt azért teszik, mert valamely ügyben hasonlóképpen érintettek, s érdekeik előmozdítása végett együtt hatásosabban tudnak fellépni. A hatásosság ebben az esetben arra utal, hogy a külső, komplex környezet okozta bizonytalanságot szervezetközi fellépéssel nagyobb eséllyel tudják mérsékelni, esetleg megszüntetni [Astley és Fombrun, 1983]. A kollektív stratégia révén az együttműködő szervezetek legalább időlegesen kiszámíthatóbbá, stabilabbá teszik környezetüket [Bresser és Harl, 1986]. A kollektív stratégia tehát azt célozza, hogy az érintett iparág(ak)at külső környezetükben elfogadottabbá tegye; vagy úgy befolyásolja a külső környezet elvárásait, normáit és értékeit, hogy azok megfeleljenek a kollektív stratégiát folytató szervezetek jelenlegi jellemzőinek; vagy maguknak az együttműködő szervezeteknek a megváltozását igyekszik előmozdítani (de leginkább a kettő közelítéséről van általában szó). A legitimitás elnyerése, megtartása vagy visszaszerzése szorosan összefügg a kollektív stratégiák céljaival. Erre ad példát a vegyipar ún. „Felelős gondoskodás” (*Responsible Care*) elnevezéssel indított globális programja.

Ez a példa azért is találó, mert amikor útjára indult a 80-as évek közepén a vegyipar gazdasági teljesítménye – elsősorban az Egyesült Államok-belié – kiemelkedő volt, a vállalatok korábban soha nem látott mértékű nyereséget és volumenű exportot termeltek, K+F ráfordításaik és az alkalmazottaknak fizetett bérek is az iparág történetének csúcspontján álltak [Prakash, 2000:83-91]. A program elindítását, amelyet a kanadai vegyipari szövetség kezdeményezett, s gyorsan átvett egyesült államokbeli párja is (az 1872-ben alapított *Chemical Manufacturers Association, CMA*), nem indokolta tehát csupán a szűken vett, rövidtávú, arculati előnyökben (hírnévben,

¹⁸ “...the joint formulation of policy and implementation of action by the members of interorganizational collectivities.” [Astley, 1984:527]

¹⁹ Ők a kollektív stratégiát a biológiai közösségek adaptációjához hasonlítják, s a következőképpen határozzák meg: “a kollektív stratégia olyan szervezetek csoportjának szisztematikus válasza, amelyek együttműködnek annak érdekében, hogy a szervezetközi környezetükben jellemző eltérésekhez alkalmazkodhassanak.” Eredetiben: “...a collective strategy is a systemic response by a set of organizations that collaborate in order to absorb the variation presented by the interorganizational environment” [Astley és Fombrun, 1983:580].

*goodwill*ben) realizálható nyereség. Ez az időszak éppen egybeesett a vegyipar gyorsan fogyó társadalmi legitimitásával. Ezek a balesetek megerősítették azt a nézőpontot a közvéleményben (radikálisan megváltoztatva az iparág körüli diskurzust és társadalmi hangulatot), hogy a vegyipar nem képes, illetve nem igyekszik tevékenységét a természeti környezet és az emberi egészség károsítása nélkül végezni. Amennyiben pedig ezeknek az érték- és normaelvárásoknak az iparág nem felel meg, úgy kibillen a létét igazoló társadalmi előny-hátrány mérleg. Ez pedig határozott és szigorú közösségi, állami beavatkozást, szabályozást tesz indokolttá. A külső környezetben megjelenő ilyen jellegű bizonytalanság pedig egyértelműen veszélyezteti a befektetők hosszú távú bizalmát is kockázatszelésükön keresztül. A szabályozás kiterjedése és szigorodása azzal is fenyeget, hogy a hosszú távú nemzetközi versenyképességet megalapozó K+F-től is forrásokat kell majd elvonni a szabályozásnak való megfelelés miatt.

A Felelős gondoskodás egyik programadó pillére mindemiatt az ún. *Community Awareness and Emergency Response (CAER)* lett. Ennek ajánlásai szerint az iparágnak jelentős erőfeszítéseket kell tennie a lakosság tájékoztatása, felkészítése és bevonása terén azért, hogy garantálja a társadalmi elszámoltathatóságot (*public accountability*). Ez volt az egyike annak az összesen hat magatartási kódexnek,²⁰ amelyeket az amerikai vegyipari szövetség kidolgozott, s tagjainak, illetve partnereinek elfogadásra javasolt. Mindezek azt szolgálták (volna), hogy a vegyipar visszanyerje a társadalom bizalmát, hiteles és megbízható, a közjót valóban előmozdító, azaz legitim szerepébe lépjen vissza ismét. A magától értetődő kognitív legitimitást azonban az iparág nem tudta sikeresen visszaállítani, részben annak köszönhetően, hogy a Felelős gondoskodás programja nem tudott minden szempontból hitelessé válni, hiszen – legnagyobb hiányosságaként – nem tartalmazott semmiféle szakmai szankciót azokkal a vegyipari tagvállalatokkal szemben, amelyek nem kezdték meg bevezetését. Emiatt a társadalmi véleményformálók jelentős része pusztán „kirakatpolitikaként” értékelte ezeket az erőfeszítéseket.

Bár az iparág maga azóta sem nyerte vissza azt az elismertséget, amelyet korábban magáénak tudhatott, számos vegyipari cég, amely komoly erőfeszítéseket tett a magatartási szabályok intézményesítésében, sikeresen állította helyre megtépzott legitimitását a működése által érintett helyi közösségekben. A morális (következmény alapú és eljárási) legitimitás visszanyerése terén viszonylag eredményesek voltak. Az iparág egészének hiteltelen hozzáállása azonban e vezető cégek társadalmi legitimitását is időről időre beárnyékolja, és kognitív legitimitásukon továbbra is foltot hagy.

²⁰ A további öt magatartási szabályzat a következő területeket ölelte fel: szennyezésmegelőzés (*pollution prevention*), folyamatbiztonság (*process safety*), elosztás (*distribution*), munkahelyi egészségvédelem és biztonság (*employee health & safety*), valamint termékfelelősség (*product stewardship*). [Prakash, 2000:124-125]

2.1.2. Intézményi megközelítések

Az intézményi megközelítések – a stratégiai megközelítésekkel szemben – nem a vezetők cselekvési lehetőségeinek fókuszában vizsgálják a legitimitás kérdését, hanem az adott társadalmi közeg tükröződését keresik a szervezetben. Az adott társadalmi közegben az intézmények megtestesítette és közvetítette mítoszoknak át kell hatniuk a szervezeteket is annak érdekében, hogy legitimnek tűnjenek fel. A szervezeteknek ez valóban egy „túlszocializált” képét vetíti elénk, ami klasszikusan jellemzi a strukturalista társadalomelméleteket. Ezen a képen enyhítenie kellett az intézményi megközelítéseknek annak érdekében, hogy a cselekvés tere is megnyíljon elméleteikben. Az alább tárgyalandó intézményi szervezetszociológiai elemzések erre alkalmasabbnak bizonyultak, mint a populációs ökológia szervezetelmélete. Az „intézményi vállalkozó” (*institutional entrepreneur*) fogalma mozdítja el az intézményi megközelítéseket a kizárólag struktúrák uralta elemzésektől a cselekvési lehetőségek és választások megnyitása felé.

2.1.2.1. Intézményi szervezetszociológia

Az intézményesítő szervezettelméleti megközelítés klasszikus cikke [Meyer és Rowan, 1977] szerint a formális szervezetek, mint a vállalatok maguk is, számos intézménnyel benépesített és átszőtt környezetben alakulnak meg. A szervezetek megalakulásukkor internalizálják azokat az intézményesített elveket és gyakorlatokat („mítoszokat”), amelyek ahhoz szükségesek, hogy környezetük (az azt alkotó szereplők) szükségesnek, értékesnek és értelmesnek tartsák létezésüket, illetve létüket; egyszóval legitimnek tekintsék őket. Az intézményi szervezetszociológiai irányzatban a legitimitás megteremtéséhez mindenekelőtt az izomorfizmus fogalma kapcsolódik. Az iskola ugyancsak klasszikus tanulmányában DiMaggio és Powell [1983] megállapítják, hogy amint létrejönnek a hasonló tevékenységgel foglalkozó szervezetek – azaz új iparág formálódik – igen erős nyomás nehezedik a szervezetekre, hogy egymáshoz hasonlóvá váljanak. Ennek – a verseny okozta homogenizáción túli folyamatnak – az intézményi izomorfizmus elnevezést adták, s három alapvető mechanizmusát ismertették. Egyrészt az ún. kényszerítő izomorfizmust (*coercive isomorphism*), amelynek mindenkor legeggyértelműbb példája az állami szabályozás, a jog ereje. Másrészt a mimetikus izomorfizmust (*mimetic isomorphism*), amely szerint az újonnan belépők a már sikeres

szervezeteket igyekeznek utánozni fönmaradásuk érdekében (a fönmaradás mintájául). Harmadrészt elkülönítik a normatív izomorfizmust (*normative isomorphism*), amely például egy-egy szakma sajátos elvárásaiból vagy a kulturális környezet normáiból eredhet. Ebben a gondolati keretben nyilvánvaló, hogy a legitimáció érdekében az új szervezetnek vagy a keletkező iparágnak meg kell felelnie a jogi előírásoknak és bizonyos társadalmi elvárásoknak, erkölcsi normáknak annak érdekében, hogy legitimitást szerezhessen. Növeli továbbá a szervezetek és a keletkező iparág legitimitását az is, ha hasonló működési formák, egységes működési standardok jönnek létre. Vagyis a szervezetek egymást utánozzák bizonyos tekintetekben (például technológiai eljárások, minőségügyi szabványok stb.). Az institucionalista iskola szerint tehát számos olyan rutint, eljárást vagy programot fedezhetünk fel akár az üzleti szféra szervezeteinek működésében is, amelyek nem elsősorban a piaci verseny anyagi, illetve hatékonyságnövelő szempontjaival vannak összefüggésben, hanem a szervezet vagy iparág környezete legfontosabb intézményeivel, amelyek a vállalat és iparága legitimitását biztosítják. Az institucionalista szervezetelméleti irányzat a vizsgálódás súlypontját tehát a versenykörnyezetről a szélesebb társadalmi környezet intézményesítettségére helyezi át, sőt magát a versenyt, a versenypiacot is egy sajátos intézményesített tényezőnek tekinti. Ekként minden vállalat és iparág egyaránt társadalmilag beágyazott, s teljesítménye, illetve léte nem érhető meg kizárólag versenykörnyezetére összpontosítva, hiszen maga a teljesítmény is a külső környezet intézményei, intézményesített normái tükrében fogalmazódik meg, s válik legitimmé.

Az institucionalista iskola legitimitás-értelmezése ugyancsak a parsonsi gondolatokra épít, mint ahogy azt az erőforrás-függőségi elméletnél láttuk. Vagyis akkor legitim az illető szervezet, ha céljai harmonizálnak a szélesebb társadalmi közeg értékeivel. A legitimitás ennyiben a szervezeti célok társadalmi értékelésével függ össze. Ugyanakkor a parsonsi megközelítés mellett az institucionalista iskola legitimitás-fogalmának másik fő forrása a Berger és Luckman nevével fémjelzett fenomenológiai-konstruktivista társadalomelméleti megközelítés [Berger és Luckman, 1998, lásd elsősorban pp. 131-179]. A legitimitás ebben a gondolati keretben kognitív felhangot kap, s arra vonatkozik, hogy az érintettek képesek értelmezni, illetve plauzibilisnek tartják az adott intézményi rendet, valamint a

szervezet létét és működésmódját.²¹ A legitimitásnak ez a kognitív értelmezése az érthetőséget (*comprehensibility*), a kiszámíthatóságot (*predictability*) és a magától értetődőséget (*taken-for-grantedness*) hangsúlyozza [Scott, 1991]. A társadalmi-intézményi legitimitást akkor nyeri el egy tevékenység, szervezet vagy iparág, amikor magától értetődőnek vesszük létét és működésmódját; ismerete elterjedt az adott társadalmi közegben; mindenki számára világos elvárások kapcsolhatók hozzá. A legitimitásnak ezt a kognitív-kulturális értelmét foglalja össze definíciójában Meyer és Scott [1983]: „... a szervezeti legitimitás a szervezet kulturális támogatottságának fokára vonatkozik – arra, hogy milyen mértékben adnak a [szervezet] léteire magyarázatot a bevett kulturális értelmezések” [p. 201, idézi Scott, 1991:170].²²

Fontos különbség az erőforrás-függőségi elmélet legitimitás-fogalma és az institucionalista iskoláé között, hogy az előbbi kiemeli a szervezeti vezetők stratégiai választását, azaz a legitimitás befolyásolásának lehetőségét; míg az utóbbi strukturalista szervezet- és társadalomelméleti felfogása passzív szervezettel számol abban az értelemben, hogy a külső környezet meghatározó szerepét hangsúlyozza, amelynek elvárásait, intézményesített cselekvési logikáit és normáit igyekszik minden szervezet követni, utánozni saját szervezete intézményesítésekor. Nem véletlen, hogy míg az erőforrás-függőségi elmélet a vezetők által is befolyásolható formáit konceptualizálja a legitimitásnak, nevezetesen elsősorban a pragmatikus, másodsorban a morális legitimitást; addig az intézményi szervezetelméleti iskola elsősorban a kevéssé vagy egyáltalán nem manipulálható kognitív legitimitást képes gondolati keretében megjeleníteni. Mindazonáltal az institucionalista iskola idővel elmozdult ettől a klasszikusan strukturalista társadalomelméleti felfogástól, és igyekezett elméleti keretét kibővíteni úgy, hogy magyarázattal tudjon szolgálni a változásokra (például új piacok, termékek vagy technológiák születésére), a stratégiai választások lehetőségére, a külső környezet differenciáltságára és heterogenitására [lásd DiMaggio és Powell, 1991]. Az institucionalizmusnak ez az újabb keletű iránya használja az intézményi cselekvő (*institutional activist*) fogalmát, amely a

²¹ “A legitímációt mint folyamatot, azaz a legitimálódást az *értelem* ‘másodlagos’ objektívációjának tarthatjuk. A legitímáció *új értelmeket teremt*, amelyeknek az a feladata, hogy egymáshoz nem hasonló intézményekhez kapcsolódó *jelentéseket értelmesen integráljanak*. A legitímáció funkciója, hogy már intézményesült ‘elsődleges’ objektívációkat objektíven *hozzáférhetővé* és szubjektíven *beláthatóvá* tegye.” [Berger és Luckmann, 1998:131-132], kiemelések tőlem – MR.

schumpeteri vállalkozó fogalommal mutat rokonságot [lásd Rao, 2004].²³ Az intézményi vállalkozó a változás előmozdítójának szerepét tölti be: új szervezeteket, új technológiákat, új termékeket vagy új eljárásokat kezdeményez, és karol fel. S ezek legitimitásának megteremtésére tör. Az új, a keletkező legitimitásának létrehozása a legfőbb feladata [Rao, 2004:362]. Az újra, a keletkezőre kell megtalálnia, kreatívan kombinálnia az adott társadalmi közegben elérhető és értelmezhető, elfogadott kulturális magyarázatokat, mégpedig úgy, hogy megteremtse az új, a keletkező értékét és értelmét.²⁴ Az újat létrehozó intézményi vállalkozónak egyfelől olyan meggyőző „történetet” kell kreálnia az „új” körül, amely kulturálisan illeszkedik az adott intézményi környezetbe (a morális legitimitás megszerzése érdekében). Ezek a történetek másfelől fontos szervezeti szimbólumok [Lounsbury és Glynn, 2001], amelyek közvetítik, illetve folyamatosan konstruálják az új vállalkozás vagy keletkező iparág különlegességét, sajátos képességeit, valamint identitását. Az intézményi vállalkozó sikerét az méri, hogy az adott társadalmi közeg nem vonja kétségbe az új (termék), a keletkező (iparág) értékét, hasznosságát, és végül már nélkülözhetetlennek tartja a mindennapi társas/társadalmi léthez. Megteremtődik a magától értetődőség és az érthetőség kognitív legitimitása.

Az intézményi vállalkozó feladata jelentős részben retorikai. Olyan narratívák és történetek, olyan állítások konstruálása (*claim-making*), amelyekkel meggyőzi az érintetteket, igazolja az új termék vagy a keletkező iparág jogosultságát, sőt el- vagy megkerülhetetlenségét [Rao, 2004:361-363]. Meg kell teremteni a közvéleményben az új arculatát, illetve identitását – a kognitív legitimitás megszerzése érdekében az intézményi vállalkozónak képesnek kell lennie az újat (ismeretlent) már ismert kategóriákhoz, érthető kulturális sémákhoz kapcsolnia [Lounsbury és Glynn, 2001]. Az intézményi vállalkozó tulajdonképpen a szóban forgó új termék vagy keletkező iparág „ideológusa”. Ez jól tükröződik az alkalmazott narratívákban, amelyeknek a közérthetőséget, a szükségességet, kizárólag a kedvező tulajdonságokat és

²² “...organizational legitimacy refers to the degree of cultural support for an organization – the extent to which the array of established cultural accounts provide explanations for its existence” [Meyer és Scott, 1983:201].

²³ Ezért a továbbiakban az intézményi vállalkozó magyarul jobban görödülő fogalmát fogom használni a szó szerinti intézményi cselekvő helyett. Lounsbury és Glynn [2001] a “kulturális vállalkozás” (*cultural entrepreneurship*) fogalmát vezeti be ugyannerre a jelenségre. Magyarul azonban ez a kifejezés félreértésre adhat okot, emiatt is az intézményi vállalkozó fogalmat részesítem előnyben.

²⁴ A schumpeteri vállalkozó fogalomhoz kapcsolódó leírást tulajdonképpen ez kiegészíti az adott kulturális minták, magyarázatok kreatív kombinációjának interpretációs feladatával. Ez is a vállalkozó feladata, a tulajdonképpeni intézményesítés megteremtése [lásd különösen Lounsbury és Glynn, 2001].

lehetőségeket lehet hangsúlyoznia. Sok esetben mindez a manipuláció határán egyensúlyoz, mi több, át is billen abba. Például csak a kedvező kutatási eredményeket mutatja be az intézményi vállalkozó, s igyekszik legitimitásától megfosztani (delegitimálni) az ellenérvek képviselőit. Vagy olyan helyzeteket (demonstrációs eseményeket) igyekszik szervezni, amelyekben – a feltételek folytán – biztosan sikerrel veszi az akadályt a legitimitáció tárgya. Rao [2004] elemzése az automobil térhódításáról sokatmondó példáját mutatja ennek. A história szerint a mobilitás eme új technikájának autóklubokba tömörülő lelkes hívei látványos ún. megbízhatósági versenyeket (*reliability contest*) szerveztek az automobil nagyszerűségének demonstrálására. A mindössze 1895-től 1912-ig szervezett versenyek megteremtették az automobilnak mint a közlekedés megbízható technikájának a társadalmi legitimitását – a szocio-politikai környezet befogadta, elismerte és támogatta az új terméket és a hozzákapcsolódó technológiákat. Az automobil köré sikerült olyan narratívát felépíteni, amely létrehozta közönségét, illetve megtalálta az utat a közvélemény mindennapjaihoz. Az automobil körül kialakult az a közös szimbolikus környezet, amely értelmet adott az automobilnak és használatának – a közvélemény (a társadalom) számára „érthetővé” és „értelmessé” vált.

Az intézményi vállalkozói szerep betöltése általában nem egyetlen személy feladata; az intézményi vállalkozó a legtöbb esetben szereplők hálózata. Lehet ez a szerep vállalatvezetőké, akik az új iparág érdekvédő szervezetét is létrehozzák a hatásosabb kollektív cselekvés érdekében. Vagy egy adott hivatás képviselői, vagy tudósok egy csoportja, akik szakmai szervezetükön (vagy hálózataikon) keresztül építik az új termék vagy éppen a keletkező iparág legitimitását. Az sem kizárt azonban, hogy az intézményi vállalkozó legitimitációs tevékenységét az új termék iránt lelkesedő fogyasztók egy csoportja vállalja magára. Az intézményi vállalkozó – bárkik testesítsék is meg – megtöri az institucionalista szervezetelmélet strukturalista merevségét, konceptualizálhatóvá teszi a stratégiai választás és cselekvés lehetőségét ebben az elméleti keretben. Ezzel az eddig ismertetett keretek közül az intézményi szervezetelméletet alkalmasabbá teszi arra, hogy a legitimitás forrásainak sokféleségét – a pragmatikustól a morálison át a kognitívig – kezelni tudja.

2.1.2.2. Populációs ökológia

A populációs ökológiai szervezetelméleti iskolájába tartozó kutatók vizsgálódásának fókuszában az áll, vajon hogyan befolyásolják a társadalmi, gazdasági és politikai tényezők (a külső környezet főbb változói) a szervezeti populációk, illetve közösségek alapítását, illetve bukását, számosságát, illetve sűrűségét, összetételük időbeli változását [Baum, 1996; Kieser, 1995].²⁵ Az egyik első elméleti tétel, amely a populációs ökológia irányzatához kötődik, az „újak halandósága” (*liability of newness*) nevet kapta. Eszerint az új szervezetek bukási aránya nagy; nagyobb, mint a már régóta működő szervezeteké. A tétel mögött meghúzódó érvelés szerint az új szervezetek magasabb bukási rátája annak köszönhető, hogy még nem sajátították el új szerepüket az adott társadalmi közegben; hiányzik vagy kezdetleges a befolyásolási képességük, illetve a társadalom általi elismertségük; nem rendelkeznek stabil érintett-kapcsolatokkal, amelyek garantálnák az erőforrások megszerzésének folyamatosságát, s kiszámíthatóbbá tennék környezetüket. Egyszerűen még nem teremtdött meg a legitimitásuk, hiszen megbízhatóságukat és számon kérhetőségüket még nem bizonyíthatták. Ugyanakkor ennek a sokáig vallott tételnek az általános érvényességét az újabb empirikus vizsgálatok kétségbe vonták. Jó néhány kutatás, amely kontroll változóként alkalmazta a szervezeti méretet, azt állapíthatta meg, hogy a tétel nem igazolódik – sokkal inkább a „kicsik halandósága” (*liability of smallness*). Ha ugyanis az új szervezetnek, szervezeti populációnak sikerül viszonylag gyorsan legitimmé válnia és hozzáférnie a létfontosságú erőforrásokhoz a legfőbb érintettekhez fűződő jó kapcsolatok megteremtése révén, valóban érvényét veszti az „újak halandóságának” jóslata [Baum, 1996:79-83].

A populációs ökológia szintűgy alapvető modellje az ún. sűrűség-dependencia modell (*density dependence model*). A modell legitimációt illető érvelése szerint a szervezeti populáció sűrűségének kezdeti növekedése hozzájárul az új populáció legitimálásának kedvező változásához [Hannan és Freeman, 1988, idézi Kieser, 1995]. Ugyanis a sűrűség növekedésével a populáció tagjainak erőforrás-szerző képessége javul, hiszen a populáció egyre ismertebb, és ezáltal elfogadottabb intézményi környezetében. Ahogy azonban tovább nő a szervezeti populáció

²⁵ Szervezeti populációnak a hasonló tevékenységeket végző és hasonló erőforrás-hasznosítási mintázatot mutató szervezetek csoportját nevezik; a szervezeti közösségek pedig az egymással kölcsönös kapcsolatban álló szervezeti populációk funkcionálisan integrált rendszerei [Baum, 1996].

létszáma, és így sűrűsége, a tagok közötti verseny fokozódik – ekképpen a szervezetek bukása is [Baum, 1996:85]. Ez az érvelés rávilágít egyfelől a populációs ökológia és az intézményi szervezetelmélet közötti hasonlóságokra (amelyek mindkettő strukturalista jellegére vezethetők vissza). Másfelől pedig a legitimitást, illetve a versenyt fokozó konkrét tényezők specifikációjának elmaradására a fenti modellben. A populációs ökológia újabb empirikus kutatásait már az institucionalista iskolával történő szinergia keresése jellemzi [lásd többek között Baum és Oliver, 1992; Rao, 2004]. A legitimitás értelmezésében is fellelhető a két irányzat közeledése. A populációs ökológiai tanulmányok a legitimitás kognitív és szocio-politikai forrásait különböztetik meg [Aldrich és Fiol, 1994; Baum, 1996]. Az előbbin – az intézményi iskolával megegyezően – egy-egy szervezeti forma magától értetődőségét értik. Az utóbbin pedig azt, hogy a szóban forgó szervezeti forma, amely adott populációra jellemző, konfliktusmentesen (konform módon) ágyazódik be az adott társadalmi közeg viszonyaiba, normatív kontextusába. Ezeknek az elméleti megfontolásoknak a következtében a sűrűség-dependencia modell specifikációjába az ún. relációs sűrűség (*relational density*) változója is bekerül [Baum, 1996]. A legitimitást így módon a vizsgálat tárgyát képező szervezeti populáció intézményi környezetébe való beágyazottságával igyekeznek mérni. Vagyis a szervezeti populáció és intézményi környezete közötti interdependenciát operacionalizálják. A feltevés szerint ugyanis, minél sűrűbb az illető populációt az adott társadalmi közeghez (például helyi lakossághoz), illetve kormányzati szervekhez fűző kapcsolati hálójá (minél inkább beágyazott intézményi környezetébe a vizsgált populáció), annál nagyobb a populáció szocio-politikai legitimitása, és ennél fogva túlélési esélye. A kognitív legitimitás mérésére is egyre inkább az intézményi iskola megfontolásain alapuló változókat alkalmaz a populációs ökológiai irányzat. Ezért például az adott szervezeti populáció médiában tükröződő társadalmi ismertségével igyekeznek azt operacionalizálni.

Témám szempontjából különösen érdekes Aldrich és Fiol [1994] tanulmánya, amely ezt a kérdést úgy fogalmazza meg, hogy vitathatatlanul kockázatos új vállalkozásba fogni (értve ez alatt egy új iparág teremtését), ám „örültségnek” is számít-e, hiszen egy valamilyen mértékben mindenképpen ellenséges környezetet kell az intézményi vállalkozónak „befogadóvá” tennie. Tőkét kell szerezni a szkepszissel viseltető forrásoktól; az új feladatra ki kell képezni a munkaerőt; és tulajdonképpen új piacot is kell teremteni, amelynek pedig a „játékszabályait”

újonnan kell megalkotni az állammal együttműködésben. Mindezt úgy, hogy a vállalkozás társadalmi legitimitása bizonytalan, kérdéses vagy egyáltalán nem alakult még ki. Hogyan, milyen stratégiák révén tudja az intézményi vállalkozó újraalkotni, illetve -alkottatni az intézményi környezetben fennálló „alkuk rendjét” (*negotiated order*)? A 2. táblázat foglalja össze Aldrich és Fiol [1994] válaszát.

Aldrich és Fiol [1994] a bizalmat jelölik meg az egyik legalapvetőbb kötőelemként – a szocio-politikai legitimitás szervezeti szintű tényezőjeként –, amelyre minden új vállalkozásnak vagy keletkező iparágnak szüksége van intézményi környezete legfőbb érintettjeitől. Ha a legbefolyásosabb, erőforrásokkal rendelkező érintettekben az új iparág iránti bizalom minimális foka sincs meg; ha az intézményi vállalkozó nem képes az érintettek legalább kis szeletének bizalmi tőkéjéből táplálkozni, akkor a kezdeményezés nagy valószínűséggel bukásra van ítélve.

2. táblázat Intézményi vállalkozói stratégiák keletkező iparág támogatására

Az elemzés szintje	A legitimitás típusa	
	Kognitív	Szocio-politikai
Szervezeti	Tudásbázis fejlesztése szimbolikus nyelv és magatartásformák révén	Bizalom teremtése következetes szervezeti történetek révén
Iparági	Tudásbázis fejlesztése egy „domináns dizájn” körüli konszenzus létrehozásával	A megbízhatóság percepciójának megteremtése kollektív akciókra mobilizálás révén
Iparágak közötti	Tudásbázis fejlesztése „harmadik fél” típusú aktorok támogatásával	Az iparág reputációjának kialakítása a többi iparággal tárgyalva és konszenzust keresve
Intézményi	Tudásbázis fejlesztése az oktatási tantervekhez fűződő kapcsolatokkal	A legitimitás megteremtése kollektív marketing és lobbizási tevékenységek révén

Forrás: Aldrich és Fiol [1994:649]

Ehhez a bizalmi tőkéhez járulhat hozzá a meggyőző és következetes történet (például egy pozitív technológiai vízió), amely az új iparágról szól. Sok esetben a születőben levő új „radikalizmusát” (radikális újdonságát, ismeretlenségét) érdemes elleplezni; bizalomgerjesztőbbek a már ismerthez kötődő történetek [Aldrich és Fiol, 1994:652]. A szervezeti szintű kognitív legitimitás megszerzésének egyik alapvető eszközeként az intézményi vállalkozó olyan szimbólumokat, olyan nyelvet használ, valamint olyan magatartásformákat követ, amelyek az illető intézményi közegben a fő érintett csoportok szemében kedvező reakciókat váltanak ki. Az „ugyanazt beszéljük”, „ugyanúgy mondjuk”, „ugyanúgy viselkedünk” érzetét sugallják, az

érintettek tehát értik az üzenetet; végső soron a „mi” (közösség) érzését keltik bennük – ezzel bizalmat teremtenek.

A keletkező iparág technológiája körül rendszerint sok a bizonytalanság [Porter, 1993:222]. Itt nincs meg az a kikristályosodott tudásbázis, amelyet egy „domináns dizájn” [Anderson és Tushman, 1990] léte jellemez az érett iparágakban. A keletkező iparág ezért nem tudja élvezni és kihasználni a kiaknázáson alapuló (*exploitation*) tanulást [March, 1991], a kanonizált tudás gyors terjedését az intézményi közegben, és ezzel azokat a – jellemzően inkrementális – technológiai újításokat, amelyeket a különféle résztvevők (menedzserek, mérnökök, kapcsolódó iparágak, szabályozó hatóság, fogyasztók stb.) közös kognitív kerete alapoz meg. Mindez – vagyis a „domináns dizájn”-ban megtestesülő közös tudás és problémaértelmezés hiánya – a keletkező iparágot megbízhatatlanabbnak tünteti fel intézményi környezetében az érett iparágakhoz képest. A megbízhatóság megteremtéséhez hozzájárulhat az, ha egyre több új, ám egymáshoz hasonló szervezet kezdi benépesíteni a keletkező iparágot – az izomorfizmus megbízhatóságot teremtő, és így legitimáló hatása érvényesülhet [Deephouse, 1996]. A homogenizáció ugyanakkor megkönnyíti a kollektív akciók kezdeményezését, kollektív stratégiák kialakítását [Aldrich és Fiol, 1994:654]. Az együttes fellépés pedig stabilizálja a külső környezetet, csökkenti a bizonytalanságot, kiszámíthatóbb jelleget kölcsönöz a keletkező iparágnak is.

Aldrich és Fiol [1994] szerint az iparágak közötti szint legitimációs folyamataiban nagy jelentősége van a harmadik feleknek (*third-party*). Ilyenek az iparági szervezetek, amelyek számos tevékenységük (például szakmai újságok, szakmai kiállítások és egyéb rendezvények stb.) révén tudják javítani a keletkező iparág kognitív legitimitását. Amennyiben – érvel Aldrich és Fiol [1994:658-659] – a keletkező iparág abban is sikeres lesz, hogy más, régebbi iparágak esetlegesen ellenséges vagy ellentétes érdekeit (a zéró összegű konfliktusokat) mérsékelje, gazdasági és egyéb kapcsolódásokat találva a tárgyalások és együttműködés irányába mozdítsa el (pozitív összegű játzmává alakítsa át), úgy szocio-politikai legitimitását is növelni tudja fokozatosan kialakuló kedvező hírneve révén.

A legitimitás szerzés intézményi szintjén Aldrich és Fiol [1994] szerint a keletkező iparág kollektív stratégiái játsszák a döntő szerepet. Ekkorra már az új iparág sűrűbb szervezeti populációt alkot. A tevékenységében megtestesülő explicit és implicit tudásformákat úgy tudja a leghatékonyabban elterjeszteni a

társadalomban, ha az oktatás intézményrendszerében is képes megtalálni helyét. A magától értetődő legitimitás megszerzésének útja a tudásteremtés és -átadás modern társadalmakban tekintélyes és megbecsült intézményéhez, az iskolarendszerhez történő kapcsolódás. Ez az iparág tudás-utánpótlását és -újratermelését egyaránt garantálja – a „szakmává alakítás” révén intézménnyé teszi magát az iparágat is. Az intézményi szintű szocio-politikai legitimitás megszerzéséhez az iparág hatalmi helyzetét kell megszilárdítani. Ennek érdekében a keletkező iparág megpróbálhatja kooptálni a befolyásos érintetteket; különféle formájú stratégiai szövetségeket igyekszik kezdeményezni; megpróbálja delegitimálni ellenfeleit, kritikusait; és jó viszonyt törekszik fenntartani az állami szervekkel, hatóságokkal.

Aldrich és Fiol [1994] összegzése alapján tehát:

„A belső és külső érintettek bizalmának elnyerése alapot szolgáltat tudásbázis felépítésére más, hasonló szervezetekkel folytatott kooperatív csereviszonyok révén. Az ilyesféle interakciók ugyanakkor könnyebbé teszik a részt vevő vállalatoknak, hogy kollektív érdekeiket megszervezzék, és széles körben elterjesszék iparáguk hírnevét, mint a valóság tartós részét. A megalapozott reputáció segíti az intézményi aktorok kooptálását, s végső soron a legitimitás megszerzését.” [Aldrich és Fiol, 1994:663]²⁶

2.1.3. Diszkurzív megközelítés

A szervezetek legitimitás szerzésének egyik fontos eszköze a kommunikáció. Elsősorban a szervezeti vezetők feladata, hogy hatásos kommunikáción keresztül sikeresen építsék az adott szervezet legitimitását. A legitimitás megszerzésének és megtartásának tehát diszkurzív útjai vannak; vagy másképpen, a szervezeti legitimitás diszkurzív módon épül fel (vagy éppen épül le). A szervezetelméletben általában is jelentős szerepre tettek szert a diszkurzív megközelítések, amelyek a társadalmi valóság diszkurzív strukturálását [Golant és Sillince, 2007], illetve a legitimitás diszkurzív társadalmi felépítését [Vaara és Tienari, 2008] tételezik és elemzik.

A diszkurzív megközelítések elemzési egységei általában valamilyen mikro-szintű szövegek (például médiabeli szövegek, vállalati kommunikációs anyagok),

²⁶ Az eredetiben: “Gaining the trust of stakeholders within and around the firm provides a basis from which to build a knowledge base via cooperative exchange rules with other similar organizations. Such interactions, in turn, make it easier for member firms to organize collectively and to build a broad reputation of their industry as an enduring reality. An established reputation facilitates the co-optation of institutional actors, ultimately leading to legitimacy.” [Aldrich és Fiol, 1994:663]

amelyek elemzésével tárják fel a kutatók azokat a diszkurzív stratégiákat, amelyeket az adott szereplők a legitimitás megszerzése érdekében alkalmaznak. Ezek az elemzések rámutatnak, hogyan igyekeznek egyes szervezetek és vezetőik – a legitimitás korábban bemutatott stratégiai megközelítéseivel összhangban – kommunikációjukat úgy instrumentalizálni, hogy az legitimitásukat szolgálja. A szervezetek sokféle kommunikációs csatornát és eszközt használnak annak érdekében, hogy érintettjeik percepcióját saját szervezeti legitimitásuk szempontjából kedvezően tudják befolyásolni: szervezetük hasznosságáról (pragmatikus legitimitás) és szervezetük „jóságáról” (morális legitimitás). A legitimitásukat megkérdőjelező kritikusaikkal tulajdonképpen a vitatott cselekedetek és/vagy állapotok jelentésének meghatározása fölötti kontrollért küzdenek. A legitimitás ezekben az interakciókban diszkurzív úton-módon konstruálódik [Beelitz és Merkl-Davies, 2012]. S egyúttal hatalmi kérdéssé is válik: aki uralmat szerez a jelentésadás fölött, az tud hozzáférni a legitimitás vágyott állapotához.

Vaara és Tienari [2008] megfogalmazásában a cselekvők tulajdonképpen pozicionálják magukat a diszkurzív térben – egyes diskurzusok mellett, másokkal szemben. A kialakuló sajátos inter-diszkurzív dinamika – a szerzők szerint – az adott társadalmi közegben fellelhető átfogó diskurzusok (ideológiák) közötti választásokat mutatja. Ezzel a cselekvők a szélesebb társadalmi közeg hatalmi viszonyait is reprodukálják vagy újrarendezik a legitimitás körüli diszkurzív „csatározásaikban” (lásd még Granlund [2002], valamint Beelitz és Merkl-Davies [2012]). A kritikai diskurzuselemzések emiatt elvárásként is támasztják a kutatókkal-elemzőkkel szemben, hogy a mikro-szövegek legitimitásszerzésre irányuló diszkurzív stratégiáit összekössék a makro-szintű hatalmi viszonyokkal is. A szövegelemzésben feltártakat – kritikai társadalomtudósként – a szélesebb társadalmi kontextus viszonyaihoz kötve látják interpretálhatónak. A mikro-szintű (lokális) jelentésteremtés nem függetleníthető a makro-szintű uralmi/hatalmi struktúráktól.

Vannak szerzők (lásd Palazzo és Scherer [2006]), akik a legitimitást (a piaci szervezetek esetében is) átpolitizált fogalomnak tartják, és diszkurzív megközelítését egyértelműen a morális legitimitáshoz kötik. Palazzo és Scherer [2006] a stratégiai megközelítéseket a pragmatikus, az intézményieket pedig a kognitív legitimitáshoz köti, kiemelve, hogy a diszkurzív megközelítés képes igazán a legitimitás morális dimenziójának igazságot szolgáltatni. Ezért felhívásuk szerint a szervezetek legitimitásának vizsgálatát a diszkurzív megközelítéseknek, elsősorban is a Jürgen

Habermas német társadalomtudós kommunikatív racionalitás elméletének keretében lehet elvégezni. A szervezeti legitimitás ebben a keretben az érintettekkel folytatott – morális kritériumoknak megfelelő (például uralommentes, egyenlő felek között zajló) deliberatív vitafolyamatokban szerezhető és tartható meg.

2.2. A legitimitás befolyásolása

A stratégiai és strukturalista (intézményi és populációs ökológiai) megközelítések szintézisét kísérel meg Suchman [1995] a szervezeti legitimitás alapos fogalmi tisztázásán és kategorizálásán, valamint a két megközelítés összekapcsolásán keresztül. Azért, hogy a strukturalista felfogásokat összebékítse a stratégiai megközelítésekkel Suchman [1995] kiemeli, hogy éppen a legitimitás tipológia alapjául szolgáló eltérő magatartásformák és azok dinamikája teszi lehetővé, hogy a vállalatvezetők stratégiaileg kezeljék a legitimáció problémáját. A vezetők stratégiai lépései jelentős különbséget eredményezhetnek még az egy iparágon belül működő szervezetek legitimitásában is. A legitimitás befolyásolása vagy „menedzsmentje” elsősorban a szervezet és az érintettek közötti kommunikáción nyugszik, abban ölt testet [p. 586] – ebben az értelmezésben természetesen a kommunikáció kiterjed a nem verbális jelentéshordozó lehetőségekre csakúgy, mint a különféle dialógusokra, diskurzusokra. Így gazdag eszköztár áll a vezetők rendelkezésére ahhoz, hogy eldönthessék egy-egy szituációban szükség van-e a beavatkozásra (a legitimitás menedzsmentjére), s ha igen, milyen eszközt célszerű alkalmazni.

A munkám zárásakor frissebbnek számító szakirodalmi elemzések a szervezettudományban egyre inkább elméletileg is összekapcsolják a legitimációt a narratívákkal, a retorikával és a diskurzusokkal (lásd többek között Golant és Sillince [2007]; Vaara és Tienari [2008]; Roundy [2010]; Beelitz és Merkl-Davies [2012]; Castelló és Lozano [2011]).

A legitimitás diszkurzív megközelítései elméletileg túl kívánnak lépni az ún. „agency–structure” dichotómián (az alul- vagy túlszocializált megközelítéseken), és a társadalmi valóság diskurzusok általi strukturálását tételezik [Golant és Sillince, 2007]. Vaara és Tienari [2008] a legitimációs stratégiákat konkrét diszkurzív erőforrások mobilizálásaként határozzák meg és vizsgálják empirikusan. A cselekvők tulajdonképpen pozícionálják magukat a diszkurzív térben – egyes diskurzusok

mellett, másokkal szemben. A kialakuló sajátos inter-diszkurzív dinamika – a szerzők szerint – az adott társadalmi közegben fellelhető átfogó diskurzusok (ideológiák) közötti választásokat mutatja. Ezzel a cselekvők a szélesebb társadalmi közeg hatalmi viszonyait is reprodukálják vagy újrendezik a legitimitás körüli diszkurzív „csatározásaikban” [lásd még Granlund, 2002; és Beelitz és Merkl-Davies, 2012]. E szerzők úgy vélik [lásd még hasonlóan Beelitz és Merkl-Davies, 2012], hogy a diskurzus alapú megközelítéssel az intézményi elemzés makro perspektívája gyümölcsözően egészíthető ki mikro-szintű elemzésekkel.

Suchman [1995] a legitimitás befolyásolása előtt álló stratégiai lehetőségeket három általános feladathoz kapcsolja: a legitimitás elnyerésének, a legitimitás megőrzésének és a legitimitás visszaszerzésének szituációihoz. Keletkező iparág, új termék, technológia szempontjából az első stratégiai szituáció, a legitimitás megszerzése releváns. Az ezt célzó stratégiákat Suchman [1995] három kategóriába sorolja: (1) konformitás; (2) szelektálás és (3) irányítás (*manipulation*). Ugyanakkor ez a kategorizálás meglehetősen szűkre szabottnak tűnik. Kibővítéséhez segítségül hívhatjuk a benyomáskeltés (*impression management*) szakirodalmát. Ezt az alapvetően szociálpszichológiai ihletésű megközelítést több szervezettudományi elemzés is alkalmazta a legitimitás befolyásolási lehetőségeinek leírására [Elsbach és Sutton, 1992; Elsbach, 1994; Arndt és Bigelow, 2000].²⁷ Elsbach [1994] szerint azért is előnyös a benyomáskeltés irodalmát beépíteni a szervezeti legitimitás problematikájába, mert jól kiegészíti az institucionalista szociológiai elmélet strukturalista irányultságát (mely passzív szerepre kárhuztatja a szervezeteket). A benyomáskeltés irodalma éppen a hiányzó stratégiai dimenziót emeli be a legitimitás vizsgálatába. A benyomáskeltés megközelítése azoknak a „szóvivőknek” (vö. intézményi vállalkozóknak) a szerepére koncentrál, akik a szervezet (vagy iparág) nevében, érdekében lépnek fel azért, hogy legitimitást szerezzenek, vagy megvédjék a szervezetet (iparágot) a legitimitását megkérdőjelező támadással szemben. A benyomáskeltés technikáit a szóvivők verbális megnyilatkozásainak elemzésével lehet feltárni. Ezek a magyarázatok arra irányulnak, hogy a szervezet legitimitását megvédjék, kifogásokat hozzanak fel, elismerjenek bizonyos hibákat, valamint igazolást adnak a szervezet tetteire. Arndt és Bigelow [2000] amellet érvelnek,

²⁷ A benyomáskeltés alapvető irodalma Erving Goffman nagyhatású szociológiai-szociálpszichológiai munkája [Goffman, 1999]. Lásd elsősorban a VI. fejezetet, „A benyomáskeltés művészete” [pp. 167-189].

hogy a benyomáskeltés legitimitást védő defenzív technikáit (a kifogásokat, igazolásokat, elleplezést, elhárítást vagy cáfolatot) megelőző módon is lehet alkalmazni a szóban forgó szervezet (iparág) legitimitásának létrehozására. Tovább gazdagíthatjuk azonban a legitimitás stratégiai befolyásolásának lehetőségeit feltáró képet, ha figyelembe vesszük az Oliver [1991] által kidolgozott tipológiát is, amely általában az intézményi környezetben zajló folyamatokra adható stratégiai válaszokat kategorizálja. A 3. táblázat tartalmazza azt a tipológiát, amelyet Oliver [1991], Suchman [1995] és a benyomáskeltés szervezetelméleti irodalma alapján állítottam össze (összedolgozva és néhol módosítva a fenti szerzők kategóriáit).

Mielőtt részletesebben tárgyalnám a 3. táblázatban foglalt stratégiai lehetőségeket a legitimitás megszerzésére, érdemes kiemelni Ashforth és Gibbs [1990] megállapítását, amely szerint a szervezetek számára két általános eszköz áll rendelkezésre a legitimitás elnyerésére – ezeket ők „szubsztantív” és „szimbolikus menedzsmentnek” nevezik [p. 178]. A különbségtétel lényege abban áll, hogy szubsztantív menedzsment esetén a szervezet valódi változásokon megy keresztül a legitimitás megszerzése érdekében, például átalakítja szervezeti struktúráját, megváltoztatja szervezeti céljait és/vagy alapfolyamatait. A szimbolikus menedzsment ezzel szemben arra törekszik, hogy olyan látszatot keltsen, mintha a szervezet megfelelné az intézményi környezet elvárásainak. Ez utóbbi esetben a tényleges akciók, történések értelmét igyekeznek úgy alakítani, hogy az konform legyen az adott intézményi közegben.²⁸ Az itt kifejtendő stratégiai, illetve taktikai lépések egyaránt lehetnek szubsztantívak vagy szimbolikusak.

A 3. táblázat példával illusztráltan mutatja be a legitimitás megszerzésének taktikáit, valamint az azokra épülő stratégiáit. Ahogy a táblázatot, úgy a benne összegzett stratégiákat és taktikákat is Oliver [1991] és Suchman [1995] írása alapján mutatom be a következő oldalakon.

²⁸ Long és Driscoll [2008] alapos empirikus elemzést adja e tekintetben a vállalati etikai kódexeknek. Kritikai üzenetük szerint a szervezetek „homlokzata” széppé varázsolódik az etikai kódexek mint szimbolikus legitimációs eszközök által, ám a mögöttes tartalom (a szubsztantív elemek) változatlanul etikátlanok, de legalábbis elmaradnak a kódex mélyenszántó (vagy éppen magasröptű) erkölcsiségétől.

3. táblázat A legitimitás megszerzésének stratégiai lehetőségei

Stratégia	Taktika	Példa
Konformitás	Utánzás	Az intézményi környezet uralkodó mintáinak utánzása
	Megfelelés	Az intézményi környezet szabályainak és normáinak betartása
Kompro- misszum	Egyensúlyozás	A sokféle érintett eltérő elvárásai közötti egyensúly keresése
	Kibékítés	Egyes intézményi elemekhez alkalmazkodás, míg mások megkerülése
	Igazolás	Az eseményért felelősség vállalása, ám a negatív következményekért nem
	Alkudozás	Tárgyalás az érintettekkel
Elkerülés	Leplezés	A normaszegő magatartásformák eltitkolása
	Hárítás	A negatív eseményben való részvétel tagadása, kifogások keresése
	Lekapcsolódás	Az intézményi környezethez fűződő szálak lazítása
	Távozás	A célok, tevékenységek és a működési terület megváltoztatása
	Szelektálás	Az intézményi környezet szegmensének kiválasztása
Szembeszállás	Elutasítás	Az uralkodó normák és értékek figyelmen kívül hagyása
	Kiemelés	A kedvező következmények hangsúlyozása, miközben a negatívát szükségszerűnek, elkerülhetetlennek állítja be
	Tulajdonítás	A kedvező következmények saját magának tulajdonítása
	Meg- kérdőjelezés	Az uralkodó szabályok, elvárások megkérdőjelezése
	Támadás	Az intézményi nyomással szembeni fellépés
Irányítás	Kooptálás	Befolyásos érintettek, intézményi szereplők szövetségessé tétele
	Befolyásolás	Az elvárások, értékek és értékelési kritériumok formálása
	Ellenőrzés	Hatalmi fellépés, nyomásgyakorlás az érintettekkel

Forrás: Oliver [1991:152-159] és Suchman [1995: 587-593] nyomán

A konformitás stratégiája szerint a legitimitást megszerezni kívánó igyekszik alkalmazkodni az érintettek elvárásaihoz, az intézményi környezet kulturális mintáihoz. A vállalatvezetőknek, illetve az iparág képviselőinek stratégiai lépései ebben az esetben arra irányulnak, hogy a keletkező szervezet, iparág, termék a létező intézményi környezetbe problémamentesen beágyazódjon. A stratégiai eszköztárban az utánzás és a megfelelés taktikai lépései szerepelnek. A vezetők arra törekednek, hogy a keletkező iparágat az intézményi környezetben elterjedt és legitimnek tekintett szervezeti formákkal népesítsék be, utánozzák a létező legitimnek tartott

szervezeti és szervezési, esetleg technológiai eljárásokat. Minden igyekezetükkel próbálnak megfelelni a legbefolyásosabb érintettek elvárásainak, közvetlen hasznot nyújtani nekik, illetve összhangban lenni vallott normáikkal, értékeikkel. Az új szervezet, a keletkező iparág céljait, a szervezeti küldetésnyilatkozatokat igyekeznek olyan célokhoz, értékekhez kapcsolni, amelyek széleskörű társadalmi elfogadottságot élveznek, egybecsengenek az intézményi környezetben uralkodó normákkal. Az érintettek számára tehát érthető és értékesnek tartott szimbolikus üzeneteket közvetítenek.

A konformitás stratégiája leginkább akkor sikeres, ha az intézményi környezet viszonylag homogén és egyértelmű elvárásokat, normákat közvetít. Legtöbbször azonban nem ez a helyzet. A kompromisszumkereső stratégia heterogén intézményi környezetben, homályos és ellentmondásos elvárások, normák, szabályok és értékek közepette vethető be. A különféle érintett-csoportok eltérő érdekeihez és értékeihez alkalmazkodni nem könnyű, a legitimitás elnyerése végett szükség van mindezek stratégiai kiegyensúlyozására. Ehhez gyakran tárgyalások, alkufolyamatok szükségesek. Ha bizonyos intézményi elvárásoknak nem sikerül megfelelni, szükség lehet olyan békítő lépésekre, amelyek a többi intézményi elvárásnak való megfelelést hangsúlyozzák. Egy heterogén, versengő értékekkel és érdekekkel jellemzett intézményi környezetben a konformitás – és az ebből eredő legitimitás – sohasem lehet tökéletes, az intézményi környezetnek való megfelelés rendszerint csak részleges.

Különös jelentőségre tesz szert az elkerülés stratégiája a legitimitás megszerzésében, ha a keletkező szervezet, iparág, termék nem kíván vagy nem tud megfelelni az intézményi környezet valamely befolyásos elemének, szabályának, értékének vagy elvárásának. Ilyenkor az elleplezés taktikája lehet sikeres, amelynek révén az adott szereplő igyekszik tagadni az illegitimitást. Teszi ezt például úgy, hogy igyekszik visszatartani mindazon információt, amely tevékenységének legitimitását megkérdőjelezné; vagy a megkérdőjelezett tevékenységet felszámoló, kordában tartó terveket mutat be azért, hogy leplezze megvalósításuk elmaradását. Ilyen esetekben tehát a „kirakatpolitika” eszközeihez folyamodhat, szimbolikus, rituális üzeneteket küldve a konformitásáról. Számos esetben az inkriminált, illegitimnek minősített tevékenységet vagy az ahhoz kapcsolódó szereplőket igyekszik eltávolítani, „lekapcsolni” a szervezetről vagy iparágról. Ily módon a „jól működő” szervezetről áthárítja a felelősséget a „rossz, hibázó alkalmazottakra”; vagy

a konform szervezetekkel benépesített iparágról egy kivételként feltüntetett „rossz szervezetre”. A hárítás taktikájának célja főképpen az, hogy elkerülje, minimalizálja a nyilvánosság ellenőrzését, megőrizze a szervezet vagy iparág autonómiáját. A hárítás taktikáját segítheti, ha a szervezet vagy iparág képes erőforrás-függési helyzetét megváltoztatni úgy, hogy csökkentse azoknak az érintetteinek a befolyását, akik megkérdőjelezzik a legitimitását. Az elkerülés stratégiáján belül a távozás taktikáját akkor alkalmazhatja egy adott szervezet vagy iparág, ha nem tudja elkerülni a szóban forgó intézményi elváráshoz való alkalmazkodást. Ekkor kénytelen lemondani az illegitim tevékenységről, eljárásról, be kell szüntetnie azt az adott intézményi környezetben, és áthelyezni más, a szóban forgó magatartásformát elfogadó közegbe. Ugyanakkor megelőző jelleggel is rendelkezésére állhat a szelektálás taktikája, amelynek révén a szervezet stratégiaileg kiválasztja a heterogén, fragmentált és ellentmondásos intézményi szegmensek közül azt, ahol tevékenysége legitimnek minősül. Tulajdonképpen a piackutatás logikájára (és akár eszközére) épül az elkerülésnek ez a taktikai lépése: kiválasztani a kedvező környezeti szegmenst.

A szembeszállás stratégiája abban tér el jelentősen az előzőektől, hogy a legitimitást megkérdőjelező intézményi elemek, szereplők ellen aktívan fellép, támadást indít. Úgyis fogalmazhatnánk, hogy delegitimációs stratégiáról van szó, amely arra irányul, hogy úgy szerezze vagy védje meg a keletkező szervezet, iparág legitimitását, hogy ellenfeleit, kritikusait megfosztja legitimitásuktól. A szembeszállás stratégiájának működőképességéhez egyrészt szükséges, hogy az érintettek, illetve az intézmény környezet ellentmondásos, egymással konfliktusban levő érdekeket, értékeket és elvárásokat közvetítsen. Másrészt az intézményi vállalkozónak kellő hatalommal kell rendelkeznie ahhoz, hogy egymás ellen kijátszhassa az intézményi környezet konfliktusban álló szereplőit a szervezet, az iparág érdekeinek megfelelően. Így lehetővé válhat bizonyos érintettek elvárásainak elutasítása az azzal szemben álló egyéb érdekekre és értékekre hivatkozva. Ugyancsak alkalmazható a megkérdőjelezés taktikája, amely a támadó szereplők értékeit vagy érdekeit igyekszik megfosztani legitimitásuktól. A támadás taktikája pedig egyértelműen kezdeményező fellépést jelent azokkal az érdekekkel és értékekkel szemben, amelyeknek léte, legitimitása veszélyeztetné a keletkező szervezetet, iparágot, terméket.

A bevett gyakorlatoktól, az abban megtestesülő normáktól radikálisan elütő innovációkat képviselő iparágaknak, intézményi vállalkozóknak az előző stratégiák mellett szükségük lehet a legitimitás szerzésének sokkal tevékenyebb lépéseire. Mindezek az intézményi környezet olyan átalakítására törekszenek, amelyek a keletkező iparág érdekei és értékei érdekében formálják át, manipulálják az uralkodó kulturális mintákat; vagy erősítenek meg bizonyos kulturális sémákat mások rovására. Ekkor a keletkező iparág képviselőinek a társadalmi valóság új értelmezését, magyarázatát kell tulajdonképpen elfogadtatniuk. Mindez az intézményi vállalkozóknál már említett ideológiai feladat. Az irányítás legitimációs stratégiájának taktikái közé tartozik a kooptálás, a lobbizás és egyéb befolyásolási technikák, valamint olyan hatalmi pozíció megszerzése, amely lehetővé teszi az érintettek fölött valamilyen fokú ellenőrzés gyakorlását. Mindegyik taktika arra irányul, hogy a keletkező szervezetet, iparágat olyan hatalmi helyzetbe, szövetségbe integrálja, amelynek révén képes intézményi környezetét úgy befolyásolni, hogy saját legitimitását szolgálja.

Természetesen a legitimáció stratégiai, illetve taktikai lépései nem kizárólagosak, azaz az új szervezetek vagy keletkező iparágak nem csak egyet kell, hogy kövessenek következetesen közülük. E stratégiák és taktikák sokkal inkább egymás kiegészítői, alkalmazásuk konkrét szituációtól függ. Sőt, egy-egy szervezet vagy iparág akár egyidejűleg, ám különböző kontextusban, más-más érintettek felé eltérő legitimációs stratégiákat, illetve taktikákat alkalmazhat. Azért is ez az általános helyzet, mert a legitimitás szinte mindig problematikus, hiszen egy-egy szervezet vagy iparág eltérő társadalmi normákkal, elvárásokkal és értékekkel kénytelen szembenézni. Az intézményi környezet a legritkább esetben homogén és konzisztens – sokkal inkább heterogén, fragmentált, ellentmondásos és homályos. Ebből az is következik, hogy az a szervezet vagy iparág, amelyik túlzottan magabiztos a már megszerzett legitimitását illetően, és nem ügyel annak fenntartására, igazolására, a saját maga számára váratlanul legitimitási válságban találhatja magát.

Ashforth és Gibbs [1990] felhívják figyelmünket a legitimitásszerző stratégiák kétélűségére. Ugyanis minél legitimebbnek fogadnak el egy szervezet vagy iparágat az érintettek, annál kevésbé van szüksége a legitimációs stratégiák, illetve taktikák intenzív alkalmazására. Ha azonban nem az a helyzet, akkor a szervezetnek vagy iparágaknak rendszerint nem elég legitimnek mutatkoznia, ezt

hirdetnie is kell. Mindebből könnyen előáll az az ördögi kör, hogy minél nagyobb szükség van a legitimitásra, annál gyanúsabbak lehetnek a legitimitásszerzésre tett kísérletek az érintettek szemében. Vagyis ha valamely szervezet vagy iparág túlzottan hirdeti konformitását, társadalmi hasznosságát, könnyen éppen az áhított legitimitását áshatja alá és rendítheti meg. Nem nehéz az „önreklámozó csapdájába” esni (*self-promoter's paradox*), ha a vállalatvezetők vagy iparági képviselők megfeledkeznek arról, hogy az érintettek egyáltalán nem passzív szereplői a legitimációs stratégiáknak – figyelmeztet a szerzőpáros [Ashforth és Gibbs, 1990:191]. Sonpar és szerzőtársai [2010] éppen egy ilyen esetet mutatnak be, ami alapján ők is a legitimitás paradox jellegéről értekeznek. Hangsúlyozzák, mivel a legitimitás igénye időben változik, a legitimitás időbeli dinamikája nem elhanyagolható a szervezet vezetői számára. A legitimitás szükséglete akár hirtelen kitörésekkel jelentkezhet, amikor újra és újra igényli az érintettekkel való „újrátárgyalást”.

2.3. A legitimitás tipológiája – elméleti összegzés

Áttekintve a legitimitás fogalmának a szervezetelméleti (strukturalista, stratégiai és diszkurzív) megközelítéseit, Suchman [1995] kategorizálása igen kimerítőnek, ám korántsem teljesnek tűnik fel. Az érintett-elmélet makro-szintű igazolásánál, a társadalmi szerződéselméletnél említettük, hogy egy-egy keletkező iparág adott esetben „újrarendezheti” a társadalmi szerződést. Abban az értelemben, hogy megváltoztatja a társadalomban uralkodó hatalmi-gazdasági viszonyokat, kulturális mintákat. Számos új technológia és keletkező iparág rendelkezett és rendelkezik ezzel a potenciállal. Az információs és telekommunikációs technológiák mellett egyértelműen ilyen a biotechnológia általában és az agrárbiotechnológia különösen. Ez utóbbi egyáltalában nem marad hatástalan a mezőgazdálkodás politikai gazdaságtanára: megváltoznak a szereplők közötti elosztási és hatalmi viszonyok, átalakul az ellátási lánc, sőt globális hatalmi-gazdasági következmények is jól láthatók (lásd az ellátási lánc globális jellegét, illetve az Észak-Dél problematikát).

A diskurzus alapú elméleti kereteket alkalmazó vizsgálódások ugyancsak arra mutatnak rá, hogy a legitimitás mikro-szintű (szervezet és érintettjei közötti) dinamikája nem mentesül, sőt alapoz (diszkurzív erőforrásként) a szélesebb

társadalmi közeg diskurzusaira. S mindez hatalmi játszma: a legitimitás diskurzusait átszövik a makro-szintű hatalmi viszonyok; és fordítva, a legitimitás diskurzusai erősíteni vagy gyengíteni igyekeznek makro-szintű hatalmi struktúrákat.

Mindezek következtében a Suchman-i tipológiát feltétlenül ki kell egészíteni a legitimitás szocio-politikai dimenziójával. Ez nem redukálható sem a pragmatikus, sem a morális, sem pedig a kognitív legitimitás dimenziójára. Önálló jelentőséggel és magyarázó erővel rendelkezik. Mindezek alapján a 4. táblázatban foglalom össze, hogy a vizsgált szervezetelméleti megközelítésekben a legitimitás mely típusa(i) érhető(k) tetten.

4. táblázat Legitimitás típusok a szervezetelméleti megközelítésekben

Szervezetelméleti megközelítés	Jellemző legitimitás típus
Stratégiai	
Erőforrás-függőségi elmélet	pragmatikus
Érintett-elmélet	morális
Nem-piaci és kollektív stratégiák	pragmatikus
Intézményi	
Szociológiai intézményi	pragmatikus, morális, kognitív
Populációs ökológia	pragmatikus, szocio-politikai
Diszkurzív	
	pragmatikus, morális, kognitív, szocio-politikai

Forrás: Saját szerkesztés

Ugyanakkor – mint azt a stratégiai szövetségeket tárgyaló későbbi fejezetből kiderül – a keletkező iparágak és új szervezetek számára különös jelentőséggel bír a „legitimitás túlcsoordulás” (*legitimacy spillover*) jelensége [Kostova és Zaheer, 1999], illetve lehetősége. Mindez azt takarja, hogy egy-egy érett iparággal vagy szervezettel stratégiai szövetségre lépve nemcsak szűk, közvetlen gazdasági előnyök realizálhatók a keletkező iparág (vagy új szervezet) számára, hanem az érett iparág (szervezet) meglévő legitimitása „rávetül” szövetségesére is. Egyfajta „legitimitás externáliának” (vagy túlcsoorduló hatásnak) vagyunk ekkor tanúi. Baum, Calabrese és Silverman [2000] ezt a jelenséget „asszociatív legitimitásnak” nevezi el arra utalva, hogy a stratégiai szövetségben részt vevő partnerek közül az érett fél elismertsége és elfogadottsága (azaz legitimitása) az induló vállalkozás helyzetét stabilizálja. Az induló vállalkozás, a keletkező iparág ilyen stratégiai szövetségekben megjelenve

sikeresen építheti társadalmi legitimitását, kihasználva a már legitim partnerek beágyazottságát és elfogadottságát. A Suchman-i tipológia valamennyi fő kategóriájához köthető a legitimitás túlcsoportulás (vagy asszociatív legitimitás). Az a tény, hogy az induló vállalkozást partnerként fogadja el egy stratégiai szövetség keretében egy már érett, legitim iparági fél, azt az üzenetet közvetíti, hogy egyrészt az induló vállalkozás anyagi lehetőségekkel kecsegtet (*megéri* vele üzleti kapcsolatra lépni). Így az induló vállalkozás pragmatikus legitimitást nyerhet, amit a Suchman-i tipológia „karakter” dimenziója jelez. Ugyanakkor egy ilyen stratégiai szövetségben az induló vállalkozás megbízható partnerként jelenik meg, hiszen megfelel az elvárásoknak (*konform* az uralkodó normákkal). Ezzel morális legitimitást nyerhet – miként azt a tipológia „strukturális/kategorikus” dimenziója jelzi. Egy-egy stratégiai szövetség továbbá azt is jelenti, hogy az induló vállalkozás (keletkező iparág) „szóvivői” (intézményi vállalkozói) plauzibilis, azaz az ismert kulturális magyarázatoknak megfelelő érveket képesek felhozni az új tevékenység létjogosultsága és legitimitása mellett. Ezzel a kognitív legitimitást igyekszik építeni. Amennyiben egy-egy stratégiai szövetségben az induló vállalkozás partnere egy-egy olyan iparág képviselője, amely egy uralkodó technológiai rezsim megtestesítője, a politikai-gazdaságtani legitimitás ugyancsak „rávetül”: az új belesimulni látszik a kialakult rendszerbe.

2.4. A legitimitás empirikus vizsgálatai

Ebben a fejezetben összefoglalom azokat a klasszikusnak tekinthető empirikus kutatásokat, amelyek a legitimitás fogalmának mérésére tesznek kísérletet. Bemutatom, hogy a legitimitás különböző típusai, dimenziói, fajtái közül, melyek azok, amelyeket az eddigi kutatások operacionalizáltak, és vázolom a kutatások elméleti és módszertani hátterét.

2.4.1. A legitimitás tesztelése stratégiai megközelítésben

A szervezeti legitimitás vizsgálatának sajátos és jól körülhatárolható terepe a vállalati éves jelentésekben önkéntesen közölt környezeti és társadalmi információk legitimációs szerepe és ereje. Az utóbbi két évtized bővelkedik azon kutatásokban, amelyek maguk által legitimitás elméletnek (*legitimacy theory*) nevezett

megközelítésre építve összefüggést keresnek a vállalatot ért legitimációs kihívás és az önkéntes információnyújtás e fenti formája között. A terület kutatói legitimitás elméletüket az érintett elmélethez és a társadalmi szerződés elmélethez [lásd többek között Campbell et al., 2002; Tilling, 2004], valamint a szervezeti legitimációs megközelítések stratégiai irányához kötik, illetve egyes írások politikai gazdaságtani irányt vesznek [lásd többek között Cunningham, 2004; Power, 2003; Buhr, 1998]. A legitimitás elmélet alapját Guthrie és Parker [1989] a vállalat létét hosszútávon biztosító olyan társadalmi szerződésként fogalmazza meg, amelyben a vállalat társadalmi szempontból kívánatos tevékenységet ígér céljainak elfogadásáért és egyéb jutalmakért cserébe.

E munkák alapvető idézete Dowling és Pfeffer [1975] legitimitás megközelítése. A definíció azon jellemzője mentén haladnak tovább, miszerint „ha tényleges vagy potenciális eltérés támad a két értékrendszer [a társadalmi és a szervezeti tevékenység által megtestesített] között, az veszélyt jelent a szervezeti legitimitás szempontjából” [Dowling és Pfeffer, 1975:122]. Ezt a valós, illetve lehetséges eltérést Sethi [1979] mint legitimitás szakadékot (*legitimacy gap*) írja le, amelynek mélyülésével a szervezeti legitimitást és túlélést teszi kockára a menedzsment [p. 65].

E kutatói kör valamennyi írása a vállalati éves jelentések önkéntes környezeti és társadalmi információit, valamint az ugyancsak önkéntes környezeti és társadalmi jelentéseket stratégiai eszközként tételezi a vállalati legitimitás menedzselésében.²⁹ A kutatások kiindulópontjául a legitimitás szakadék keletkezése szolgál, azaz minden esetben a legitimitást helyreállító munkálatokról, annak visszaszerzéséről, újbóli megteremtéséről, megerősítéséről van szó. Szakadék e kutatásaikban kialakulhat konkrét vállalati vagy iparági esemény (például balesetből eredő környezetszennyezés) következtében [Patten, 1992]; lehet oka a külső intézményi környezet folytonos változása [lásd többek között Tsang, 2001]; bizonyos érintett csoportok, közösségek fokozódó érdeklődése, tudatossága, nyomása [lásd többek között Wilmshurst és Frost, 2000]; környezeti lobbizervezetek nyomása [Tilt, 1994; Deegan és Gordon 1996]. Ezek az írások a legitimitás menedzselésének szubsztantív

²⁹ A legitimitás elmélet tesztelői tehát környezeti, CSR és fenntarthatósági jelentések körében vizsgálódnak. Ugyanakkor ez utóbbiaknak az utóbbi években bekövetkezett proliferációja egyéb kutatási irányokat is eredményezett a CSR, a fenntarthatóság, a CSP vagy éppen az érintetti kommunikáció és bevonás fogalmi és empirikus köreiben. Jelen fejezet, minthogy az említett legitimitás elméletre fókuszál, ez utóbbi vizsgálódások területére nem kalandozik el.

és szimbolikus formái [Ashforth és Gibbs, 1990] közül kizárólag az utóbbira fordítják figyelmüket. Egyetlen szűk szeletet vizsgálnak: a legitimációs kihívásra adott kommunikációs válasz bizonyos fajtáit. Arra, hogy a vállalati válaszlépések lényegi – a szervezeti célok, struktúrák, folyamatok megváltoztatását célzó – elemeket is tartalmazzanak-e; nem térnek ki. A kapcsolódó legitimációs stratégia lehetséges irányait Lindblom a következőképpen foglalja össze [idézi Clarke és Gibson-Sweet, 1999]:

- tájékoztatni az érintetteket a teljesítmény javulásáról, az általuk korábban észlelt problémák „megoldásairól”;
- megváltoztatni az érintettek percepcióját a legitimációs kihívást okozó ügyről;
- elvonni a figyelmet az esetről;
- megváltoztatni a teljesítményre vonatkozó külső várakozásokat.

Az éves jelentésekkel önkéntesen szolgáltatott információk mind a négy fenti célt szolgálhatják. Az empirikus kutatások angolszász – főként ausztrál, később Egyesült Államok-beli, Nagy-britannia-i – vállalati esettanulmányok révén, elsősorban az éves jelentések tartalomelemzésére fókuszáltak. Ezek kérdőíves felméréssel, illetve interjúzással egészültek ki a kutatások egy részében. Alapvetően a vállalati legitimitás, valamint az önkéntes környezeti és társadalmi jelentések közötti összefüggéseket vizsgálták. Legitimitás elméletük e teszteléseinek vegyes eredményekre vezettek: egyes kutatások határozott kapcsolatot tapasztalnak a legitimitást ért kihívások és az önkéntes jelentési szokások változásai között, azaz az önkéntes információk megjelenését vagy korábbanál nagyobb terjedelmét észlelik [lásd például Patten, 1992; Deegan és Rankin, 1996; Buhr, 1998; Wilmshurst és Frost, 2000], mások ezt a kapcsolatot nem erősítik meg [lásd többek között Guthrie és Parker, 1989]. Milne és Patten [2002] ezen túl azt vizsgálta, hogy vajon a stratégiai re-legitimációs eszközként használt önkéntes információközlés ténylegesen pozitív hatással van a relevánsnak ítélt érintett csoportra, kísérletükben befektetőkre, illetve befektetési tanácsadókra. Az általuk vizsgált hipotetikus befektetési döntések visszaigazolták a stratégiai eszköz működését.

E legitimitás elmélet a vállalati, iparági legitimitásnak rendkívül szűk terepén mozog. Alkalmazása „leegyszerűsítő” – ismeri el Deegan [2002:282], és a „vezetői magatartás viszonylag fejletlen elmélete”-ként írja le. A kizárólagosan arculati vonulata a legitimitás helyreállításának tetéződik azzal, hogy – bár észleli, hogy a

legitimitásnak nem egyetlen letéteményese létezik – csupán az érintettek egy csoportját veszi számításba. Kritikájaként citálható, hogy a környezeti és társadalmi információgyűjtásnak csak bizonyos eszközeire korlátozódik, a fenntarthatósági jelentések elemzéséig nem jut el. Ezzel összefüggésben az éves jelentésekben közölt társadalmi és környezeti információk mintegy másodlagosnak tételeződnek, s bár a hármas eredménykimutatás (*triple bottom line*) fogalma [Elkington, 1994] néhány írásban megjelenik, ennek szellemisége – a három pillér legalábbis egyenrangú volta – egyáltalán nem tűnik fel. Politikai gazdaságtanba ágyazott ítéletet mond Guthrie és Parker [1989], valamint Tinker és Niemark [1987], miszerint e jelentések retorikai eszközök, amelyeket a társadalmi, gazdasági és politikai arénában a vállalati ideológia terjesztésére használnak.

Ugyanígy jelentős korlátja e kutatási irányzatnak, hogy pusztán vezetői álláspontot ölt. Így figyelmen kívül hagyja például, hogy a jelentések kidolgozásába a *stakeholderek* bevonhatók, mi több, bevonandók. Az így kialakuló participatív megoldások pedig a legitimitás menedzselését is segíthetik, ráadásul annak nem csupán szimbolikus, hanem szubsztantív oldalához is hozzájárulhatnak. Fontos megállítása e kutatói kör néhány szerzőjének, hogy mindezen kutatás csak a szervezeti működés legitimálásának szemszögéből vizsgálódik, „szemben egy olyan megközelítéssel, amely azon vezetői elszámoltathatóság vagy felelősség elfogadását tükrözi, hogy információt kell szolgáltatni mindazoknak, akiknek joga van tudni” a vállalati működés hatásairól [Deegan, 2002:283]. Fontos különbségtétel ugyanis, hogy az információközlést pusztán a vállalati túlélés, avagy vállalati – vezetői – felelősségérzet motiválja.

2.4.2. A legitimitás tesztelése strukturalista megközelítésben

Az empirikus tanulmányok többségét a populációs ökológiai és az institucionalista szervezetelméleti irányzat elméleti útmutatásai vezetik a legitimitás értelmezésében. A disszertáció terjedelmi korlátai miatt egy kutatást mutatok be részletesen, és kiemelek fontosnak ítélt szempontokat néhány további jelentős tanulmányból. Az ebbe a körbe tartozó empirikus kutatások részletes összefoglalóját a disszertációm tézistervezete tartalmazza.

Elsbach és Sutton [1992], valamint Elsbach [1994] kvalitatív színfoltot hoznak a kvantitatív elemzések uralta legitimitás szakirodalomba. Elsbach és Sutton

[1992] provokatív kérdésfelvetést vizsgál empirikusan: lehetséges-e illegitim tevékenységek révén legitimitást szerezni, illetve növelni. Vizsgálatuk tárgya két radikális társadalmi mozgalom (az *Earth First!* természetvédő szervezet, illetve az *AIDS Coalition to Unleash Power*, röviden *ACT UP* nevű szervezet). A szerzők az intézményi szociológiai iskola és a benyomáskeltés irodalmát alkalmazzák szinergikusan empirikus munkájuk értelmezéséhez. Kvalitatív elemzésükhöz félig strukturált interjúkat és az írott sajtó híradásait használták fel, valamint résztvevő megfigyelőként a szervezetek találkozóin is megjelentek. A megalapozott elmélet elemzési logikáját alkalmazták a kvalitatív adatok feldolgozása során.

Elemzésük eredményeként felvázoltak egy olyan folyamat-modellt, amely azt mutatja be, hogy miként lehet szervezeti legitimitásra szert tenni a szervezet tagjainak illegitim cselekedetei révén. A modell első lépése szerint az illegitim tevékenység a média figyelmének központjába kerül. Ekkor egyértelműen negatív a hangvétel a tudósításokban, hiszen a szervezet valamilyen normaszegéssel kerül összefüggésbe. A folyamat-modell második lépésében a média képviselői azzal szembesülnek, hogy a legitimitásában megtámadott szervezet sajátos strukturális jellegzetességekre hivatkozik. Vagyis a szervezet az adott intézményi környezetbe konform módon illeszkedik, az elvárt, megszokott szervezeti felépítéssel, alapvető működési móddal jellemezhető – strukturálisan izomorf a hasonló szervezetekkel. Ráadásul az illegitimnek tekintett cselekedetet olyan tagokra, csoportosulásokra hárítja a szervezet, amelyeket eltávolít legitim struktúrájától. Vagyis a legitim szervezeti struktúráról és a legitim szervezeti célokról igyekszik lekapcsolni (*decoupling*) az illegitim tettel összefüggésbe hozható tagokat. A modell harmadik lépésében a szervezet ártatlanságát és a tettek igazolását igyekeznek megteremteni a benyomáskeltés technikáival. Ennek során a negatív következmények be nem következésére, valamint a kedvező kimenetek hangsúlyozására összpontosítanak. A folyamat negyedik lépésében mintegy fordul a kocka: a szervezet szóvivői kiemelik az illegitimnek tekintett tettek kedvező következményeit, amelyek a szervezet legitim céljaival összhangban állnak, és hangsúlyozzák, hogy e tettek nélkül a jó következmények sem állhattak volna elő. A modell ötödik lépése már arról szól, hogy az intézményi környezet (például média) visszaigazolja a benyomáskeltés sikeres legitimitásnyerő stratégiáját, és elfogadja, sőt támogatja a szervezet céljait, tevékenységeit.

Elsbach és Sutton [1992] rámutatnak, hogy a lekapcsolódás vagy eltávolítás taktikái miként teremthetik meg az alapot a benyomáskeltés proaktív lépéseinek a legitimitásszerzés vagy -megtartás érdekében. Kiemelik, hogy az intézményi környezetben megszokott és elfogadott eljárások követése a szervezet alapvető tevékenységében lehetővé teszi, hogy egyes illegitim tettek esetén az igazolás benyomáskeltési technikájához folyamodjon a szervezet szóvivője. Ugyancsak ezzel az eredménnyel járhat, ha a szervezet az intézményi környezetben legitimnek tekintett szakértelemről tud tanúbizonyságot tenni; azaz olyan tagjai, képviselői vannak, akik rendelkeznek a szakértelem elismert és felismerhető jeleivel. A legitimitás szerzése vagy megőrzése érdekében a benyomáskeltés technikái közül előbb a negatív következményekről a figyelmet elterelő, a kedvezőtlen kimeneteket elleplező technikák alkalmazása van soron; majd ezekre épülve a kedvező kimeneteket és az értékesnek elfogadott célok elérését hangsúlyozó technikák következnek. Elemzésük összességében rámutat az intézményi vállalkozók stratégiai lehetőségeire a legitimitás befolyásolásában. Akár a negatív eseményeket, illegitim tetteket is képesek lehetnek a benyomáskeltés technikáinak megfelelő alkalmazása révén a szervezeti (iparági) legitimitás oldalára állítani.

Sokféle empirikus elemzés született a szervezetkutatók tollából a keletkező iparág vagy újonnan induló vállalkozás legitimitásának kérdéséről. Mindezeket részletesen nem kívánom ismertetni, ám legfontosabb üzeneteiket, megállapításaikat igyekszem a következőkben összefoglalni.

Az intézményi vállalkozó legitimitásszerzésben betöltött sajátos szerepének megértéséhez szolgál fontos adalékokkal Ritti és Silver [1986]. Egy radikálisnak számító strukturális innováció történetét vizsgálják, azt a folyamatot, ahogyan az innováció intézményesül, az adott intézményi környezet magától értetődő, megfelelő és szükséges részévé válik. Elemzésük az intézményesülési folyamat ún. mítoszeremtő (*myth-building*) szakaszára, jelenségeire irányul. Mítoszeremtésként értelmezik azt a folyamatot, ahogyan a radikális innováció – mint a megfelelő válasz az illető problémára – legitimitást nyer. A mítosz az innováció eredetéről, funkciójáról, céljáról, hatékonyságáról (racionalitásáról) szól. A mítoszeremtés akkor is sikeres, és az innováció így akkor intézményesül, ha a befolyásos érintettek elfogadják a mítoszt, a mítosszal közvetített valóságot. Ezért a mítoszeremtés folyamatában a szerzők az általuk a „tranzakciók dramaturgiájának” (*dramaturgy of*

exchange) nevezett jelenségre összpontosítják figyelmüket. Kutatási kérdésükből következően kvalitatív módszertant követtek (résztevéő megfigyelés és interjúzás). Empirikus vizsgálatuk szerint a legitimitásszerzés érdekében az új szervezet jelentős erőforrásokat fordított olyan cserekapcsolatok kialakítására a szervezeti mező érintettjeivel, amelyek előnyösek azok számára, és ezzel kínálnak pragmatikus legitimitást az induló szervezetnek. Mindazoknak az érintetteknek, amelyek számára az új szervezet megjelenése fenyegetést jelent, olyan szimbolikus üzeneteket közvetítettek, amelyek révén azok megtanulhatták, hogy miként alkalmazkodjanak az új szervezet megváltoztatta intézményi környezethez nagyobb legitimitásvesztés vagy konfliktus nélkül. A mítoszteremtés dramaturgiájában ugyancsak fontos szerepet játszik az újonnan alakult szervezet pozicionálása oly' módom, hogy a jelentős problémák megoldásának „harcos” képviselőjeként tünteti fel. Ritti és Silver [1986] empirikus elemzése meggyőzően támasztja alá az intézményi szociológiai iskola klasszikusnak számító téziseit [Meyer és Rowan, 1977] az intézményesülési folyamatról és abban a legitimitás szerepéről.

Human és Provan [2000] kisvállalatok hálózati együttműködését mint innovatív szervezatközi jelenséget és annak legitimációs folyamatait vizsgálta. Rámutattak, hogy a legitimitásszerzés folyamata két irányból is elindulhat: belülről, a hálózati együttműködésben részt vevő szervezetektől; valamint a hálózaton kívülről. Longitudinális vizsgálatuk eredményeként azt állapították meg, hogy egyfelől egyaránt szükség van a legitimitás belső (hálózaton belüli, szervezatközi) és külső (hálózaton kívüli, intézményi) megszerzésére, illetve fenntartására; másfelől úgy ítélik meg, hogy a belső legitimitás megszerzésére tartósabban épülhet fel a külső legitimitás, ezzel szemben azonban a külső legitimitás megszerzése még nem biztosítja a fennmaradást, ha nem alakul ki a belső legitimáció.

Déjean, Gond és Leca [2004] kutatási kérdése az volt, hogy egy keletkező iparág intézményi vállalkozói milyen stratégiákat alkalmaznak a legitimitás megszerzése érdekében. Vizsgálatuk tárgya a francia társadalmilag felelős befektetések, az *SRI* mozgalma. Az *SRI* mint keletkező iparág számára az egyik legfőbb legitimitás eszköz a hiteles és érthető – az érintettek (jelen esetben a pénzügyi szektor) normáinak, elvárásainak megfelelő – teljesítménymérési eszköz. Ráadásul a mérés és rangsorolás – amellyel a befektetéseket az *SRI* szempontjából értékelik – intézményesülésével hatalmi pozíciót is hoz és jelent képviselőjének. A szerzők interjúszövegeiket és a begyűjtött dokumentumokat kvalitatív szoftverrel

elemezték. Legfőbb megállapításaik szerint a mérés egyrészt a keletkező iparág alkalmazkodását testesítette meg a főbb érintettek kognitív elvárásainak tükrében. Másrészt a pénzügyi alapok menedzsereinek szakmai elvárásainak tiszteletben tartását foglalta magában. Harmadrészt az alaptevékenységnek számító pénzügyi menedzsment döntések strukturálásának eszközét jelentette. A társadalmilag felelős befektetések értékelése akkor legitim, ha kvantifikálható – ez a pénzügyi közösség alapvető szakmai elvárása és bevett kognitív kerete.

Rao [2004] elemzését az automobil mint legitim közlekedési mód megszületéséről korábban már többször idéztük. A szerző a reklám azon jelentős szerepét emelte ki, hogy az új technikát népszerűsítse és mintegy pozitív externális hatásként a kognitív legitimitást erősítse (a technika ismertségét, plauzibilitását). Nála sem marad el a jogi szabályozás mint legitimációs forrás kiemelése. Sőt, az uralkodó politikai kultúra új vállalkozásokkal kapcsolatos attitűdjét is fontos intézményi változónak tekinti a keletkező iparág túlélésének magyarázatában. Itt azt emeljük ki, hogy az intézményi vállalkozó „mítoszteremtő” tevékenysége nem valamiféle „hüvös” kognitív kalkuláció eredményezte stratégia, hanem nagyon is politikai tevékenység. Az automobil legitimitásának példája talán mindennél egyértelműbben mutat rá arra, hogy nem csupán egy új közlekedési technika nyert társadalmi elfogadottságot, hanem egy új szocio-technikai rezsím született, amely radikálisan átalakította a társadalom mindennapjait és a gazdasági életet, beleszövődött, illetve befolyásolja a társadalomban uralkodó hatalmi viszonyokat. Az automobilhoz kapcsolódó technológiai rezsím kognitív elvárásokat támaszt a közlekedés elképzelhető technikáival szemben, ezzel útfüggő irányba terelve a további innovációkat. Ugyanakkor olyan intézményi környezettel interakcióban formálódik, amelyben saját előnyére képes alakítani a szelekciós környezetet, korlátozva a rezsímet megkérdőjelező technológiák betörési esélyét [lásd Kemp, Schot és Hoogma, 1998].

A legitimitás politikai-gazdaságtani dimenziójának fontosságára szolgált sokatmondó példát – Rao [2004] munkája mellett – Lawrence, Wickins és Phillips [1997] elemzése az ökoturizmusról mint keletkező iparégról. Az ökoturizmus mint iparág ugyanis magának a természetnek, a természet nyújtotta rekreációs szolgáltatásoknak a globális kommercializálását jelenti. Piaci szolgáltatássá teszi tehát a természet javait, amelyet a társadalomnak is el kell fogadnia, a természet áruvá tételét legitimként kell elismernie. Ez pedig nemcsak egy adott ökoturizmusra

szakosodott szervezet (turisztikai cég), sőt nem is csak az iparág legitimitását veti fel, hanem magáét a piaci társadalomét, globális szinten. Vajon a természet értékei megőrzésének legitim útja-e a piacosítás? A szerzők ezért nem véletlenül emelik ki a legitimitás befolyásolásának politikai természetét. Az érintettek érdekei kirajzolva hatalmi erőterben folyik a keletkező iparág legitimitásának megteremtése, illetve megakadályozása.

2.4.3. A legitimitás tesztelése diszkurzív megközelítésben

Vaara és szerzőtársai [2006] (lásd még Vaara és Tineari [2008]) meggyőző példáját mutatják be a kritikai diskurzuselemzés hasznosságának. Ahogy az intézményi megközelítések is előszeretettel nyúlnak a médiabeli forrásokhoz a legitimitás empirikus vizsgálata során, e szerzők is fontos legitimitásszerzési arénának látják a médiát. A médiabeli szövegekben pedig jól vizsgálhatók a legitimitás diszkurzív stratégiái, amelyek bizonyos szervezeti jelenségek (esetükben a felvásárlások és összeolvadások okozta iparági-piaci szerkezetváltozások) legitimitásához kapcsolódnak. A kritikai diskurzuselemzés egyik atyja, Theo van Leeuwen – nem publikált kéziratában megfogalmazott – „legitimitás nyelvtanát” (*grammar of legitimation*) követve, illetve továbbfejlesztve a legitimitás szerzésének öt diszkurzív stratégiáját különítették el. A racionalizáció diszkurzív stratégiája a hasznosságra, a funkcionalításra hivatkozva igyekszik legitimitást szerezni (vö. pragmatikus legitimitás). A moralizáció valamilyen értékekre, értékrendszerre mutatva építene legitimitást (vö. morális legitimitás). A tekintélyre hivatkozás is gyakori legitimitásszerzési diszkurzív stratégia. A normalizáció diszkurzív stratégiáját (van Leeuwen modelljében: *conformity legitimation*) annak érdekében működtetik, hogy valaminek a megszokottságát, természetességét, tradíciókkal konform voltát emeljék ki (hiszen ami megszokott, természetes, olyan, amilyennek lennie kell, arra rá sem kérdezzük, s nem kérdőjelezzük meg – vö. kognitív legitimitás). Az ötödik diszkurzív stratégia a narrativizáció nevet kapta, arra utalva, hogy a legitimitás szerzése itt történetek mesélése, mítoszok teremtése révén valósul meg (van Leeuwen-nél mitopoézis az elnevezés). Vaara et al. [2006] figyelemre méltó következtetése szerint ez utóbbi diszkurzív stratégia jellemzően magában foglalja a többi legitimitásszerzésre irányuló diszkurzív stratégiát.

A kritikai diskurzuselemzések felhívják a figyelmünket tehát arra, hogy a mikro-szintű szövegekben benne rejlenek a makro-szintű struktúrák, hatnak azokra, és egyúttal újra is teremődnek a mikro-szövegek által. Vagyis a legitimitásnak elkerülhetetlenül hatalmi eleme, olvasata is van. Egyértelmű ez a tekintélyre hivatkozásnál, hiszen a mikro-szöveg is csak azt tekintheti tekintélynek (arra építhet), amely/aki társadalmilag eleve adott tekintéllyel rendelkezik. A makro-struktúra ekként tesz lehetővé legitimitásszerzést, s persze egyúttal korlátoz is. A narrativizáció, a mítoszteremtés ugyancsak kötődik a szélesebb társadalmi kontextusban élő, uralkodó narratívákhoz és mítoszokhoz. Mindebből az is következik, hogy a legitimitásnak makro-szintű aspektusa is van. Ez az ún. szocio-politikai legitimitás nem jelenik meg olyan világosan, sem a stratégiai, sem pedig az intézményi megközelítésekben, mint ahogyan a diszkurzív megközelítések feltárni képesek.

2.4.4. A legitimitás empirikus vizsgálatainak fő tanulságai

A következő főbb megállapításokat tartjuk fontosnak a legitimitás szervezettudományi empirikus vizsgálatainak alapján.

A kvantitatív elemzések dominanciája volt jellemző a kezdeti empirikus elemzésekben, újabban azonban a kvalitatív módszerekkel végzett empirikus kutatások térnyerését tapasztalhatjuk (lásd többek között Long és Driscoll [2008], Elms és Phillips [2009], Schepers [2010], Sonpar et al. [2010]). Mivel a kvantitatív vizsgálódások önmagukban csak közvetetten és durván képesek a legitimitás operacionalizálására, időben korábbi dominanciájuk nem szerencsés; sokkal gyümölcsözőbb lenne, ha először a kutatók igyekeznének megérteni az adott intézményi kontextust, amelyben a legitimitást vizsgálják, és csak azután tennének kísérletet a legitimitás fogalmának, dimenzióinak operacionalizálására. Enélkül gyakran egyáltalán nem meggyőző mutatókat használnak a legitimitás mérésére. Ott motoszkál a kérdés: vajon az érintettek is úgy értelmezik, olyan fontosnak tartják az adott változót a legitimitás szempontjából, mint a kutatók. Erre többnyire nem kapunk választ a legitimitás strukturalista (intézményi és populációs ökológiai) elemzéseiből. Ebből a szempontból üdítő és követendő Ruef és Scott [1998] tanulmánya.

A társadalmi beágyazottság mint a legitimitáshoz szorosan kapcsolódó és mérését lehetővé tevő fogalom jó irányba tett lépésnek tűnik az empirikus vizsgálatokban. Ám itt sem spórolható meg, hogy elsőként kvalitatív technikák révén a kutatók megpróbálják megérteni, hogyan értelmeződik az adott intézményi közegben a legitimitás; kik a fontos, befolyásos érintettek, akik leginkább meghatározzák a legitimitás dinamikáját stb. A megértő módszertanokra már sokkal megalapozottabban épülhetnének a kvantitatív technikák.

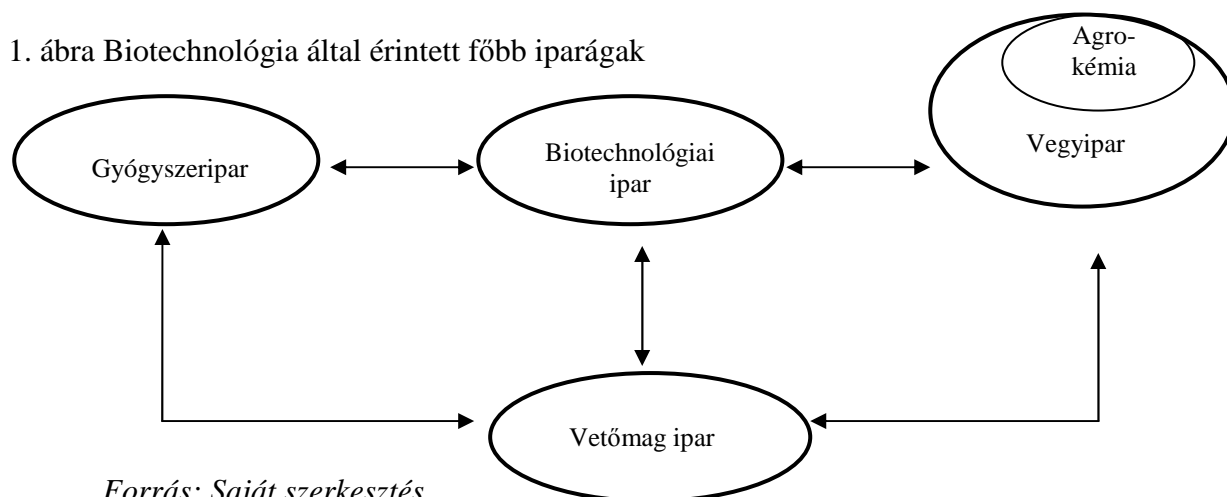
Különösen problematikusnak tűnik az intézményi és populációs ökológiai elemzéseknek az az eljárása, hogy a társadalmi elfogadottságot a médiabeli reprezentációval igyekeznek mérni. Ez véleményem szerint igen félrevezető, hiszen azzal a naiv feltevessel él, hogy a média hűen tükrözi a társadalom mindenkori véleményét. Ennek általában a médiáról alkotott elméletek is ellentmondanak, de maguk az agrárbiotechnológia médiabeli reprezentációját elemző empirikus tanulmányok is. Ráadásul a társadalom mint érintett igencsak heterogén érdek- és értékrendszerrel rendelkezhet az adott legitimitás kérdésben, ami a főbb véleménycsoportok elkülönítését követelné meg egy jó elemzéstől. Idekapcsolódik az a felvetés is, hogy a legitimitáció empirikus kutatóinak többsége teljesen kihasználatlanul hagyja a különféle kvalitatív részvételen alapuló technikákat. Fókuszcsoportos vizsgálatok szinte elő sem fordulnak, legfeljebb az interjúzás technikáit alkalmazzák.

A kvalitatív kutatások háttérbe, kisebbségbe szorulása azért is sajnálatos, mert az elérhető, kisszámú elemzés is bizonyítja, milyen jelentősen gazdagíthatja a megértést és a modellépítést ezeknek a módszertanoknak az alkalmazása [lásd Elsbach és Sutton, 1992; Elsbach, 1994]. A kvalitatív technikák segítenek mélyebben megérteni a legitimitáció dinamikáját, valamint a befolyásolási technikák sikerét és kudarcát. Ugyancsak rámutatnak a legitimitációs, illetve delegitimitációs érvek összefonódására – a legitimitás konfliktusos, politikai természetére. Kvalitatív módszerek alkalmazásával elemezhető alaposan a legitimitás szimbolikus menedzsmentje, a sajátos legitimitációs retorikák és diskurzusok.

3. A biotechnológiai közösség

Csupán bő fél évszázados az a felfedezés – a DNS szerkezeti megismerése –, amelyre a génmódosított haszonnövények technológiája épül. Az első biotechnológiai vállalkozás alig több mint negyven évvel ezelőtt született, míg az első géntechnológiai úton módosított növényfajta valamivel több mint 15 esztendeje került piacra. E folyamatban biotechnológiai vállalkozások ezrei alakultak, és számos iparág állt új innovációs útra – ezzel nem csupán technológiát, hanem stratégiát, mi több struktúrát is váltva. Mindenekelőtt két iparágat, a gyógyszer- és a vegyipart, valamint a mezőgazdaságot szükséges érintettként kiemelni. Ezek összefüggéseit az alábbi ábrán összefoglaltak szerint értelmezem [többek között Giannakas és Fulton, 2000, valamint Kalaitzandonakes és Hayenga, 2000 nyomán].

1. ábra Biotechnológia által érintett főbb iparágak



Az ábra tulajdonképpen az élettudományi iparág (*life science industry*) felépítését tükrözi. Ez a fogalmi konstrukció az 1990-es évek elején született, és a biotechnológia révén átalakuló iparágak szinergikus hatásain alapuló összekapcsolódását jelentette. Az ábra mondhatnánk a biotechnológiai vállalati ideálképet mutatja. Propagálói úgy vélték, hogy nem csupán az érintett iparágak között teremt kapcsolatot a biotechnológia, hanem azt is hangsúlyozták, hogy ennek előnyeit a vállalatoknak érdemes egyetlen konglomerátumba rendeződve kihasználni. A koncepciót magukéva tevő vállalatok rendkívül gyorsan gyarapodtak felvásárlások, összeolvadások, szövetségek révén biotechnológiai óriásszereplőkké, többségük azonban mindeme erőfeszítések ellenére is elvesztette érdeklődését. A konglomerátumok túlnyomó része azóta felbomlott: elvált a gyógyszeripari és a

mezőgazdálkodási irányvonal. Mondhatni határozottabban mint korábban, az érintett cégek ugyanis mintegy profiltisztításra is felhasználták e fejleményt. Jóllehet létező vállalati struktúrát immár tehát kevésbé tükröz az ábra, a feltüntetett területek összefüggését azonban mindenképpen és továbbra is.

Az ábra nyilai értelmezhetők tulajdoni kapcsolatként, a fejlesztés-termelés egymásra hatásaiként. Vagyis az ábra egyfelől mutatja egy-egy piaci szereplő (lehetséges) felépítését és elemeit (bár az összes ábrázolt elem a fent említettek következtében mára csak a Bayer-ben található meg). Másfelől jelzi az új technológiai és termék innovációk iránti igényt mutatókat, azok felvevőit. A vetőmag-vegyipar kapcsolódásnál elsősorban az agrokémia érintett, a vegyipar ugyanakkor máskülönb is fontos elem: a génmódosított növényektől műanyagok, vegyszerek előállítását reméli. A haszonnövények legújabb generációját gyógyszeralapanyagok termelésére, illetve gyógyszerként való fogyasztásra fejlesztették ki, következésképpen a gyógyszeripar és vetőmagipar közti kapcsolat is kézenfekvővé vált. Az ábra ugyanakkor nem tartalmazza a vetőmag további mezőgazdasági, élelmiszeripari útját, a mezőgazdasági termelőket, feldolgozókat, az élelmiszeripart, élelmiszerkereskedelmet, tehát a további vertikális összefüggéseket, jóllehet egy-egy vállalat szintjén a (formális-informális) integráció nem ér itt véget. Nem jelzi ezen kívül a környezetvédelmi ipart sem, amely a biotechnológia fejlesztéseinek szintén fontos felvevője (és a már említett Bayer csoportnak például külön eleme is a Bayer CropScience-en belül a Bayer Environment Science egység). További néhány, a biotechnológia által érintett iparág, tevékenység például a bányászat, az energetika, a hulladékgazdálkodás, a textilipar, a papíripar valamint a mezőgazdasági biotechnológia nem növényi, hanem állatokkal foglalkozó ágai: ezek sem jelennek meg az ábrán, ugyanakkor létező, releváns kapcsolatai a biotechnológiai iparágnak. Ezen leszűkítést kutatásom agrárbiotechnológiai fókuszra eredményezi.

A biotechnológia mentén átszerveződő iparágakat mindenekelőtt összefonódás jellemzi. E meglehetősen puhának tetsző kifejezés mögött igen határozott folyamatok zajlanak, amelyek egyetlen bevált kifejezéssel nehezen lehet visszaadni. Nevezhetjük sűrűsödésnek, integrációnak, amely erőteljes koncentrációs folyamatok és hálózatosodás közös eredménye. Nem csupán a piaci szereplők számának csökkenése és méretének növekedése jellemzi, az tehát, amit a koncentráción klasszikusan ért a közgazdaságtan. Mindezen túl nem is csupán az

érintett iparágak közötti határok egyre inkább átjárhatóvá válása jellemző. E folyamatok – és további kísérőjelenségeik – új rendszert eredményeznek. Ez egyúttal új fogalmakat hívott életre. Ilyen az említett élettudományi iparág [lásd többek között Enriquez és Goldberg, 2001; Powell et al., 2005], szereplőit pedig olyan új konstrukciók révén próbálják leírni, mint amilyen a transzgénikus vállalat (*transgenic firm*) elmélete [Baarda, 2000].

Az összefonódás folyamata a következő fő átalakulásokban érhető tetten:

- horizontális integráció: a biotechnológia, mint számos iparágat átható új technológia, ezen iparágak egymásba fonódását katalizálta.³⁰
- vertikális integráció: ahhoz, hogy a technológia termékekben testesüljön meg, az ellátási lánc szereplői összeolvadások, felvásárlások mentén kapcsolódtak össze.
- stratégiai szövetségek, hálózatok: az új technológiát és tudást hordozó innovatív biotechnológia vállalkozások a biotech közösséget sok szálon összefogó együttműködéseket indukáltak.

E fejezet a biotechnológiai közösség létrejöttét, és azon belül a mezőgazdasági biotechnológia kapcsolódó területeit mutatja be e fenti folyamatok tükrében. Az agribusiness alig néhány évtizedes, a mezőgazdálkodástól már eltávolodó, iparosított fogalma e folyamatok és a szövetségek révén az inputok (mint vetőmagvak, műtrágyák, növényvédőszeresek, gépek és berendezések) kínálatától az élelmiszerfeldolgozóig és -kereskedőig terjedő láncolata új szerkezetet, komplex hálózat formáját ölti fel [Anon, 2000a]. Az irodalom nem tesz kísérletet a biotechnológia által érintett területek összevont, együttes, átfogó vizsgálatára. Kiterjedt az elemzése az integrációnak (kiváltképp a vetőmag iparágat érintő felvásárlásoknak), és rendkívül gazdag a biotechnológiai vállalkozások indukálta stratégiai szövetségek irodalma. Ahogyan általában a stratégia szövetségek teoretikus háttérét különböző elméleti irányzatok oldaláról közelítik – szervezetszociológiai, vállalatelméleti, ipargazdaságtani, stratégiaelméleti, nemzetközi üzletpolitikai és játékelméleti megközelítések [Tari, 1998] –, úgy a biotechnológiai szövetségek vizsgálatához is többféle elméleti keretet alkalmaz az irodalom. Mennyiségét, kiterjedtségét tekintve azonban egyenetlen egyfelől a biotechnológia befolyásolta

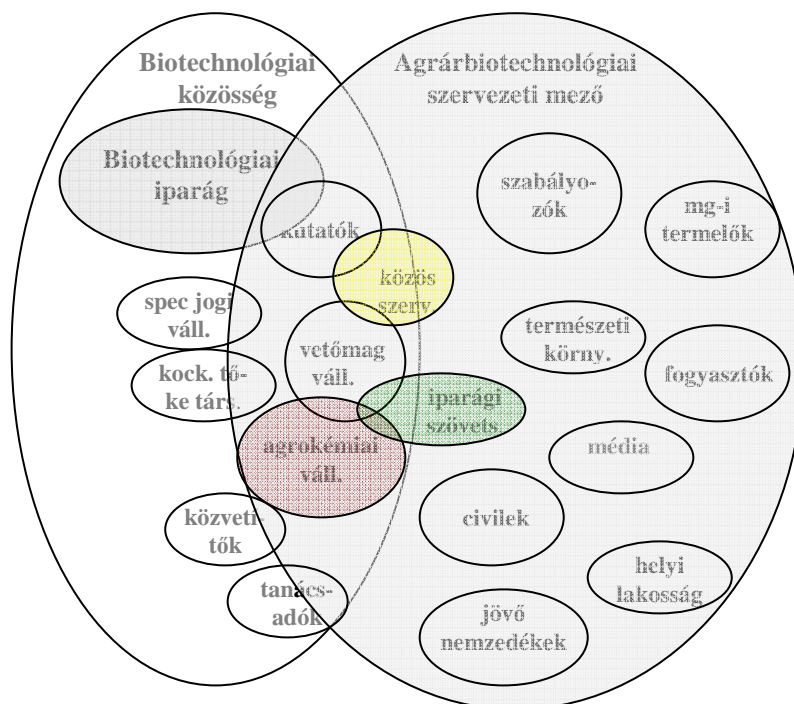
³⁰ Ennek egyik szeletére példa: az egyik agrárbiotechnológiára összpontosító nagyvállalat elnöke azzal a hasonlattal jelenítette meg a két érintett iparág összekapcsolását, hogy a vetőmag a boríték a biotechnológia – mint levél – kikézésében [Bijman, 2001a].

területek elemzése, az előbbiekhöz képest a vegyipar fókusz váltásainak elemzése például szinte érintőleges és esetleges. Ráadásul a koncentráció folyamatát a kutatók szinte kizárólag az ipari-szervezetelmélet talaján állva vizsgálják, amelyet néhány vállalati – stratégia fókuszú – esettanulmány egészít ki, ámbar kizárólag az ezredfordulóig terjedő időszakot elemezve. Másfelől – és a két megállapítás közül ez hordozza az alapvető, strukturális kritikáját az irodalomnak – a két fenti irány (hálózatosodás és koncentráció) egymástól szinte hermetikusan elkülönült kutatási területnek bizonyul. E folyamatok egyetlen rendszerben való vizsgálata hiányzik. Összességében a biotechnológiai stratégia szövetségek irodalma a – relatíve – kis és új biotech vállalatok oldaláról veszi szemügyre a biotech közösséget, a koncentrációt elemzők ugyane terepet a nagyvállalatok oldaláról közelítik.

A biotechnológiára vonatkozó irodalom a fogalmak használatában nagy változatosságot mutat. Kiváltképp az iparági szint azonosítása vezet vegyes eredményre. A biotechnológia több iparágon átívelő hatása ily módon valódi feladat elé állítja az iparági határokat meghúzni szándékozókat, sőt a vállalati határvonalak megrajzolásában is felmerülnek dilemmák. Powell és Brantley [1992] szerint a biotechnológiát egyenesen téves iparágként megfogalmazni. Ahogy több szerző érvel, az inkább technológiák sora, amely számos területet átrajzol [Powell, Koput és Smith-Doerr, 1996; Chiesa és Toletti, 2004]. Írásomban a biotechnológiai iparág (*biotech industry*) kifejezés a biotechnológiai vállalatokra vonatkozik csupán, nem tartalmazza tehát más iparágak biotechnológia által megtermékenyített területeit. Az egyik vezető iparági szervezet, a *Biotechnology Industry Organization (BIO)* meghatározását követve azon vállalatok tartoznak ezen iparágba, amelyek „elsődleges tevékenységüként ... sejtszintű és molekuláris folyamatokat alkalmaznak termékek előállítására, problémamegoldásra, ... például a nagy gyógyszeripari vállalatok tehát nem” [BIO, 2000], hiszen ott nem ez az elsődleges, fő tevékenység, hanem egy az alkalmazott technológiák közül. Egyes szerzők ezt az iparág megközelítést is túlságosan átfogónak értékelik, hangsúlyozván a mezőgazdasági, gyógyászati, környezeti, egyéb biotech vállalkozások különbségeit, elsősorban kutatási eredményeik eltérő alkalmazhatósága miatt [lásd például Barley, Freeman és Hybels 1992]. Mások viszont további vállalkozásokra terjesztenék ki az iparági határt: a nagy multinacionális vállalatokat, konglomerátumokat ugyan e szerzők sem tekintenék az iparág részének, ám a kifejezetten a biotech cégek nyomán létrejött vállalkozásokat – például a biotechnológia orientációjú kockázati tőke

társaságokat, a vonatkozó szabadalmakra, szellemi tulajdonjogokra specializálódott jogi cégeket – igen [lásd többek között Powell et al., 2005]. Ez utóbbiak részvétele – Barley, Freeman és Hybels [1992] szerint – nem iparágat, hanem biotechnológiai közösséget (*biotech community*) eredményez. A vegyipari-, gyógyszeripari, mezőgazdasági és biotechnológiai vállalatok összeolvadásaiból eredő, azok integrálódott, több iparág működési területét ötvöző nagyvállalatait az irodalom bizonyos része – főként az ezredforduló idején – élettudományi iparágként (*life science industry*) foglalta össze, e kifejezés azonban több okból (így az élettudományi konglomerátumok felbomlása, a mezőgazdasági vonatkozású biotechnológiával szembeni fogyasztói aggodalmak áttételes negatív hatása más biotech területekre) visszaszorulni látszik.

2. ábra Biotechnológiai iparág, közösség, szervezeti mező³¹



Forrás: Saját szerkesztés

Az agrárbiotechnológia szervezeti mezője (*organizational field*) – amely empirikus kutatásom terepe – a biotechnológiai iparág, a biotechnológiai közösség mezőgazdasági orientációjú elemeit, a releváns konglomerátumokat, valamint a nem-

³¹ Főbb szereplők. Az ábra nem tartalmaz minden kapcsolódást az átláthatóság korlátai miatt. Az egyes szereplők ábrabeli mérete nem tükrözi valódi méretét, súlyát stb. A kapcsolódások relevánsak és fontos jellemzők az ábrán, egyéb szereplők egymáshoz képesti elhelyezkedése nem hordoz egyértelmű jelentést.

piaci érintetteket foglalja magában. Azon szereplők összessége tehát, amelyek a biotechnológia mezőgazdasági alkalmazása révén érintettek. (A szervezeti mező fogalmát és tartalmát lásd kutatási tervnél a 4. fejezetben, szervezetelméleti háttérét pedig a 1. mellékletben.) A fenti fogalmak viszonyát az alábbi ábra mutatja.

A fogalomhasználatban végezetül érdemes kifejezésre juttatni, hogy a biotechnológiai vállalkozásokra még ma is java részt induló, keletkező vállalkozásokként tekintenek a kutatók. E társaságok elnevezésére legáltalánosabban a biotech cég (*biotech firm*) használatos, elterjedt a *Dedicated Biotechnology Firm (DBF)*, ugyanakkor visszaszorulóban a *New Biotechnology Firm (NBF)* kifejezés. Az agrárbotechnológia megjelenítésére a kifejezés mindkét tagjának – változatos – rövidítése fellelhető, az *agbiotech*-en keresztül egészen az *agbio*-ig.

3.1. Biotechnológiai vállalkozások stratégiai szövetségei

A kutatások egyik része a biotechnológiai közösség formálódását igyekszik a szövetségekre és hálózatokra vonatkozó elméletek tükrében feltárni [lásd például Barley et al., 1992; Powell et al., 2005]. Az irodalom másik hányada a szövetségek és hálózatok különböző elméleteit, tulajdonságait, hozadékát teszteli a biotechnológiai szövetségeken. Az utóbbi másfél évtizedben a szövetségeket illető vizsgálódásnak a biotechnológia mindinkább terepe. E fejezet elsősorban az iparág bemutatására szolgál, ugyanakkor vázolja azokat a kutatási irányokat, kérdéseket is, amelyekhez terepül a kutatók a biotechnológiát választották.

Senker és Sharp [1997] szerint nem minden innovációval kapcsolatos piaci tökéletlenségre jó válasz a stratégiai szövetség, ám akkor ha a következő öt körülmény fennáll – és a szerzők szerint a biotechnológia ilyen terület –, akkor feltétlenül.

1. Komplementer erőforrások állnak a felek rendelkezésére úgy, hogy az egymáshoz kölcsönösen illő eszközökhöz – tacit, vállalat specifikus és gyakran szabadalommal védett - tudás kötődik.

2. Ezen eszközök kölcsönös átadásához személyes és relatíve szoros kapcsolatokat feltételező tanulási folyamat szükséges. Jelentős szerepe van

3. a gyorsaságnak és

4. a rugalmasságnak. Ez utóbbi azt jelenti, hogy a szervezeti kapcsolatok változtatása – felbontása, újratárgyalása stb. – könnyebben kivitelezhető, mint a szervezeti integráció, az összeolvadás. A felek egyúttal úgy értelmezik, hogy a partneri viszony tartogat kockázatot, de vannak olyan jellemzői, amelyek fontosabbak akár az együttműködés konkrét eredményénél.

5. Kölcsönösség és bizalom jellemzi a kapcsolatot, a felek azzal a feltételezéssel élnek, hogy az oportunizmus elnyeri büntetését. A bizalom alapja a szellemi tulajdonjogok egyértelmű megfogalmazása [Senker és Sharp, 1997].

Habár biotechnológia számos, a szövetségek kötésének irányába ható jellemzőjében hasonlít a félvezetőipari vagy számítástechnikai vállalkozások indulására (például a gyors technikai változás, kis innovatív cégek jelenléte, jelentős K+F kiadások, a kockázati tőke nagy súlya, gyors növekedés), azokhoz képest látványos különbségek ragadhatók meg, amelyek tovább erősítik az együttműködések motivációit. Eltérés tapasztalható a cégalapító személyekben, amennyiben az IT iparág vállalatait korábban más vállalatoknál dolgozó mérnökök hozták létre, nekik tehát nagyobb valószínűséggel voltak ismereteik arról, hogy miként kell egy terméket piacra vinni, szervezetet vezetni, mint a biotech cégeket alapító kutatóknak, tudósoknak. Ráadásul míg az IT cégeknél hamar létrejött egy kézzelfogható kutatási eredmény, a termék prototípusa, az alapkutatástól kevésbé különböző biotech kutatásoknál ez nem történik meg. Ez a termékhez kapcsolódó menedzsment tudás hiányát tartósítja. Ezen kívül jóval hosszabb a K+F időszak részint az említett alapkutatáshoz közeli állapot, részint pedig azért, mert tipikusan hosszú engedélyezési folyamat előzi meg a piacra jutást. Minthogy a biotechnológia termékei közvetlenül a végső fogyasztóhoz – gazdához, orvoshoz stb. – kerülnek (a mikroelektronikai eszközök viszont általában valamilyen nagy rendszer alkatrészei), így e termékek marketingje drágább. Számos biotech termék piaca szűkebb, így a elektronikai ipar sikerében oly fontos méretgazdaságosság itt nem játszik akkora szerepet. Ezen kívül az IT iparág nagyvállalatai olyan képességekkel és eszközökkel rendelkeztek, hogy könnyen léptek be az induló cégek megnyitotta új piacokra. A vegyi-, gyógyszeripari, mezőgazdasági nagyvállalatok ellenben akkor még alig kezdtek saját biotech K+F-be, így önállóan nem voltak képesek e piac szereplőivé válni. Ezt tetézi a szabályozási bizonytalanság és a közvélemény ellenállása: az elektronikai termékekben nem láttak/látnak a szabályozók és fogyasztók akkora kockázatot, mint az agrárbiotechnológiai produktumokban [Barley et al., 1992].

3.1.1. Szövetségek motivációi

A biotech vállalkozások indukálta szövetségek három évtizedes történelmét relatíve sok kutató dolgozta fel, sajátos trendeket vázolva, érdemleges szakaszolásokat adva, különböző szereplők szemszögéből vizsgálódva. Munkájuk közös pontjának a legelső évtized értelmezése mutatkozik, amelyet szinte valamennyi mű elkülönülő egységként kezel. Az 1975–1987 közötti időszakot nem csupán a biotechnológiai vállalkozások számának rendkívül gyors gyarapodása jellemezte; ugyanez mondható a szövetségek létrejöttéről is. A cégalapítási folyamatokat vállalkozó szellemű kutatók, az akkoriban készséges kockázati tőke bősége [Barley et al., 1992], valamint éppen a stratégiai szövetségek kötése segítette. Ezen korai együttműködési megállapodások kulcstényezője a technológiai, szervezeti és pénzügyi erőforrások aszimmetrikus megoszlása volt [Orsenigo et al., 2001].³²

Érdekházasságként írhatók le e megállapodások [Senker és Sharp, 1997], amelyben a felek komplementer erőforrásaikat adják hozományként, s ahol a túlélésnek alapvető feltétele e házasságok létrejötte, s vele a hiányzó erőforrások pótlása. A biotech cégek ablakot nyitnak a technológiára (*window on technology*) [Forrest és Martin, 1992; Barley et al., 1992; Senker és Sharp, 1997; Chiesa és Toletti, 2004]. Olyan területre, a molekuláris biológia misztikumába kalauzolja a nagyvállalatokat, amellyel azoknak korábban semmilyen tapasztalatuk, kapcsolatuk sem volt. A korábbi befektetéseik teremtette eszközeik, tudásuk, képességeik ráadásul megkötötték kezeiket, s ez az útfüggés nagyban akadályozta, hogy egy csapásra új, multidiszciplináris és komplex kutatási területre lépjenek [Deeds, Decarolis és Coombs, 1999].

A biotech cégek mindezt ötletben, technológiában, tudományos tudásban bővelkedve tették, szűkében voltak ellenben pénzügyi forrásoknak, vállalati, vezetési kompetenciáknak és – keletkezőben lévő iparágként, vállalatokként – legitimitásnak. A multinacionális vállalatok élvonalbeli kutatásokra vágytak, az alap- és alkalmazott kutatásokhoz csak így fértek hozzá [Gambardella, 1995]. Ahhoz ugyanakkor, hogy e

³² A kezdeti szövetségek vizsgálatának lehetőségét ugyanakkor több szerző is kétségbe vonja. Az 1980-as évek ugyanis számos informális, nem dokumentált kapcsolatnak volt tanúja; Barley et al. [1992] szerint ráadásul ezek voltak túlnyomó többségben. A formális szövetségek létrejöttét ösztönözte ezen évtized végétől néhány fontos külső, intézményi tényező az Egyesült Államokban: laissez-faire szabályozási filozófia Ronald Reagan elnöksége idején, a Federal Trade Commission (FTC) gyengülése és egy, a szervezetek közti kooperációt segítő új törvény születése.

tudásból végül termék szülessen, a szervezetek széles és változatos körének tudására, erőforrásaira volt szükség: a fentieken kívül mindenekelőtt egyetemek, állami kutatóintézetek és kockázati tőke társaságok közreműködésére [Powell et al., 2005]. Biotechnológia szövetségek tagjainak (biotech cégeknek és nagyvállalatoknak) az együttműködési motivációit tárta fel Forrest és Martin [1992]. Kisebb gyakorisággal, de szerepelt a biotech cégek válaszaik között, hogy ily módon szeretnék elkerülni a felvásárlást, részesülni a partner méretéből adódó előnyökből (méretgazdaságosság, lobbierő) és menedzsment kompetenciák birtokába jutni. Ez utóbbi a szerzők magyarázata szerint azért csak kevés biotech cég válasza, mert az iparág rövid léte alatt is mintegy hagyománnyá vált ezen szakértőket nagyvállalatoktól kölcsönözni [Forrest és Martin, 1992], illetve ezt a szerepet gyakran kockázati tőke társaságokra testálni.

A szereplők és motivációk összességében mindazonáltal ennél jóval számosabbak és összetettebbek, valamint idővel is változnak. A nagyvállalati részvétel céljait illetően Senker és Sharp [1997] három fázist különböztet meg. A biotechnológia lehetőségeinek megismerése a fő cél az induló szakaszban. Ezzel párhuzamosan máris megkezdődött a házon belüli saját biotech kutatási kompetenciák és laboratóriumok kiépítése, s a technológia beszerzése, éspedig legalább kettős céllal. Munkált benne a szövetségbeli kölcsönös függőség oldási szándéka, jöllehet – a technológia újdonsága, gyors változása, valamint lehetséges hatásaiban, illetve más területekkel való potenciális összekapcsolódásaiban rejlő komplexitása miatt – nyilvánvaló volt, hogy túl nagy vállalkozás volna egyetlen szervezetben megtestesíteni valamennyi szükséges funkciót és kompetenciát.

A saját biotech kutatási kapacitások létrehozásának gyakorlatiasabb oka az volt, hogy ily módon válhatott képessé a vállalat érteni, követni, értékelni és ellenőrizni azt, amit a szövetséges biotech vállalkozás alkotott. Az 1980-as évek végére szinte kivétel nélkül valamennyi Egyesült Államok-beli és számos európai nagyvállalat saját molekuláris biológiai kutatási programot indított [Zucker és Darby, 1997]. Ebben a fázisban fontos feladatuk annak felmérése volt, hogy vajon a nagy előnyökkel kecsegtető új technológiák valóban a jövőbeli termékfejlesztés és majdani profit forrásai lehetnek-e. A harmadik fázist a szerzők a piacra lépés időszakaként jelölik meg [Senker és Sharp, 1997].

Powell et al. [2005] a biotech szövetségek történeti dinamikáját táncmulatság analógiával mutatja be, ahol változnak a táncosok, a párok, és a zene is rendre cserélődik. Ez utóbbin a szövetségek típusát érti: kutatási, kereskedelmi, finanszírozási együttműködések, licencszerződések stb. váltják egymást, kerülnek túlsúlyba, vagy éppen szorulnak vissza. Fentihez hasonló történeti tagolásából ugyancsak a második fázist emelem ki, mely azonban a biotech vállalkozások oldaláról közelít. A kezdeti kutatási fázis nyomán – csakúgy, mint a nagyvállalatok – a biotech cégek is eltanultak némely kompetenciákat. Ezen időszakban állami K+F pénzek és kockázati tőke bevonása révén függetlenednek.³³ stabilizálódnak, ám többségük ezt azon felismerés mentén teszi, hogy célja ellenére sosem nőheti ki magát integrált, a biotech termékfejlesztés és értékesítés valamennyi lépését egymaga kivitelezni képes intézménnyé.³⁴ Olyan szereplő e szervezeti mezőben, mely egymaga képes volna a tudományos, a szervezeti és a menedzsment képességek teljes szükséges körét kifejleszteni, nemcsak a biotech vállalkozások között, hanem egyáltalán nincs. Fontos jellemző ugyanakkor a jelentőssé váló biotech cégek fejlődéstörténetében az, hogy stabilizálódásukhoz – Powell [1996] kutatásai szerint – nem önnön érdemeik, hanem a szövetségi hálózatban betöltött központi szerepük járul főként hozzá. Képesek sűrű és sokféle kapcsolódásra, úgymond „többszólamú” partnerségre. Azaz diverz szövetségesekkel (például pénzügyi forrásokat egyszerre tudnak nagyvállalatoktól, állami kutatási alapoktól, kockázati tőketársaságoktól szerezni), egyszerre számos funkcionális területen (technológiai, kutatási, kereskedelmi stb. együttműködések) teremtenek kapcsolatokat.³⁵

A stabilizálódás egyúttal célponttá teszi e társaságokat: potenciális munkaerőforrásként vagy felvásárlás tárgyaként tűnnek fel. Ahogy egyébként a kirázódás, úgy a vonzóbb vállalatok kimazsolázása, felvásárlása sem vált tömeges gyakorlattá a biotech cégek körében.³⁶

³³ E változást jelzi, hogy az 1990-es évek elején a gyógyszer értékesítési toplista élén álló biotech alapú termékek mindegyikét gyógyszergyártó forgalmazta, 10 évvel később az első 10 terméket biotech cég fejlesztette, és közülük ötöt maga a biotech vállalat forgalmazta is [Powell et al., 2005].

³⁴ Sokat idézett kivétel az Amgen, amely jelentős és önálló gyógyszeripari szereplővé serdült.

³⁵ A stratégiai szövetségek mögött meghúzódó négy alternatív kapcsolódási logikát azonosít Powell et al. [2005]. Az (i) előnyök összeadódására építő, (ii) a hasonlók egymáshoz vonzódásán (homofília) alapuló, (iii) a trendek követését forszírozó logika mellett (iv) a többszörös és többirányú kapcsolódást (*multiconnectivity*) célzó szövetség építés jellemző. Ez utóbbi – az iparági és egyéb résztvevők számának növekedésével –, a kapcsolatok sokfélesége, diverz volta nyer teret.

³⁶ A nagyvállalatok számára hamar világossá vált, hogy a felvásárlás nyomán a kulcsfigurák többnyire távoznak a cégtől, s elvész a vállalat emberekben megtestesült tudása, értéke. [Forrest és Martin, 1992] A biotech cégek munkatársai ráadásul nemcsak, hogy gyorsan elhagyták az új tulajdonost, de a

Mindezen fejlemények – tehát a keletkező iparág és vállalatainak megerősödése –, valamint annak ellenére, hogy néhány nagyvállalat éppen ellenkező útra kényszerült és e folyamatok periferiájára szorult, a szoros összekapcsolódások mintája továbbra is fennmaradt. Akkor is, amikor a kiegészítő szerepek, az egymásnak nyújtott komplementer erőforrások már nem voltak annyira kizárólagosak. Ez Powell et al. [2005] szerint azt jelzi, hogy a kiegészítő erőforrások cseréjében rejlő eredeti ösztönző tágabb értelmet nyert: az érintett vállalatok a K+F szövetségek és közös termékfejlesztések új formáit keresik ezen innovációs hálókbán. Mindez egyértelműen az Egyesült Államokra és Kanadára vonatkozik. Európában nemcsak a biotech cégek alakulása tehető későbbre: a nagyvállalatok fenntartásokkal tekintettek e területre, s csak évtizedes hezitálás után, az 1980-as évek közepén kezdték jelentősebb kutatási beruházásaikat, amelyeket egy ideig továbbra is hagyományos egyetemi-tudományos kapcsolataik mentén szerveztek [Senker és Sharp, 1997].

A szereplők gazdagságát illetően Barley et al. [1992] kutatását érdemes kiemelni, ők a biotechnológiai közösség tíz tagját vizsgálták. Az induló biotechnológiai cégek mellett ők idesorolják (a vegyi, agrokémiai, gyógyszeripari, energetikai és agrár-) vállalatokat is. Ezeken kívül, egyetemek, kutatóintézetek és a kockázati tőke társaságok, valamint az információ és az erőforrások elosztásában részt vevő állami biotechnológiai központok, a K+F eszközök beszállítói, közvetítők, tanácsadók és az eredmények tesztelésébe bevont szervezetek (esetükben kórházak, más szerzőknél vetőmagtermelők, gazdák) tartoznak ide. Chiesa és Toletti [2004] az agrárbiotechnológia oldalán élelmiszergyártókkal és -kereskedőkkel kötött szövetségeket is hangsúlyozza. Az iparág szolgáltatói körébe tartoznak továbbá a kifejezetten biotech szabadalmakra, szellemi tulajdonjogokra szakosodott jogi cégek. Ezen partnerek és partnerkapcsolatok önálló elemzése kifejezetten ritka. Példája Shohet és Prevezer [1996] kutatása, amelyben egyetlen csoport, a közvetítők szerepét tárták fel Nagy-Britanniában.³⁷

maguk lábára is álltak, új versenytársakat kreálva. Így alapítottak a Hybritech munkatársak több mint 40 céget kevésbé azután, hogy a vállalatot felvásárolta az Eli Lilly [Powell et al., 2005].

³⁷ Három modelljük a közvetítők más-más lehetséges szerepkörét ragadja meg. Az úgynevezett „tudás modell”-ben a közvetítők a tudás közvetítői; a „pénzügyi/gazdasági modell”-ben a technológia transzfernek immáron központibb figurái, a licenc- és szabadalmi díjak fogadói, kezelői; míg a „szerződési modell”-ben kulcsszereplők: a technológiai felhasználói, a kutatók, és a finanszírozók kapcsolatait fűzik össze [Shohet és Prevezer, 1996].

3.1.2. Legitimáció a szövetségben

Szervezetközi kapcsolatok létrehozása a vonatkozó irodalomban hangsúlyozottan a legitimitás megteremtésének egyik eszköze. A gazdaságban, a piacon, vállalati határokon belül – azaz már nem csupán elvont kutatóhelyeken, misztikus laborokban – végzett tevékenység nyeri el a gazdaság, a piac elfogadott, érett szereplőinek partnerségét. E kapcsolódások látványosak, láthatóak, s ezzel további szereplők számára teszik mintegy könnyen észrevehetővé a biotech vállalkozást, azaz rávilágítanak a létére.

A biotechnológia cégek pusztá megmutatásán túl a szövetségi kapcsolat mintegy automatikusan *asszociatív legitimitást* [Baum et al., 2000] kölcsönöz. A szövetségben jelen lévő, elfogadott, legitim partnerek „dicsfénye” vetül az új szereplőkre (*legitimacy spillover*, Kostova és Zaheer [1999]), az érett vállalat tapasztalati privilégiumaiból juttat, s referenciaként erősíti a biotech cégek beágyazódását, önnön legitimitásuk megteremtését.

A legitimitás ily módon egy a szövetség révén hozzáférhető erőforrások, kiegészítő eszközök közül. Ahogy a szövetség stratégiai és működési know-how-t, stabil cserekapcsolatokat, innovációs képességeket, pénzügyi forrásokat stb. nyújt, úgy biztosítja a működés külső szemlélők, partnerek általi elfogadását, jóváhagyását [Baum és Oliver 1991], általa élvezője lehet a potenciális vásárlók, beszállítók, alkalmazottak, együttműködő partnerek és befektetők termékekről és szolgáltatásokról feltételezett megbízhatóságnak és minőségnek [Hannan és Freeman, 1984].

A legitimitás csakúgy, mint más erőforrások (többsége) elengedhetetlen a működéshez és túléléshez, jelentős segítség az indulásnál. Fontos különbség azonban, hogy míg más erőforrások akár hosszú távon is kizárólag a partnerek hozzájárulásaként lehetnek jelen, a legitimitás tekintetében a biotechnológiai vállalkozás önállósulni kénytelen: azt maga számára kiépítenie szükséges. A szövetségi kapcsolatrendszer természetesen védőhálóként továbbra is funkcionál.

Érdemes kiemelni bizonyos kettőségeket. Ilyen kettőség, hogy mindez releváns nem csupán szervezeti szinten, adott biotechnológiai vállalkozás esetében, ugyanezek megfogalmazhatóak a biotechnológiai iparág szintjén. Izgalmas kettősség továbbá, hogy a szervezetközi kapcsolatrendszernek egyszerre hozadéka e juttatott, közvetett legitimitás, s ezen érem másik oldala, a legitimitás hiányából eredő

kockázatok csökkentése. A szövetség pufferként szolgál [Baum et al., 2000], kedvező jelzéseket küldve akkor, amikor a vállalatnak és iparágnak a jellemzői, képességei még nem bontakoztak ki, illetve a legkevésbé sem köztudottak. Ez utóbbi pedig szervezetközi legitimitás megteremtésének újabb kettőségét jelzi. A stratégiai szövetségben egyfelől gyarapodnak, elmélyülnek vállalat képességei (új kompetencia lehet például a hálóba való beépülésnek, a kapcsolatok menedzselésének módja is), sajátos tanulási folyamatok révén stabilizálódhat léte és legitimitása. A partnerkapcsolatok másfelől befolyásolhatják más szereplőknek a vállalatról alkotott képét, percepcióját, függetlenül a közösség vagy a vállalat jellemzőitől, és ez szintén legitimációs tényező.

A biotechnológiához a szövetségek, hálózatok oldaláról közelítő kutatók a szervezetközi kapcsolatba ágyazottság legitimációs vonatkozásait nem, illetve csak bizonyos részleteiben vizsgálták. A kapcsolatrendszer létének legitimációs hatásait axiómaként kezelve figyelmüket inkább a szövetségi háló egyes jellemzőinek és a biotech vállalkozások, illetve iparág bizonyos sikerjellemzőinek összefüggését elemezték. Adottság tehát a kutatásokban, hogy a hálózati tagság legitimációs tényező. A legitimitás tehát részletekben vagy éppen közvetve (túlélés, sikeres partnerkapcsolat stb.) révén érhető e kutatásokban tetten. Mindezek közül kiemelendők az iparág és a szervezeti mező alakulására vonatkozó alábbi – populációs ökológiára építő – magyarázatok.

A biotech cégeknek az Egyesült Államokban az 1980-as években bekövetkező lendületes alapítási hullámát az elemzők jelentős részének várakozása szerint bukási hullámnak – kirázódásnak – kellett volna követnie [Powell, 1996]. Ezzel szemben a biotech ipar első 15 évében az induló társaságoknak csak mintegy 9 százaléka fejezte be működését, ami más iparágakkal összevetve igen alacsony halálozási aránynak számít [Barley et al., 1992]. E relatíve stabil túlélésnek az okát éppen a szövetségek kötésében látják. Az újak, illetve a kicsik halandósága (*liability of newness*, *liability of smallness*) a biotechnológiai cégek között kevésbé jellemző [Barley et al., 1992; Powell, 1996; Baum et al., 2000]. Powell, Koput és Smith-Doerr [1996] ebben a közegben inkább a *liability of disconnectedness* veszélyéről és következményeiről beszél, és a szövetségi szálakkal más szervezetekhez kevésbé kötődő biotech cégek bukását valószínűsíti.

3.2. Integráció és koncentráció

A mezőgazdasági biotechnológia több iparágon átívelő elemzést vár el. A technológiát, terméket előállító biotechnológia, az azt alkalmazó mezőgazdaság (pontosabban a vetőmagtermelők és forgalmazók), az ugyanezen kutatási eredményekre építő gyógyszer-, műanyag- és környezeti iparágak, valamint a kiegészítő terméket gyártó agrokémiai iparág képviselői az utóbbi időben egyaránt fellelhetők a piacot uraló nagyvállalatokban. Mára – a főként az 1990-es években zajló összeolvadások, felvásárlások következtében, a gyógyszeripartól az ezredfordulón történt eltávolodás ellenére is – rendkívül koncentrált a terület. Mindössze 5 – *Gene Giants*-ként elhíresült – nagyvállalat, a Bayer, a Dow, a DuPont, a Syngenta és a Monsanto uralja a terepet. Ezek valamennyi vonatkozó iparágban az óriáscégek között szerepelnek, iparáganként 23-100 százalék között mozgó együttes piaci részesedéssel. Vegyi, agrokémiai, vetőmag piaci és biotech vállalatokat egyaránt a magukénak tudhatnak; a leányvállalatokon kívül vegyesvállalatok és stratégia szövetségek sokszorozzák meg a kapcsolódásaikat.

Az integráció és koncentráció folyamata részben a biotechnológia speciális jellemzői³⁸, részben az egyes iparágakban és a világgazdaságban ettől mondhatni függetlenül zajló folyamatok, a globális verseny eredménye. Így például az ún. agrár-élelmiszer ellátási lánc (*agrofood chain*) vertikális integrációját ez felerősítő jelenség, ám korántsem az egyetlen magyarázó tényező.

3.2.1. Koncentrációs előzmények, trendek

Az átalakulás a következő fő lépések mentén jött létre. Az alábbi csoportosítást, illetve menetrendet, lépéssorozat összefoglalóját King [2000] és Brennan et al. [2000] írásai, az érintett iparágak elemzése,³⁹ valamint az angolszász üzleti média cikkei⁴⁰ alakítottuk ki.

A legtöbb mai vetőmagtermelő agrárbiotechnológiai óriáscég elődjét alapvető tevékenysége a gyógyszer- vagy a vegyiparhoz kötötte.

³⁸ Nagy bizonytalanság, jelentős K+F ráfordítás igény, alapkutatáshoz közeli jelleg, hosszú fejlesztési, engedélyeztetési, piacra jutási időszak stb.

³⁹ Lásd például Kindinger [1998]; Kalaitzandonakes [1998]; Hayenga [1998]; Kalaitzandonakes és Hayenga [2000]; ERS, 2004a, 2004b, 2008.

⁴⁰ Lásd például Anon [1997]; Grant [1997]; Gillis és Swardson [1999]; Anon. [2000b]; Eichenwald et al., [2001]; Weissman [2004].

1. Az 1980-as évek viszonylagos vegyipari stagnálása sok társaságnál a vegyipar értékesítését vonta maga után. Ez tőkét szabadított fel: forrást a diverzifikációhoz, más iparágakba való belépéshez. Ez kétféleképpen történt: vagy a K+F tevékenységen keresztül kapcsolódtak be új iparágakba a cégek, vagy felvásároltak meglévő társaságokat. Mindezt jól érzékeltetik a következő vállalati példák. A brit vegyipar, az International Chemical Industries (ICI) ugyanezen néven különválasztotta vegyi részlegét, s Zeneca néven megalapította a gyógyszerek, növényvédők gyártására, vetőmagvakra és az agár-biotechnológiára fókuszáló külön társaságát. Az amerikai Monsanto nemcsak leválasztotta, el is adta vegyipari tevékenységét, hogy azontúl a biotechnológiára koncentráljon. A DuPont az olaj üzletágát értékesítette, és az amerikai vetőmagipar akkori legnagyobb szereplőjét, a Pioneer Hi-Breed-et vásárolta két részletben fel.

2. Ez az időszak egyúttal a nagy vegyi- és gyógyszeripari társaságok fúzióinak ideje. Ilyen eset a német Hoechst és a Schering közösen indított mezőgazdasági és környezeti termékeket gyártó cégének, az AgrEvonak a megalapítása, amelyhez később (két biotech vállalat és négy vetőmag cég felvásárlása után) a Rhone-Poulenc is csatlakozott, miáltal létrejött az Aventis.

3. A mezőgazdaságba már bevont vegyipar számára a vetőmag társaságok felvásárlása volt a következő logikus lépés, hiszen termékeik egymás kiegészítői.⁴¹ A felvásárlások mellett szövetségek is létrejöttek. Mint amilyen a Monsanto és az amerikai vetőmag óriás Cargill közös projektje, amelynek ún. „minőségi élelmiszerek kifejlesztése és értékesítése” a célja [Monsanto, é.n.]. Ez egyszerre jelentette a gyors hozzáférést a nagy állományokhoz, a még fejlesztés alatt álló új fajtákhoz, a növénytermesztési erőfeszítésekhez szükséges tőkéhez és egyéb eszközökhöz, a kisebb cégek szellemi tulajdonához, know-how-jához. Mindössze négy esztendő alatt – 1995. és 1998. között – közel 70 vetőmag céget vásárolt fel vagy vont közös vállalkozásba csoportnyi multinacionális vállalat.⁴²

5. Az új biotechnológiai K+F tevékenységet egyszerre használni a gyógyszeriparban és a mezőgazdaságban pedig olyan gondolat, amely óriási

⁴¹ Nem ez volt a vegyipar első kitekintése a vetőmagiparba. Az 1970-es évek hasonló felvásárlási hullámot mutat; akkor az Egyesült Államokban a növénytermesztés eredményeit védő új szabadalmi törvény tette hirtelen vonzóvá a cégeket.

⁴² A legtöbbet a Monsanto, mely külön sokkolta a piacot 1998-ban egy alig nyolc héten át tartó felvásárlási „hadjárat”-al, minek eredményeként a vetőmag piacon addig nem is jelenlévő szereplő a legnagyobbá küzdötte fel magát, és így valamennyi érintett ágazat élbolyában szerepel.

élettudományi konglomerátumok megszületéséhez vezetett. Technológiai és üzleti szinergikus hatást reméltek az egyre-másra egyesülő cégek.

6. Az élettudományi stratégiát azóta „evolúciós balesetnek” [Thayer, 2001] ítélte meg az integrált cégek többsége. A nagy társaságok szinte össze sem álltak, s máris leválasztották, eladták vetőmagipari, növényvédelmi érdekeltségeiket.⁴³ Magyarázatként (i) a várt K+F szinergiák elmaradását; (ii) a génmódosított élelmiszerek vegyes fogyasztói fogadtatása miatt keletkező nyereségességi bizonytalanságokat és a hírnéven esetleg eső csorbát, valamint azt sorolták; (iii) hogy így igyekeznek megelőzni a szabályozó hatóságok és piacvédelmi szervezetek esetleges negatív reakcióit, hiszen néhány gabonafajtát illetően a piaci koncentráció így is felülmúlt minden korábbit [King, 2000]. Így vált szét röviddel egyesülése után a Monsanto és az Upjohn úgy, hogy a Monsanto hátrahagyta gyógyszer vonatkozású tevékenységeit, vitt ellenben minden növényvédelmi és vetőmagipari tevékenységet. Így választotta le a frissen egyesült Aventis a mezőgazdasági irányt, s hozta létre az Aventis Cropscience-t, amelyet aztán gyorsan értékesített is. A vásárló, a Bayer ezzel vált mára egyedüli élettudományi céggé, mely címkét ugyanakkor nem használja.

A koncentráció és terjeszkedés során került tehát sor – Senker és Sharp [1997] definícióját alkalmazva – horizontális és vertikális integrációra, valamint konglomerátum összeolvadásra is. Horizontális példa az induló biotechnológiai társaságok összeolvadása, vertikális integráció jellemző a K+F, illetve az ellátási láncban történt felvásárlásokra, azaz ilyen a vetőmag iparág jelentős hányadának akvizíciója az új terményeket létrehozó társaságok által. (Ez továbbgyűrűzik, következik a szállítók és néhol maguk a termelők, a gazdaságok felvásárlása). Konglomerátum összeolvadásként értékelem a különböző iparágak cégeinek egymásra találását. Az 5. táblázat az öt legnagyobb mezőgazdasági biotechnológiában érdekelt vállalat fő felvásárlásait mutatja, jelezve, hogy a beolvadó, fuzionáló vállalat elsősorban milyen iparági háttérű.

⁴³ Néhány vegyipari cég ugyanakkor inkább mezőgazdasági irányt vett, s a koncentrált, nagy tőke- és K+F igényű gyógyszeriparról hátrált ki (lásd például DuPont, BASF).

5. táblázat Agrárbiotechnológiai koncentráció és integráció: felvásárlások és fúziók

	Bayer	Dow Chemicals	DuPont	Monsanto	Syngenta
Konglo- merátum	Aventis AgrEvo Rhone-Poulenc			Seminis	Novartis AstraZeneca
Agro- kémia	Hoechst & Schering	Dow Elanco			Ciba-Geigy Sandoz
Biotech	Plant Genetic Systems Plant Tech	Mycogen Ribozyme Pharmaceuticals	Human Genom Sciences Curagen	Agracetus Calgene DNA Plant Techn. Ecogen Millenium Pharmaceutical	Mogen Int'l Japan Tobacco
Vetőmag	Nunhems Vanderhave Plant Genetic Systems Sunseeds Cargill Us Limagrain Pioneer Vegetable Genetics	Mycogen United AgriSeeds	Pioneer Hybrinova	DeKalb Asgrow Holden's Found. Seeds Cargill Int'l Petoseed Plant Breeding Int'l Royal Sluis Seminis	Advanta Northrup-King S&G Seeds Hilleshog Ciba Seeds Rogers Seeds

Forrás: RAFI [1999]; Falcon és Fowler [2002]; ERS [2004a, 2004b]; ETC Group [2005, 2011] nyomán

Az eddig erőteljesen zajló, főként a koncentráció mai jelentős mértéke miatt mára úgymond lendületét vesztt, de kitartó integrációt, valamint a multinacionális vállalatok egyre fajsúlyosabb jelenlétét alapvetően a következő tényezőkkel magyarázzák az ipari szervezetelmélet bázisán íródott elemzések:

1. méret- és változatgazdaságosság;⁴⁴
2. szellemi tulajdonjogok védelme (*intellectual property rights*, IPR), mely a korlátozott monopólium pozícióját biztosítja a jogokkal rendelkező társaság vagy egyén számára;⁴⁵

⁴⁴ A méretgazdaságosság a termelés növelése révén csökkenő átlagköltséggel, a változat gazdaságosság két- vagy többféle termék külön-külön gyártásának összegzett költségeinél az együttes előállítás alacsonyabb a teljes költsége miatt hat a koncentráció irányába. Azaz a nagyobb és szerteágazóbb, jobban diverzifikált vállalat alacsonyabb átlagköltség mellett termel, ami hatásos ösztönző a növekedéshez. Valójában azok a cégek, amelyek elszalasztják ezt az alkalmat, azt kockáztatják, hogy egy alacsonyabb költségű nagyobb méretű rivális kiszorítja a piacról.

⁴⁵ A mögötte meghúzóó érvelés szerint az IPR ösztönzőként kíván szolgálni arra, hogy a birtokosa további kutatásokat folytasson, ő és mások is fektessenek tőkét hasonló szellemi termékek megteremtésébe, az azzal járó előnyök kizárólagos élvezete végett. Ez vertikális integrációt, szorosabb stratégiai szövetségek fonását egyaránt ösztönözheti. Ha az IPR tartalmát és határait jól körülírta, meghatározta a szabályozó, akkor a szövetség a valószínűbb, mert a tárgyalásoknak, a monitorozásnak

3. keresleti oldalon a biotechnológiai termékek helyettesítő és kiegészítő volta. Kiegészítő termékekről van szó a génmódosított növényfajta és a csak hozzáillő, számára kifejlesztett vegyszerek viszonylatában: csak azzal gyarapodik optimálisan, sőt egyáltalán csupán annak a jelenlétét „viseli el”. Az agrárbiotechnológia tehát maga teremtette e közeli, szoros kiegészítő termékpárost. Ez közvetlenül vezet a különböző iparágakból származó – gabona- és vegyi – cégek fúziójához. A szakirodalom kiemeli az eszkalációs stratégiát, amely a cégeknek az az előre menekülési útvonala, amikor óriási összegeket áldoznak K+F-re annak érdekében, hogy a piacon vezető szerephez jussanak. Giannakas és Fulton megfogalmazásával élve: bakugrással igyekeznek versenytársaik elébe kerülni és domináns céggé válni. [Giannakas és Fulton, 2000]. Sikeres K+F beruházásaik révén „technológiai vezetőkké” válnak egy piaci szegmensben új, vagy továbbfejlesztett terméket kínálva [King, 2000]. Erre nyereséghez vezető módon akkor van esély, ha a termék a riválisok termékeinek közeli helyettesítője. Az agrárbiotechnológia teremtette kártevő- és növényvédőszer ellenálló fajtákat és a velük együtt járó vegyszereket az irodalom egyértelműen a hagyományos fajták helyettesítő termékeiként kezeli.

4. Egyebek, mint kockázatok, szabályozók előírásai, minőségbiztosítás egyre erősebb hangsúlyozása, az előírások követésének költségei, az innovációs életciklus hossza, a biotechnológiai áttörések, a tőzsde terjeszkedése és egyfajta „a nagyobb jobb” filozófia [Brennan et al., 2000].

3.2.2. Legitimáció integrálódás és diverzifikálás révén

A legitimitás menedzselésében az 2.2. fejezetben meghatározott három irány – a legitimitás megteremtése, fenntartása, illetve visszaszerzése – Tilling [2004] tipológiájában egy negyedik, a konglomerátumok, illetve a diverzifikálás esetében különösen figyelmet érdemlő elemmel bővül. Véleménye szerint a legitimitás kiterjesztése (*extending legitimacy*) az előbbiektől elkülönülő kategória. Az új piacokra, iparágba lépés, átlépés, valamint a meglévő piachoz, iparágához való új, megújult viszonyulás esetére tartja fenn e fogalmat.

Az illető szereplő adott terepen megszerzett legitimítást visz tehát új terepre.

és a szerződések betartatásának alacsonyabbak a tranzakciós költségei. Amennyiben az IPR-nek vannak úgymond kiskapui, azt ki lehet használni, vagy a szellemi tulajdon jog intangibilis javakra vonatkozik, amelyeket eleve nehéz nyomon követni, az ezekre vonatkozó szerződéseket keresztülvenni, akkor a vertikális integrációt valószínűsítik [Giannakas és Fulton, 2000].

Ez esetben saját „dicsfénye” vetül saját további tevékenységére, s ezzel az asszociatív legitimitáshoz hasonlítható. A Suchman-i legitimitás tipológiának talán a morális eleme köthető e kiterjesztéshez a legközvetlenebbül. Azon belül például az eljárási legitimitás – a helyes út követése – kapcsolható: adott vállalatnak a kiinduló tevékenysége után az új tevékenységről is feltételezhető a legitimitása, lévén ugyanarról a szervezetről van szó, ugyanazon értékrenddel, normarendszerrel, eljárásrenddel. Mindez természetesen összetettebb értékelést kíván, kiváltképp, ha a diverzifikáció más szervezetek felvásárlásával jön létre. Mindenesetre a legitimitás lehetséges egyik forrásaként fontos felvetni az agrárbiotechnológiai fejlesztéseket végző és termékeket előállító nagyvállalatok esetében a korábbi tevékenységükből eredeztethető legitimitást.

Vagy éppen ellenkezőleg: azon delegitimációs érvelést, amelyet egyes biotechnológiai vállalatoknál korábbi vegyipari problémáikból (balesetek, hadianyaggyártás),⁴⁶ illetve általában az – élelmiszergyártással alkalmasint nehezen rokonítható – vegyszergyártásból ered. Ez ugyanakkor visszavezet a legitimitás fenntartásának és helyreállításának témaköréhez.

A biotechnológiai közösség, s benne a mezőgazdasági biotechnológia által közvetlenül érintett iparágak folyamatainak ennél részletesebb elemzését adom a Matolay [2005] műhelytanulmányban. Az élelmiszeriparra vonatkozó iparági, ellátási láncbeli nemzetközi hatásokat foglalja össze a Pataki és Matolay [2008].

⁴⁶ A Monsanto-t a vietnámi háborúban bevetett Agent Orange hatóanyaga miatt ma is támadják, története ezen elemét gyakran hangsúlyozzák anti-GMO aktivisták.

4. Az empirikus kutatás módszertana

Az agrárbiotechnológia megjelenése radikális változásokat indukál. A technológia megjelenése nem csupán a termékre, annak előállítására van hatással, hanem mindezen túl alapvető átalakulást generál számos iparágban, miközben új tevékenységeket, új fogalmakat, új hatásokat, új jogokat és jogfosztottságokat teremt. Átalakítja mezőgazdálkodást, átértelmezi annak versenyképességét, összekapcsol eddig egymással nem kapcsolódó iparágakat, átrajzolja azok piacszerkezetét. Mindezzel ugyanakkor társadalmi változásokat, hatalmi folyamatokat, új struktúrák kialakítását indítva el. Globális következményekkel jár, társadalmi, gazdasági és ökológiai szempontból egyaránt. Mindezek együttesen rendszer szinten is változást hoznak: új szocio-technikai rezsimek alakul ki.

Az agrárbiotechnológiai vállalatok legitimációs stratégiáinak, a hatalmi dimenziók, a rendszerszintű változások megértéséhez mindezek alapján is az agrárbiotechnológiai *szervezeti mező* feltárása lehet a vizsgálódás alkalmas szintje. A biotechnológia nem különálló iparág, jól körülírt határvonalakkal. A szervezeti mező fogalma minden más megközelítésnél jobban megragadja és visszaadja e szervezetek sokféleségét [Powell et al., 2005], képet ad beágyazódásukról. A kapcsolatokra enged figyelni, jó terepe ama vizsgálatokhoz, hogy a különböző szereplők és szervezetek miként konstituálják, teremtik meg a társadalmi és gazdasági tevékenység közösen észlelt és használt terepét. Ahogy Hoffman [1999] fogalmaz: a szervezeti mező a viták központja, ahol a versengő érdekekkel bírók tárgyalják a kulcskérdéseket, azok interpretációit [p. 351].

A megértéshez, a tényezők és hatóerők gazdagságának feltárásához *kvalitatív kutatási módszertan* illeszkedik. E fejezet bemutatja a kutatás kérdéseit és előzetes feltevéseit, valamint részletesen áttekinti a kutatás folyamatát és módszertanát.

4.1. A kutatás célja

A magyarországi mezőgazdasági biotechnológiához kapcsolódó legitimációs érvkészletet vizsgálom Ph.D. kutatásomban. Azt igyekszem feltárni, hogy ez a viták keresztműzében álló, a termékeit részint most alkotó, részint máris sok helyütt nagy haszonnal forgalmazó iparág hogyan terem? Mitől válik legitimmé (vagy illegitimmé) a feltalálók (kutatók és gyártók) közösségén túl a szabályozók és a

fogyasztók (a mezőgazdaság, az élelmiszeripar, valamint a végső, bolti fogyasztók) körében?

A kutatás célja ily módon feltárni és megérteni azokat az érintetti mozgatórugókat, tevékenységeket, stratégiákat Magyarországon, amelyek e keletkező iparág társadalmi legitimitásának megteremtésére irányulnak. Más oldalról mindez úgy fogalmazható meg: a cél feltárni és megérteni annak az intézményi és szervezeti mezőnek a dinamikáját, amelyben az agrárbiotechnológia mint iparág társadalmi elfogadottsága konstituálódik és konstruálódik, azonosítani a szereplők legitimációs argumentációit, illetve megérteni érintettségüket és befolyásoló képességüket (hatalmi helyzetüket).

A következő kutatási kérdésekre keresem a választ:

- Kik és mely szervezetek a magyarországi agrárbiotechnológiai szervezeti mező legfőbb szereplői? A mezőgazdasági biotechnológia milyen érintettek tevékenysége által formálódik? Milyen szereplők vesznek részt a legitimációs és delegitimációs folyamatban?
- Hogyan alakítják az érintettek a mezőgazdasági biotechnológia gazdasági és társadalmi elfogadottságát, legitimitását? A szervezeti mező egyes szereplői, illetve az érintettek egyes csoportjai milyen legitimációs eszköztárat, érvrendszert, végső soron stratégiákat alkalmaznak az agrárbiotechnológia társadalmi elfogadásáról folyó diskurzusban?

A kutatást a kritikai társadalomtudományok, azon belül is a kritikai szervezettudományok körében helyezem el. Egy keletkező iparág esetén lehet igazán gyümölcsözően megfigyelni annak a társadalmi beágyazódási folyamatnak a dinamikáját, jellemzőit, és különösen érték- és erőviszonyait, amely minden egyes új termék, szolgáltatás esetében elengedhetetlen alapja a gazdasági hasznosulásnak, hasznosíthatóságnak (például a fogyasztók legitimként elfogadják, és majd szükségletként igényeljük is). Elméleti alapállásom szerint ugyanis minden egyes termék, szolgáltatás – s így gazdasági iparág – tulajdonképpen magában hordja valamely szocio-technológiai rezsím logikáját. Ebből pedig az is következik, hogy adott iparág vállalatainak stratégiái nemcsak a releváns termékek vagy szolgáltatások piaci pozícióinak, versenyképességének megőrzését jelentik és jelenítik meg, hanem egyúttal magát az adott szocio-technológiai rezsímet is fenntartják és igyekeznek megőrizni. Ennyiben tehát a vállalati stratégiák – mi több, a termékek – maguk is társadalmi legitimációs jelleggel és politikai (hatalmi) relevanciával rendelkeznek.

4.2. A kutatás módszertana

A kutatás módszertanát – a kutatási céllal összhangban – kvalitatív módszertanokra építettem, amelyek kontextusba ágyazott mélyfúrásra teremtenek lehetőséget a jelenségek és dinamikák feltárása és megértése érdekében. Kutatásomat a társadalomtudományi megközelítések interpretatív iskolájához kapcsolódóan helyezem el, melynek relativista ontológián és szubjektivista episztemológián nyugvó módszertanok adják a bázisát.

A kutatás módszertanát illetően két irány, a kritikai diskurzuselemzés (Critical Discourse Analysis – CDA) és a megalapozott elmélet (Grounded Theory – GT) szolgált forrásul.

A CDA az 1970-es évek nyelvészeti kutatásaiban, ezen belül is nyelvnek a társadalmi hatalmi viszonyok strukturálásában betöltött szerepét vizsgáló kutatásokban gyökerezik [Géring, 2005]. Középpontjában van Dijk megfogalmazása szerint az „uralom (újra)termelésében vagy annak megkérdőjelezésében szerepet játszó diskurzus” áll [2000:442], ahol az uralom az elitek, intézmények vagy csoportok általi hatalomgyakorlás, amely társadalmi egyenlőtlenséget (legyen az politikai, kulturális, etnikai, faji, nemi vagy osztályegyenlőtlenség) eredményez [van Dijk, 2000]. Diskurzus elemzés tehát, amely a nyelvhasználat szerepét vizsgálja a hatalmi viszonyok megteremtésében és az uralom reprodukációjában [Vaara et al., 2006]. Kritikai, amelyben történetileg a frankfurti iskola öröksége Habermas hatását viselve magán. Mára a tárgyat – szélesebb értelemben – a társadalmi élet és a társadalmi cselekvés kölcsönös egymásba fonódottságának feltárása képezi [Géring, 2008a]. Van Dijk átpártoló jellegű kutatásnak nevezi, s a „társadalmi gyakorlatokba és viszonyokba való beavatkozás egy formája”-ként értelmezi [van Dijk, 2001, idézi Zombory, 2008:413]. Reflektív kutatási módszertan, ahol a kutató tudatában van annak, hogy a tudományos tevékenység egyúttal hatalmi töltetű: „része a hatalmi viszonyok reprodukciójának vagy megváltoztatásának”, s e hatalmi terepre az uralt csoportok oldalán lép [ibid]. Elsősorban az „ügy” és nem az elméletépítés érdekli, vad Dijk „ügyorientált” kutatási módszertannak nevezi [p. 413].

A mára nem csupán a társadalom- és politikatudomány épít kritikai diskurzuselemzésre, hanem a szervezettudományok körében is egyre gyakrabban használt módszertan. Változatos megfontolások mentén számos lehetséges irányzatot és gyakorlatot követ, ezek néhány lehetséges tipológiájáról magyarul lásd Géring

összefoglalóját [2005], módszertani kialakulásáról és a társadalomtudományok diszkurzív fordulatáról például Géring [2008a], bizonyos CDA irányzatok részletes elméleti alapvetéseiről és módszertanáról Wodak és Meyer [2009] és Wood és Kroger [2000]. A CDA kutatások jelentős része lényegében a legitimitás megteremtésének módozataival foglalkozik (ennek egyik klasszikus írása: van Leuwen és Wodak [1999]), amelyeket legitimációs stratégiákként ragadnak meg a kutatók. Ezáltal olyan diszkurzív erőforrások mobilizálását mutatják be, amelyek alkalmasak a legitim és illegitim állapotok megteremtésére [Vaara és Tienari, 2008]. Jelen kutatás szempontjából izgalmas továbbá, hogy CDA-kísérletek, kutatások ismeretese a biotechnológia témaköréből, melyeknek különszámot is szentelt a Discourse Studies folyóirat (lásd például Henderson et al. [2007], és Leitsch és Davenport [2007], Motion és Doolin [2007] cikkét).

Ez a kutatás a CDA irányok közül a diskurzustörténeti iskola (Discourse-Historical-Approach – DHA) megfontolásait veszi alapul. A mindennek előtt Ruth Wodak nevével fémjelzett irány a nyelvhasználat és a kontextus, azon belül is az intézményi háttér (*institutional setting*) egymásra hatását helyezi a középpontba. A módszert intertextualitás és interdiszkurzivitás jellemzi. Annak hangsúlyozása, hogy a szövegek nem önmagukban, hanem más szövegek, többféle műfaj, téma és diskurzus egymásra hatásaként értelmezendők, amelyek ezen túlmenően más diskurzusokkal kapcsolatot teremtve formálódnak [Wodak és Meyer, 2009]. A CDA diskurzustörténeti iskolája kidolgozott egy háromdimenziós elemzési módszert a diskurzusokra (lásd eredetileg Titscher et al. [2000:158-159]; magyarul Géring [2008b: 437-438]). A három dimenzió: az adatok tartalma, az argumentációs stratégiák és a nyelvi megvalósítás.

A megalapozott elmélet módszertana [Glazer és Strauss, 1967] a logikai-deduktív közelítésmód ellenpontjaként látott napvilágot, Glazer és Strauss szerint ugyanis egyfelől az elmélet építést alapvetően ellehetetleníti a hipotézis-állításon alapuló elmélettesztelés, másfelől érzéketlen a valóságbeli folyamatokra az ha változóknak kívánjuk megragadni a társadalmi folyamatokat [Eriksson és Kovalainen, 2008]. Az elméletépítést az empiriából feltárulkozó, emergens módon képzelik el a módszertan kidolgozói, és nem is éppen egyöntetűen, a GT az elmúlt évtizedekben eltérő hozzáállású irányzatokra bomlott. Jobban vagy kevésbé formalizált lépéssorozatot javasolnak ezek az irányzatok, amelyek kódoláson, kategóriaalkotáson, az elmélet és az adatok közötti iteratív kapcsolatteremtésen

alapulnak, hangsúlyozva, hogy az elméletalkotás nem kizárólag induktív folyamat, hanem a dedukció, alkalmasint verifikáció is helyet kap benne. (Ez utóbbi vált egyébként Glazer és Strauss közelítésmódjában a törésponttá az utóbbi elfogadva, az előbbi kizárva azt). A GT módszertanában alapvető szerep jut a folyamatos összehasonlításnak (*constant comparison*). Az adatok klasszifikációjának első lépéseként nyílt kódolást (*open coding*) javasol az irodalom, majd miután valamennyi esemény, folyamat, *incidens* kódolás és kategóriába rendezésen esett át az absztrakció magasabb fokának elérése és az elsöre nem látható, ki nem rajzolódó kapcsolatok feltárása érdekében axiális kódolás következik. Harmadik lépésként, ún. szelektív kódolás révén integrálhatók a kutatás elemei egy nagyobb elméleti rendszerbe (lásd például Borgatti [2010], Charmaz [2003], Strauss és Corbin [1998], Grazer és Strauss [1994]).

A CDA és GT viszonya jellemzésében elmondható, hogy hasonlóságot mutatnak az adatgyűjtés és -generálás kutatásban betöltött helyében. Az nem különálló, fixen lehatárolt eleme a kutatási folyamatnak, amelynek feltétlenül le kell zárulni az elemzés megkezdése előtt. Az adatok és az elmélet viszonyának megteremtése, azok kategóriákká alakítása, majd ezek eredményeként újabb adatgyűjtés, azaz elméletvezérelt mintavétel [Wodak és Meyer, 2009] – járható és járandó út mindkettő számára. Jelentős az eltérés ugyanakkor abba, hogy a CDA nyelvészeti területére vezet el, nyelvi kategóriákban gondolkodik, míg a GT ettől távol marad. Ugyanakkor a CDA szintűgy figyelmet fordít a tartalmi, tematikus elemekre [Wodak és Meyer, 2009]. Összekapcsolásuk azt is jelenti, hogy a GT irányzatai közül nem a tabula rasa-tól induló, hanem az elméletek, előzetes felvetések, a kontextus ismeretét engedő, támogató GT közelítésmódot alkalmazom.

Kutatásomban a két módszer együttes ihlető jelenlétét oly módon ültettem át a gyakorlatba, hogy a CDA DHA-elemzési lépéseire épülve, többlépcsős kódolást végeztem a GT-vel összhangban a szöveg feltároló mintázatait, központi, kiemelkedő témáit azonosítva, azok intertextuális és interdiszkurzív kapcsolatokat is figyelve, feltárva. A kutatás abduktív jelleggel, az elmélet és az empirikus adat közötti folytonos oda-vissza mozgás mentén öltött testet. Lépései a DHA számára javasolt fázisokat követték [Reisigl és Wodak, 2009]:

- (1) Előzetes elméleti és empirikus felkészülés a terület kutatásaiból, amelyet
- (2) szisztematikus adatgyűjtés és a kontextusra vonatkozó információk gyűjtése követ.
- (3) Az adatok előkészítése (az elemzés tárgyát képező adatok szelekciója,

átiratok készítése stb.) után az elméleti és empirikus irodalom, valamint az adatok elsődleges áttekintése nyomán a (4) kutatási kérdés(ek) megformálása, valamint az előfeltevések megfogalmazása következik. Az ideális folyamatban egy (5) kísérleti kvalitatív elemzés is szerepel, amellyel jelen kutatásban elsősorban a fókuszcsoportos átiratok módszertani kísérletei feleltethetők meg. Az esetek (6) részletes elemzése, a főként kvalitatív adatok feldolgozása és (7) az eredmények interpretálása, a kontextuális tudás alkalmazása, azaz a kritikai lépés következik. S az – amúgy iteratív, rekurzív módon zajló – folyamat végén az (8) elemzési eredmények alkalmazásával, vagy azok alkalmazására történő javaslattal zárul [Reisigl és Wodak, 2009:96].

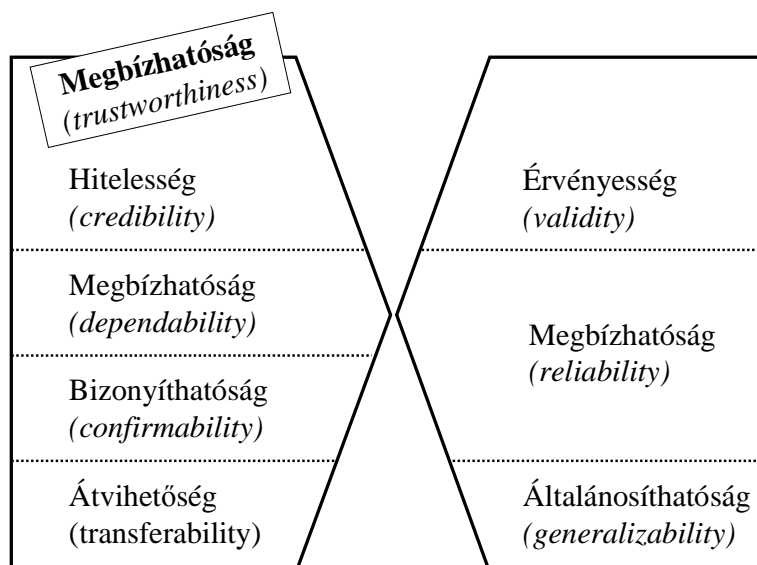
A diskurzuselemzés kritikai koncepciójában a DHA három szempontként integrálódik, ezek a

- a szöveg- vagy diskurzus-immanens kritika, amely a belső struktúrák, inkonzisztenciák, ön-ellentmondások, paradoxonok és dilemmák feltárására irányul;
- társadalom-diagnosztikai kritika, mely a diszkurzív gyakorlatok manifeszt vagy látens módon megjelenő meggyőző vagy manipulatív jellemzőit igyekszik demisztifikálni, az erejétől mintegy megfosztani a kontextus ismerete, társadalomelméletek, elméleti modellek segítségével;
- a jövőre irányuló előretekintető kritika, mely a kommunikáció (a nyelvhasználat) javítását célozza [Reisigl és Wodak, 2009:88].

Összefoglalóan, a kutatási témának és kérdéseknek megfelelően tehát az empirikus kutatásban a kvalitatív módszerek kapnak helyet. Mindez többféle adatgyűjtési kutatási technika, bizonyos módszertani kísérletek, valamint egy közös – a megalapozott elmélet és a kritikai diskurzuselemzés talaján álló – elemzési keret összessége.

A kutatás minőségének vizsgálatához a következőkben vázolt keretet használtam. A társadalomtudományok pozitivista felfogásmódjának klasszikus értékelési szempontjai sorakoznak az ábra jobb oldalán. Ezekkel mintegy párba állítva azok a szempontok szerepelnek a bal oldalon, amelyek a többféle valóságfelfogást valló a relativista lételméleten és a kutató jelentésteremtésben játszott szerepét hangsúlyozó szubjektivista ismeretelméleten nyugvó kutatások számára javasoltak.

3. ábra A kutatás minősége – értékelési megfontolások



Forrás: Eriksson és Kovalainen [2008], Flick [2007], Silverman [1993] nyomán saját szerkesztés

Kutatásom a konstruktivista/interpretatív paradigmába ágyazódik, ennek és az alkalmazott módszertannak az alapján a megbízhatóság (*trustworthiness*) kategóriájába tartozó négy irányelv megvalósulását kívánja meg. Azaz a kutatási folyamat

- megtervezésének és kivitelezésének hitelességét (*credibility*) annak érvényessége (*validity*) helyett;
- a megbízhatóság (*dependability* - és nem a *reliability*) érdekében a folyamat kellően részletes bemutatását, dokumentálását;
- az adatok és következtetések illeszkedését, bizonyíthatóságát (*confirmability*),
- valamint általánosíthatóság (*generalizability*) helyett az eredmények átvihetőségét (*transferability*), például más kutatásokkal való kapcsolatát [Eriksson és Kovalainen, 2008].

Mindezen túl a CDA kutatások esetében a teljességet (*completeness*) és a hozzáférhetőséget (*accessibility*) javasolják értékelési szempontként. Az előbbi arra utal, hogy újabb adat elemzésével az eredmények nem módosulnának, míg az utóbbi az eredményeknek az érintettek általi elérhetőségét jelenti [Wodak és Meyer, 2009].

Az ebben a kutatás módszertani fejezetben foglaltakon túl az értékelés szempontjai a további fejezetekben oly módon érhetők tetten, hogy az egyes kutatási gyakorlatokra az adott fejezetben igyekszem reflektálni. Az írásom különösen

részletes tartalmazza a fókuszcsoporthoz vonatkozó megfontolásokat, aminek azért kölcsönöztem ekkora hangsúlyt a dolgozatban, mert a módszert e kutatásban alkalmaztam először.

A háromszögelés érdekében az adatok és a kutatók triangulációjára került sor (triangulációról lásd részletesen Flick [2007]). Az előbbi a kutatás három adatgyűjtési, -generálási módszere, az utóbbit az adatgyűjtésben és elemzésben résztvevő kutatótársak közreműködése (interjúkészítés, interjú összefoglalók írása, interjú tapasztalatok strukturált megvitatása, fókuszcsoporthoz beszélgetések megfigyelése, megbeszélése) révén valósítottuk meg.

Értékelési, minőségi szempontból érdemes továbbá Strauss és Corbin [1998] ellenőrzőlistája a GT folyamatát illetően, valamint Antaki et al. [2003] összefoglaló írása a diskurzuselemzés során elkerülendő csapdákról, és megemlítené Barbour [2001] cikke, amely a fókuszcsoporthoz feldolgozására vonatkozó módszertani szigorat járja körül.

4.3. A kutatás folyamata

Az empirikus kutatás kvalitatív módszertanok révén a szervezeti mező főbb szereplőire fókuszál. A kutatás előkészítése során a szervezeti mező tagjainak azonosítása, valamint az agrárbiotechnológia hazai szakmai és közbeszédben megjelenő témáinak azonosítása érdekében a hazai gazdasági sajtót, valamint a mezőgazdasági folyóiratokat vizsgáltuk. Ennek eredményei inputként szolgáltak az szervezeti mező tagjaival folytatott *interjúk*, valamint a *fókuszcsoporthoz beszélgetések* felépítéséhez. A szervezető tagjainak megismerését célozta továbbá nyilvános publikációik feldolgozása, valamint a hazai nyilvános megszólalási fórumok megfigyelése. Mindezek alapján rajzolódott ki a *kutatói médiaviták* elemzésének lehetősége és szükségessége.

A kutatás előkészítésének fázisában egyfelől a témának Magyarországon fórumot adó mezőgazdasági folyóiratok áttekintésére került sor. A vizsgálat idején megjelenő összes mezőgazdasággal, vidékfejlesztéssel, élelmiszeriparral, valamint agrárkörnyezetvédelemmel foglalkozó folyóirat (23 darab) közül végül négyet (Élelmészeti ipar, Gyakorlati Agrofórum, Magyar Mezőgazdaság, Növényvédelmi Tanácsok) választottam ki a folyóiratban feldolgozott témák és az alkalmazott műfajok alapján. Tartalmilag vetőmag és

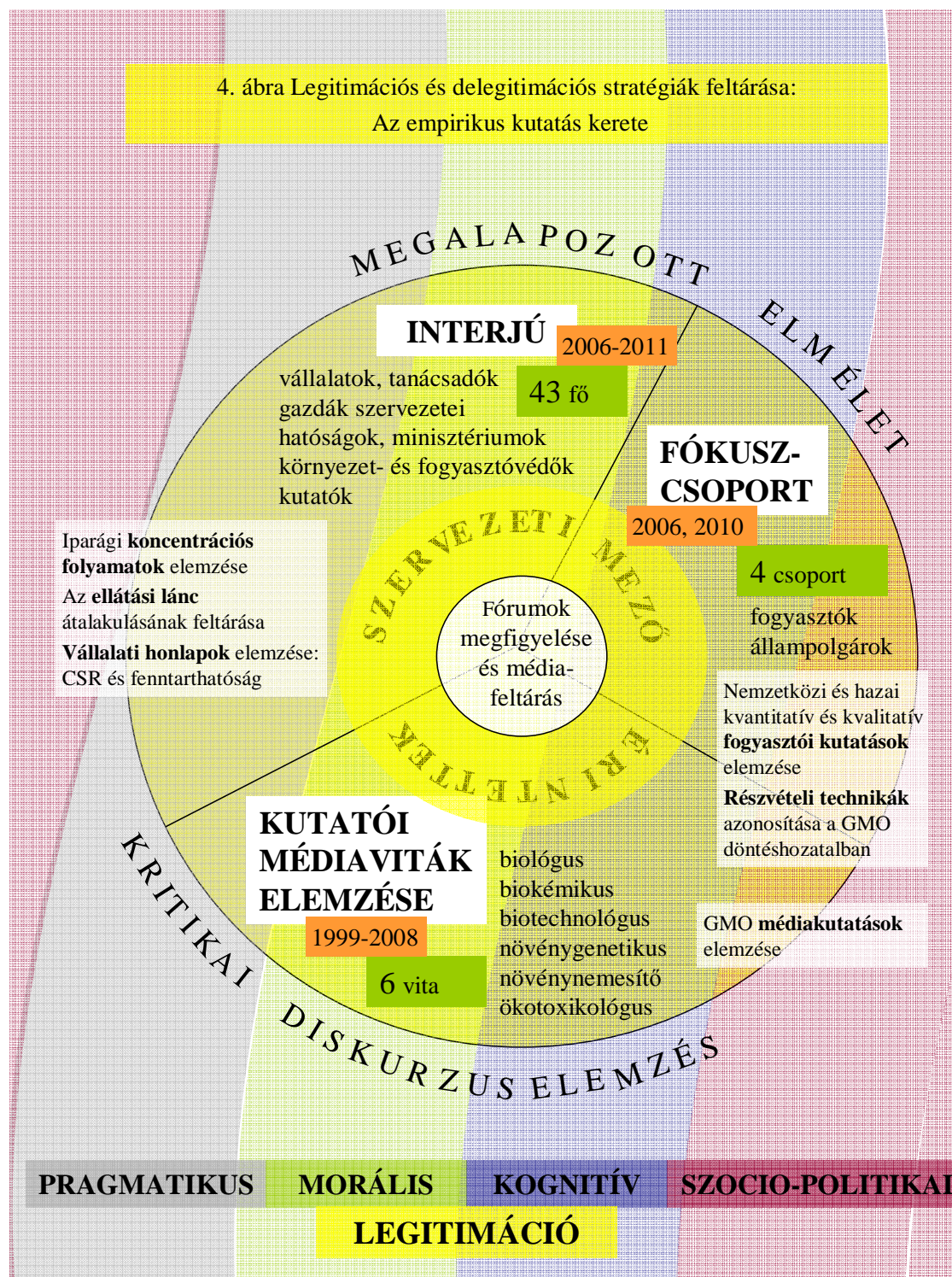
növényvédelem témaköröket részesítettem előnyben, az előbbi transzgénikus változata, illetve az utóbbi génmódosított haszonnövényeknél alkalmazott termékei esnek ugyanis egybe a kutatás agrárbiotechnológiai irányultságával. A műfajt illetően minél változatosabb beltartalmú folyóiratokat kerestem, ám alapvető fontosságúnak ítélttem, hogy nagyobb terjedelmű, elemző cikkeket a kiválasztott lapok mindenképpen tartalmazzanak. A fenti folyóiratok teljes körű áttekintésére törekedtem, amely alól a Magyar Mezőgazdaság jelentett kivételt. Ennek közel 70 éves múltja feleslegesen hosszú időtáv az agrárbiotechnológia szempontjából, így annak utóbbi 35 évét vizsgáltuk, azaz a kutatás kiindulópontját az első transzgénikus haszonnövény megjelenéséhez igazítottam.

Másfelől a hazai sajtó szolgált az előkészítés inputjául. Az írott sajtóra fókuszáltunk, benne elsősorban a gazdasági médiára, ugyanakkor feltáró munkánk tárgyát képezték politikai, közéleti napilapok is. Összességében napi (Napi Gazdaság, Világgazdaság, Népszabadság, Magyar Nemzet) és heti megjelenésű gazdasági lapok (Figyelő, HVG) internetes archívumát, valamint az elektronikus média fő gazdasági portáljait (index.hu, origo.hu) tekintettük át a szereplők és a témák azonosítása érdekében. Hólabda-szerűen, internetes keresés révén további, a témával rendre foglalkozó sajtótermékek is látókörbe kerültek (Heti Válasz, Piac és Profit), ezek archívumában ugyancsak szisztematikus keresést végeztünk. Az írásos lenyomatok felkutatása a médiafeltáráson túlmenően az azonosított szervezeti mező tagok dokumentumainak gyűjtését is tartalmazta. Vállalati és szervezeti honlapok, hírlevelek, tudományos és közéleti cikkek gyűjtését és vizsgálatát jelentette ez.

A hazai szervezeti mező részletes feltárását célozta továbbá a változatos célú és műfajú nyilvános beszélgetések megfigyelése. Tudományos konferencia, ismeretterjesztő előadás, vitafórum, országgyűlési bizottsági ülés, sajtótájékoztató – ezek a fő műfajai azoknak az előadásoknak, amelyeket a szervezeti mező különböző tagjainak szervezésében és megszólalásaival hallgattunk elsősorban Budapesten, néhány esetben vidéki városokban.

Mindezek alapul szolgáltak a kutatási terv megrajzolásához, elsősorban is a felkeresendő szereplők kiválasztásához, valamint inputot a kérdezői vezérfonalak megalkotásához. Ez utóbbihoz a hazai, agrárbiotechnológiát elemző szakirodalom és a nemzetközi kapcsolódó empirikus kutatások feldolgozása jelentett kiindulópontokat. Mindezek révén formálódott meg a három pilléren nyugvó kutatás terve, melynek eszköztárát a 4. ábra foglalja össze.

4. ábra Legitimációs és delegitimációs stratégiák feltárása: Az empirikus kutatás kerete



Forrás: Saját szerkesztés

A szervezeti mező tagjainak azonosítása után az adatgyűjtés és –generálás folyamata kezdődött, melynek eszközei között a kvalitatív interjúk, a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések, valamint írott dokumentumok kiválasztása, majd

elemzése követett. A szervezeti mező érintettjeinek elérését elsősorban interjúk révén terveztem, ugyanakkor két speciális csoport esetében más módszer kínálkozott.

4.3.1. Kvalitatív interjúk

Rugalmas módszer, amely szinte bárhol használható és nagy mélységgel bíró adat előállítására képes – jellemzi a kvalitatív interjúkat King [1994:14], aki Kvale-val [1996] összhangban az interjúalanyt az interjút aktívan formáló „résztevőként” írja le. King [1994] és Kvale [1996] javaslatai mellett Solt [1998], Gaskell [2000], Fontana és Frey [2003], valamint Heltai és Tarjányi [2005] iránymutatásait vettem alapul az interjúra való felkészülés és az interjúkészítés során.

A hazai gazdasági és mezőgazdasági sajtó áttekintése, az intézményrendszer feltárása, valamint a hólabda módszer alkalmazása nyomán két kutatótárs közreműködésével 43 interjút készítettünk hazai kormányzati, hatósági, vetőmaggyártó vállalatok döntéshozóival, természet és társadalomtudományos kutatókkal, civil szervezetekkel, tanácsadókkal, újságírókkal – olyan szereplőkkel, akik befolyással lehetnek e terület legitimációjára.

6. táblázat Az interjúk száma érintett csoportonként

Érintettcsoport	Interjúk száma
Vállalat	8
Vállalati tanácsadó	4
Kutató	8
Társadalomkutató	2
Szabályozó, hatóság	8
Mezőgazdasági termelők szervezetei	4
Civil szervezet	6
Média	3
Összesen	43

Forrás: Saját szerkesztés

A félig strukturált interjúkat az elmélet-empíria összevetés mentén iterálva fejlesztett – ezért a kutatási folyamatban való elhelyezkedéstől, az érintetti csoporttól függően eltérő – vezérfonalak alapján készítettük. Az interjúk hanganyagát rögzíteni kívántuk, ez elől két interjúalany zárkozott el, az ő esetükben a jegyzetelést az interjú utáni azonnali szöveg kiegészítés és átíratkészítés követte. Valamennyi interjúról a beszélgetés után a lehető legrövidebb időn (főszabály szerint 24 órán) belül egységes struktúra mentén (lásd mellékletben) összefoglalót írtunk, amely módot adott az azonnali reflexiókra az interjúalany, a interjú helyzet, a tartalom, a vezérfonal és az

interjút készítő vonatkozásában, valamint inputként szolgált a kutatótársakkal folytatott megbeszéléshez, a vezérfonal fejlesztéséhez. Ugyancsak alapjául szolgált annak a szelekciónak, amellyel azokat az interjúkat és interjúrészleteket választottuk ki, amelyekről teljes, szó szerinti átirat készült.

A legrövidebb interjú hossza 35, a leghosszabbé 160 perc volt, az interjúk túlnyomó része 75-90 percig tartott. Az interjú során a verbális folyamatokon túl rajzolásra kértük az alanyt, arra hogy vizuálisan jelenítse meg a hazai GMO erőteret. Ez a kísérlet kudarcral végződött, amennyiben mindössze néhány interjúalany vállalkozott e feladatra. Úgy tapasztaltuk, az alanyok számára túlságosan meglepő, a beszélgetést megakasztó hatású, így ez a kérés hamar lemorzsolódott a vezérfonatról.

4.3.2. Kutatói viták a médiában

A begyűjtött dokumentumok, írott források gazdag tárházából külön is vizsgálat tárgyává tettük a kutatók, a biotechnológiával foglalkozó tudományos érintett kör nyilvános, írott sajtóban megjelent vitáit. A kutatók – elsősorban a természettudomány területén vizsgálódók, azaz (mikro)biológusok, biokémikusok növénygenetikusok, növénynemesítők, ökotoxikológusok stb. – szerepe a biotechnológiában egészen speciális. A biotechnológiai kutatásoknak általában az alapkutatástól kevésbé elváló szintje, a kutatók jelentős vállalati, üzleti jelenléte, az ipar és tudomány, a vállalatok és kutatóműhelyek állandó, kölcsönös és erőteljes viszonya, valamint a magyarországi médiajelenlét előzetes vizsgálatából világosan kirajzolódó trend, miszerint az érintett kutatók a leggyakrabban megnyilatkozó, magukat a szélesebb nyilvánosság előtt is gyakorta exponáló szereplők között szerepelnek. 1999 óta körülbelül egy évtizeden át nagy rendszerességgel jelentek meg a hazai sajtótermékekben a mezőgazdasági biotechnológiára vonatkozó kutatói viták. Összességében mintegy másfél tucat olyan jelentősebb sorozat azonosítható, amelyben tulajdonképpen állandó (fő)szereplők vesznek részt, akik mellé időről időre más megszólalók, egy-egy természettudományos diszciplína résztvevői csatlakoznak. A dolgozatomban elemzett 6 kutatói vita jellemzője egyfajta iteráció, tehát sorozattá az egymás írására adott válaszok révén terebélyesednek. Kutatásomnak ez a pillére tehát olyan kutatói vitákra fókuszált, amelyek cikkváltásokban testesültek meg, válaszadás, reagálási lehetőség keretében is szót kaptak a résztvevők, akik mindannyian a természettudományos közösség tagjai.

Jóllehet az elemzett cikkek említett főszereplőinek jelentős részével, mint a hazai mezőgazdasági biotechnológia szervezeti mezőjének lényegi érintettjeivel, interjút is készítettem, a kutatói viták elemzését mégis fontos, szükséges elemnek tartottuk. A kutatóknak a téma megszólalóiként, a közbeszédben a szervezeti mező szereplői közül közel a leggyakrabban megjelenőként, s ily módon a közbeszéd formálóiaként hangsúlyos a szerepük. Mindezen túl a reagálások révén teremtett vita-folyamat a kutatók közötti véleményváltásról, dinamikáról árulkodik, ily módon a médiabeli vita távolról ugyan, de némiképpen rokonítható a fókuszcsoportos folyamatokéval, még ha ott egyfelől spontánabbak is a szereplők egymással kapcsolatos reakció, másfelől a moderátor révén egyben irányítottabb is a folyamat. Megjegyzendő továbbá az is, hogy legalábbis nyilvános írásos formában semmilyen más érintetti közösség nem teremtett hasonló, a felek által együttesen formált, nyilvános értelmezési teret, ezért önmagában a médiaviták léte is érdekes.

4.3.3. Fókuszcsoportos beszélgetések

Kétszer két fókuszcsoport keretében azt kívántam feltárni, hogy a fogyasztók GMO-kal kapcsolatos tudását, ismeretét, véleményét vajon milyen források, a mezőgazdasági biotechnológiával kapcsolatban megnyilatkozók közül mely szereplők alakítják. Nem piackutatási célú, hanem társadalomtudományi eszközként alkalmazott fókuszcsoportokat terveztem. Megalapozásukként feltártam a nemzetközi és hazai fogyasztókat célzó empirikus kutatásokat – köztük a fókuszcsoportos módszertan alkalmazóakat –, amelyeket módszertani és tartalmi szempontból egyaránt áttekintettem.

A fogyasztók vizsgálatát az indokolja, hogy bár az agrárbiotechnológia vállalatainak termékeit nem ők, hanem a gazdák, a mezőgazdasági termelő vásárolják és használják fel az ellátási láncban, a termesztett génmódosított haszonnövények leginkább vitatott hányadának (az élelmiszertermelésbe bekerülő terményeknek) a végső fogyasztói az élelmiszervásárlók. Az iparág, e vállalatok és termékek legitimitásában kiemelkedő szerepe van e fogyasztói hozzáállásnak, amit nem csupán a vonatkozó kutatások nagy tömege támaszt alá, hanem a biotechnológiai szervezeti mezőnek a tagjai is.

Két különböző időpontban, mindkét alkalommal két csoportban, amelyek a végzettség (közép-, illetve felsőfokú) szempontjából különböztek egymástól. A fogyasztók, mint a szervezeti mező ugyancsak fontos szereplői véleményét azért

ezzel a választott módszerrel igyekeztem becsatornázni a kutatásba, mert az attitűd, a tudás, az érvelés milyenségén túl a társas folyamatok is érdekeltek: a résztvevők egymásra hatását, közös tanulási-érvelési folyamatuk dinamikáját ugyancsak vizsgálni kívántuk. Minthogy ezzel a módszertannal a Ph.D. kutatást megelőzően nem dolgoztam, arról – a módszer és a folyamat tapasztalatairól – a többi pillér módszertanához képest hosszabban számolok e dolgozatban be, részletes bemutatást a Matolay [2012] műhelytanulmány tartalmaz.

„Csoportos interjú egyik formája, amely az adatok létrehozásában a kutatás résztvevői között zajló kommunikációra épít” [Kitzinger, 1995:299]. Fókuszcsoportos interjúnak és beszélgetésnek egyaránt nevezik, s hogy melyik névvel illetik, az egyúttal választást is tükröz a csoportos folyamatokat illetően. Az utóbbi a tagok egymásra hatásának, véleménygenerálásának, közös gondolkodásának lehetőségeire épít – az idézett Kitzinger-definícióval összhangban. Ezzel szemben a fókuszcsoportot elsősorban interjúként értelmezők számára a csoportdinamika a tagok véleményének megformálásában torzító hatások forrása. A csoportos helyzetnek valóban hátránya lehet a társas befolyás számtalan, a szociál-, illetve szervezetpszichológiában leírt folyamata. A társalgáselemzés is felhívja például a figyelmet a szomszédsági párok problémájára, amikor is résztvevők hajlamosak a közvetlenül előttük megszólalók véleményéhez igazodni [Vicsek, 2006]. A konformitás vágya ugyanakkor nemcsak a közvetlen egymás közelében ülők, vagy valamely téma-véleményformálás mentén klikkbe szerveződő alanyok esetén merülhet fel. A normatív és/vagy információs befolyás, a kisebbségi, kivételnek számító vélemény elnyomásáig, elhallgat(tat)ása, a társas lógás, a csoportpolarizáció mind olyan társas befolyás, amelyek akár egy fókuszcsoportos beszélgetésben is megjelenhetnek. (Ezekről összefoglalásképpen, kutatói és/vagy döntéshozatali helyzetben, lásd egyebek mellett például van Avermaet [1995], Gáspár és Matolay [2010], Vicsek [2006], Zoltayné [2005].)

Ez a kutatás – figyelmet fordítva a fenti elemekre – a véleményformálás folyamatára is kíváncsi. A módszer választásában szerepet játszott, hogy az alkalmazható egyének tudásának, tapasztalatának feltárására, s – ahogy Kitzinger fogalmaz [1995] – nem csupán ezek tartalmára („mit” gondolnak), hanem arra irányul, hogy „hogyan” gondolkodnak és „miért” olyan módon. Olyan vélemények és véleményformálások kerülhetnek így felszínre, amelyek az egyszemélyes interjúk keretében nem, mert például a többiekkel folytatott vita, meggyőzési folyamat,

évődés, viccelődés interjúhelyzetben kevésbé kerül elő. Fókuszcsoportos beszélgetésben – ebben a többi adatfelvételi módnál kevésbé „kutatás-szagú” környezetben – másféle, mintegy hétköznapi impulzusok érhetik. Ez pedig azt is segíti, hogy a közvetlen kérdésekkel elő nem csalogatható vélemények – merthogy a tapasztalatok és attitűdök többnyire nem élnek bennünk érvekkel alátámasztott kifejtett formában – így beszélgetés közben bukkanhatnak elő, annak révén, a résztvevők egymás által (kérdések, egyet nem értés stb. révén) pontosíthatják azokat [Kitzinger, 1995].

A módszerről a csoportos helyzeten és egyéb nehézségeken, kockázatokon túl az előnyök hosszú listáját sorolja az irodalom (lásd például Barbour [2001], Eriksson és Kovalainen [2008], Síklaki [2006], Vicsek [2007]). Ehelyt a következő jellemzőket emelem ki:

- A fókuszcsoport szakértői helyzetbe emeli a résztvevőket, s ez felhatalmazó, megerősítő hatású (*empowering*) [Eriksson és Kovalainen, 2008], a relatíve szabad beszélgetős kérdezői forma mellett ezt erősíti az is, hogy együtt dolgoznak a kutatóval (moderátorral). E kétségtelenül szimpatikus vonása ugyanakkor természetesen nem érvényesülhet akkora erővel és teljességgel, mint ahogy az a részvételi technikáknál megtörténhet.
- Időt biztosíthat a kérdések, elhangzottak továbbgondolására, a spontán megnyilvánulások mellett van idő némi mérlegelésre, és ez új, máskülönben kifejezésre nem juttatott vélemények, szempontok felvetésére vezethet [Eriksson és Kovalainen, 2008].
- A fókuszcsoport változást indíthat [Barbour, 2007], mozgósíthat, aktivizálhat. Jelen kutatás esetében – legalábbis a fogyasztók egy részénél – ilyen aktivizálást elsősorban a további tájékozódás illetően feltételezhető, legalábbis ennek igényét kifejezésre juttatták a résztvevők. Ezt írásos ismeretterjesztő csomag biztosításával elő is kívántuk segíteni.

Manuális elemzést végeztem, amelynek fő oka az, hogy az első lépésekkor, 2006-ban még kevésbé voltak a hozzáférhetőek az elektronikus, számítógép-alapú módszerek, kiváltképp nem magyar nyelvű szövegekre, és az akkori manuális kezdés mellett végül kitartottam. A manuális elemzés önmagában is idő-, illetve bizonyos mértékig eszközigényes feladat. Ráadásul – kiváltképp a

fókuszcsoporthoz tartozó esetekben –, mi tagadás, magával ragadott az elemzési kísérletezés lehetősége, s a lépések egy része, az idő bizonyos hányada megspórolható lett volna. A 7. táblázat azt tekinti át, hogy a fókuszcsoporthoz tartozó elemzésénél milyen technikákat alkalmaztam, másfelől, hogy a vizsgálódás során, a felhasznált technikák révén mire irányult az elemzésem – a táblázatban ezt címkéztem tartalmi vizsgálódásnak.

7. táblázat A fókuszcsoporthoz tartozó elemzés áttekintő táblázata

Technikai lépések	Tartalmi vizsgálódás
<p>Áttekintő mátrix a négy fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés fő témáiról, jellemzőiről.⁴⁷</p> <p>Témák és körülmények kódolása emergens módon kialakuló, illetve előre meghatározott kódokkal.</p> <p>Széljegyzetelés, összegzés, ötletelés, értelmezés stb.</p> <p>Hosszú asztal módszer a horizontális elemzéshez.⁴⁸</p>	<p>Emergens témák mentén.</p> <p>Tematikus GMO érvcsoporthoz szerint.</p> <p>A legitimációs stratégiák alapján.</p> <p>A vitatott, a konszenzusos és az idioszinkretikus vélemények alapján.</p> <p>Fogyasztókkal kapcsolatos mítoszok nyomán.</p> <p>Hazai és nemzetközi kutatási eredményekkel, valamint a fókuszcsoporthoz tartozó egymással összevetve.</p>

Forrás: Saját szerkesztés

⁴⁷ Adott kutatáson belül szervezett több fókuszcsoporthoz tartozó esetekben az elemzést megelőzően Knodel áttekintő mátrix (*overview grid*) szerkesztését javasolja [1993]. Ez a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetés tartalmával való strukturált „ismerkedést” szolgálja abban az esetben is, ha az elemző kutató (megfigyelőként, moderátorként) részt vett a fókuszcsoporthoz tartozókon. Az áttekintő mátrix oszlopai egy-egy fókuszcsoporthoz vonatkoznak, sorai a (fő) témaköröket tartalmazzák, legyenek azok a vezérfonalból kirajzolódó témák, vagy éppen a beszélgetés során felmerült területek. Valamennyi cellába az adott csoport adott témára vonatkozó beszélgetésének rövid leíró összefoglalása kerül, amely további jellemzőkkel egészítendő ki. Ilyen lehet a szerző javaslata szerint a csoport véleményének iránya, egyetértésének mértéke az adott témában, ilyen az elhangzó vélemények, információk minősége, a moderátor vagy csoporttagok egymásra gyakorolt befolyása [Knodel, 1993].

⁴⁸ Elsősorban a horizontális elemzéshez nyújt segítséget az ún. hosszú asztal módszer (*long table*) [Morgan és Krueger, 1997] vagy nagy papír megközelítés (*large-sheet-of-paper approach*) [Vicsek, 2006]. Ez a technika az elnevezéseit a térgényéről kapta, mivel lényegében a kinyomtatott átiratok bekezdésenkénti szétvágását és témánként való újracsoporthoz tartozóítását – egyfajta manuális „cut and paste” tevékenységet –, majd elemzését jelenti. Ez utóbbi miatt a helyigény ráadásul tartamos: az ily módon átszerkesztett beszélgetés puzzle-jei az elemzés és megírás ideje alatt az asztalon (vagy tetszés szerint földön, falon, mindenesetre egy nagy felületen) vándorolnak, tartózkodnak.

5. Legitimációs taktikák és stratégiák

A disszertáció következő fejezetei az empirikus kutatás elemeit és eredményeit mutatják be. A három kutatási pillér mentén dolgozom fel a vonatkozó nemzetközi és hazai kutatásokat és mutatom be az adott kutatási pillérre vonatkozó vizsgálati megfontolásokat, valamint elemzésem eredményeit. Az 5. fejezet a szervezeti mező tagjaival folytatott interjúk alapján igyekszik tetten érni a legitimitás felmerülő formáit, teremtésének stratégiát. A 6. fejezetben a kutatók médiavitáiból kirajzolódó argumentációs stratégiákat és központi narratívákat mutatom be, s kapcsolom a legitimitás tipológiájához. A 7. fejezet a fogyasztói kutatásokba kalauzol. Mindezek nyomán a három kutatási pillért összegző következtetéseimet, a kutatási kérdések megválaszolását tartalmazza a 8. fejezet.

Az elmúlt bő egy évtizedben a társadalomtudományok területén tudomásom szerint, ha nem is számos, de jó néhány olyan kutatásra került sor Magyarországon, amelyek a disszertációm empirikus kutatásának három pillére közül valamelyikkel rokoníthatók. Azaz érintetti azonosításra, valamely érintetti csoportokra, a szervezeti mezőnek, az intézményrendszernek bizonyos elemeire, azok hozzáállására, érvelésére fókuszáló vizsgálatok.

8. táblázat Az agrárbiotechnológiára vonatkozó hazai társadalomtudományi kutatások

Kutatási irány	Forrás ⁴⁹
Érintettek és érvrendszerek azonosítása	Murányi és Berényi [2004]; Sükösd, Fonyó és Kollár [2008]; Kasza és Lakner [2012]
Fogyasztói hozzáállás vizsgálata	Bánáti és Lakner [2003]; Kasza [2009]
Sajtóelemzés	Kasza és Lakner [2012]; Vicsek [2012]
Kockázatbecslés, -kezelés és -kommunikáció intézményrendszerének azonosítása, tervezése	Ferencz, Hajdu és Vári [2005]; Tombácz [2003]
Közgazdasági elemzés	AKI [2005]; Bánáti, Szabó és Lakner [2007]; Popp és Potori [2007]; Pataki és Matolay [2008]; Schulz [2012]

Forrás: Saját szerkesztés

Az 8. táblázat a társadalomtudományok oldaláról közelítő hazai

⁴⁹ A kutatásokat egy-egy, a legfontosabbnak ítélt publikációval jellemzem a táblázatban, noha némelyiküknek több nyilvános, kutatási outputja létezik.

agrárbiotechnológiai kutatásokról ad áttekintést.⁵⁰ A táblázatban korántsem szerepel valamennyi fogyasztói vizsgálódás: azokból tulajdonképpen relatíve számos készült, és többek között a klasszikus piackutatásokat itt nem jeleztem, a hazai fogyasztói kutatásokat ugyanis részletesen bemutatam a 7. fejezetben (lásd 15. táblázat). Az itt felsorolt kutatási irányok némelyike csak érintőlegesen hozható a jelen kutatással összefüggésbe. Nem kívánok szorosabb kapcsolatot teremteni a kockázatbecslés, -kezelés és -kommunikáció intézményrendszerét előkészítő és vizsgáló kutatásokkal – még ha részt is vehettem a Ferencz, Hajdu és Vári [2005] elemzéséhez készült feltáró kutatásban. Mint ahogy azokkal sem teremtek ebben az írásban közvetlen kapcsolatot, amelyeket közgazdasági kutatásokként jelenítettem meg. Ez utóbbi gyűjtőnév alatt szerepelnek olyan közgazdasági elemzések, amelyek a génmódosított növények terjedésének gazdasági hatásairól [AKI, 2005], valamint termesztésük és ipari felhasználásuk közgazdasági vonatkozásairól szólnak [Popp és Potori, 2007]. Itt szerepel az az áttekintő munka is, amelyben az élelmiszer ellátási láncnak a GM növények megjelenése mián bekövetkező átalakulását, és az elemeire vonatkozó lehetséges hatásokat összegeztük nemzetközi és hazai irodalom alapján [Pataki és Matolay, 2008]. Érdeemes továbbá megemlíteni Bánáti, Szabó és Lakner [2007] kutatását, amelyben mezőgazdasági termelőknek és az élelmiszer ellátási lánc tagjainak véleményét kérdezték a GM termékekről és azok szabályozásáról. (Megjegyzendő, hogy a mezőgazdasági termelők körében ezen kívül csupán vállalati vizsgálatokról beszélhetünk: a hazai legnagyobb gazdaságok körében a Monsanto rendelt meg piackutatást [Czepó, 2005].) Valamint itt említem Schulz [2012] kutatását, amelyben a szegedi biotechnológiai cégek látens klaszteresedését vizsgálja.

A táblázat első három sora kapcsolható tehát közvetlenebb módon ehhez a kutatáshoz. E kutatások egy vagy több érintettcsoport felől közelítenek, s nem is mindig egyszerű a táblázati besorolásuk. Az érintetti feltárást mindhárom jelzett kutatás a média elemzésére és interjúk készítésére építette, közülük Kasza és Lakner [2012] elsősorban a média elemzésére, a másik két kutatás a szereplők érvrendszerére vonatkozóan tesz főként megállapításokat. A kapcsolódó hazai

⁵⁰ Következésképpen nem célja a természettudományos vizsgálatok áttekintése, és nem tartalmazza – minthogy jelen kutatásban nem cél a jogi keretek vizsgálata – a szabályozásra vonatkozó elemzéseket, összegzéseket sem (az utóbbiról lásd például Bánáti, Popp és Potori [2007]; Bánáti és Vértes [2007]; Sipos [2010], Tahyné [2012]).

kutatásokat a következő fejezetekben, jelen vizsgálat pilléreihez és eredményeihez vonatkoztatva mutatom be.

5.1. A szervezeti mező jellemzői

Magyarországon a 3. fejezetben felsorolt multinacionális agrárbiotechnológiai vállalatok leányvállalatokkal rendelkeznek. A Bayer CropScience, a Dow Chemicals, a DuPont, a Monsanto, a Syngenta mellett fontos említeni a Pioneer Hi-Bred nevét, mely a felvásárlásokat és fúziókat bemutató 5. ábrán a DuPont vetőmagvállalataként szerepel. Valóban a résztulajdonában áll, Magyarországon külön vállalkozásként vannak jelen, a DuPont a növényvédőszer, a Pioneer Hi-Bred a vetőmag előállítás és forgalmazás területén – a legnagyobb gyártóként. További agrárbiotechnológiával érintett, Magyarországon jelen lévő nagyvállalatként felmerül a KWS neve, a fentiekén túl ugyanis e német anyavállalatú vetőmaggyártó tagja még a biotechnológiai kutatók és vállalatok közös szervezetének, a Barabás Zoltán Biotechnológiai Egyesületnek (BZBE).⁵¹

Az empirikus kutatást bemutató fejezetben a 6. táblázat a szervezeti mező tagjaival készített interjúkat számszerűsíti a legitimációs folyamatban részt vevő fő érintettcsoportok szerinti bontásban. Itt jegyzem meg, hogy nem készült interjú politikai pártok szereplőivel, valamint azokkal az érintettekkel, akik a legitimációs folyamatnak kizárólag a nem látható, mintegy a nyilvánosság és/vagy a többi érintettcsoport kizárásával zajló eseményeiben vesznek részt. Van ugyan lobbifeladatokkal felruházott szereplő az interjúalanyok sorában, ám például az Egyesült Államok GMO népszerűsítési és konfliktus kezelési programjának magyarországi működéséről az érintettek elmondása, valamint a wikileaks dokumentumai alapján értesülhetünk, a háttérben zajló folyamatok – természetüknél fogva – közvetlenül kevésbé kutathatók.

E fejezet további részében először a szervezeti mező fő jellemzőit foglalom össze, jelen kutatás eredményeit a korábbi hazai vizsgálatokkal egybevetve. Ezután az agrárbiotechnológiai vállalatok legitimációs tevékenységét elemzem, és a

⁵¹ A BZBE tagságát intézmények és egyének teszik ki. Az 1999-ben alakult egyesületnek 12 egyetemi és akadémiai kutatóintézeti és 8 vállalati intézményi tagja, valamint 8 kutató és 12, a vállalatok vezetőiből, GMO-val foglalkozó illetékeseiből álló egyéni tagja van. Az egyesület célja „a géntechnológia nyújtotta kutatási és alkalmazási lehetőségek bemutatása, valamint azok hazai

disszertációm keretében ezen keresztül mutatom be a többi érintettcsoport tevékenységét is.

A 2000 júniusa és 2008 novembere között megjelent cikkeken végzett kvalitatív diskurzuselemzést Kasza Gyula és Lakner Zoltán [2012]. Három napilap (Magyar Hírlap, Magyar Nemzet, Népszabadság), az Élet és Irodalom, a Magyar Tudomány, valamint elektronikus források (index.hu, origo.hu, forumkerso.hu) vizsgálatával 289 mezőgazdasági biotechnológiával foglalkozó cikket azonosítottak, amelyeket egyfelől a génmódosítást pártoló és ellenző kategóriákba soroltak (181 és 108 cikktalálattal). Másfelől – s ebben fogalmazódik meg elsődleges kutatási céljuk – azonosították a megszólalókat, azaz azt vizsgálták, hogy a növényi biotechnológia milyen befolyásos véleményformálók révén jelenik meg a médiafogyasztók számára.

A szerzők tartalmi megállapítása szerint az azonosított véleményformáló csoportok az adott csoporton belül tulajdonképpen egységes állásponttal, érveléssel jelennek meg a hazai sajtóban, legyenek bár szabályozók, vállalatok, környezet- és fogyasztóvédő szervezetek, mezőgazdasági termelők. Kivételt ez alól a tudományos kutatók csoportja képez, amely a szerzők szerint a sajtóbeli megjelenések alapján élesen szétválik a GMO-t pártoló és ellenző kutatókra. Immáron a médiaelemzéstől függetlenül a szerzők becsléssel is szolgálnak: véleményük szerint Magyarországon az érintett kutatók háromnegyede pro-GMO hozzáállást mutat. Megjegyzik ugyanakkor, hogy e kinyilvánított hozzáállás mögött az a szociálpszichológiai folyamat is húzódhat, hogy nehogy konzervatív, izolálódó színben tűnjenek fel.

Jelen kutatás – ahogy a további hazai kutatások is – megerősíti, hogy a GMO-t vizsgáló természettudományos kutatók körében többféle attitűd, ellentétes vélemények fogalmazódnak meg (ennek argumentációs stratégiáit vizsgálja a következő, 6. fejezet). A további érintettcsoportok véleményének egységességét ugyanakkor vitatja e kutatás.⁵² Még ha el is tekintünk attól, hogy számos szereplő identifikálja magát semleges állásponttal (erről lásd alább), akkor is tetten érhető hozzáállásbeli különbség a szervezeti mező adott csoportjain belül is. Ilyen például a biotermelők és a hagyományos vetőmagtermelők közötti eltérés, mind érvelésben, mind hozzáállásban, akkor is, ha a legutóbbi időkben a hagyományos

hasznosításának elősegítése”... „az egyetemi és akadémiai kutatóhelyek munkatársainak aktív szerepvállalás”-ával. [Zöldbiotech.hu, é.n.].

⁵² Kasza és Lakner [2012] kutatásában ez az egységesség a médiamegjelenések alapján rajzolódott ki, amelyet – a médiát – én ilyen módon nem vizsgálók. Jelen kutatás ennél árnyaltabb képet fest, amely

vetőmagtermelők álláspontja szorosan meg is közelíti a biotermelőkéét. A biogazdálkodásban érintettek egyértelmű GM-ellenes álláspontja környezeti-ökológiai szempontokra, valamint arra épül, hogy a termékek különbsége, a bio és nem bio növények megkülönböztethetősége tűnik el akkor, ha átporzással fenyegető GM növényeket vetnek biogazdaságok közelébe. Jóllehet ez utóbbi egyúttal gazdasági érv is, ám távol áll attól, amit mezőgazdasági alapanyag termelők egyik szövetségének vezetője hangoztatott: „Ami gazdasági érdek, az egyenesen kötelező”. Ezzel nem csupán a többi szempont háttérbe szorulását, hanem azt is ki kívánta fejezni, hogy végső soron a szövetségnek nincs egyértelmű álláspontja a GMO-kal kapcsolatban. Mindezt a biogazdák képviselője a koegzisztencia rendelet megalkotása során megengedően úgy magyarázta, hogy a hagyományos vetőmagtermelőknek mindaddig kevésbé volt módja a biotechnológiával, annak terményeivel, találkozni, azokról tapasztalatot gyűjteni, annak hatásait saját tevékenységük vonatkozásában mérlegelni, és így álláspontjukat kialakítani. Ezzel szemben a biogazdák szövetsége Magyarországon már az 1998-as géntörvény, valamint a GMO-k és az ökológiai gazdálkodás viszonyát tisztázó 1999-es európai szabályok előtt, 1997-ben tolerancia nélkül, a GMO teljes tiltását írta elő a hazai biotermelőknek. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy a mezőgazdasági alapanyag előállítók közötti különbözőség egyik fő forrásának az mutatkozik, hogy az adott területen milyen piaci elvárásokkal szembesülnek. A gabonaforgalmazók inkább, a takarmánygyártók kevésbé érzékelik nemzetközi üzleti partnereiktől a GMO-mentesség nyomását, igényét. GMO-kérdésben a hazai növénytermesztő társadalom sem mondható egységesnek: a kétféle megközelítés alapját – a kutatói vitákban részletesebben is bemutatott azon – értelmezési különbségtétel adja, miszerint a géntechnológia a hagyományos nemesítésnek egy újabb fejezete, vagy a nemesítést éppen hogy sutba vágó, alapvetően más technológiai, logikai irány. Nem tekinthetőek egységesnek a minisztériumok sem. A vizsgált időszak túlnyomó részében négy érintett minisztérium gondozta a GMO ügyet, az agrár-, a környezeti, az egészségügyi, és a gazdasági minisztérium.⁵³ Az előbbi két minisztérium tevékenykedett aktívan a hazai jogszabályok és intézményrendszer megalkotásában, a helyi vizsgálatok kezdeményezésében, ugyanakkor tárcaközi bizottság készítette

a kutatási célok és eszköztár eltéréséből is adódik, abból például, hogy számosabb érintettel, feltáró jellegű kvalitatív interjúk révén vizsgálódom.

elő például az EU-ban tárgyalandó lépéseket. A GMO-val kapcsolatos különböző hozzáállás a vizsgált időszakban megragadható a következőképpen. A környezeti tárca „nem”-je egyértelmű, legfőbb érvként a pannon biográfiai régiót érintő vizsgálatok szükségességének hangsúlyozásával. Az agrártárának ugyancsak a GMO-mentesség a hivatalos álláspontja, ugyanakkor az interjúk és a nyilvános fórumokon elhangzottak ennél vegyesebb hozzáállást mutattak. Ebből elsődlegesen az rajzolódott ki, hogy a jelenlegi vetőmag és termény export versenyképességét a GMO-mentességben látta a tárca, ugyanakkor a hosszabb távú versenyképességet illetően felmerült, hogy a GMO-mentességnek vajon e versenyképességi előnyei maradnak fenn, vagy a hátrányai (a géntechnológiai lemaradás, a GMO-t is termesztő országok piaci helyzetének javulása) kerülnek előtérbe. A dilemma tulajdonképpen lefordítható arra, hogy a Porter-i alapvető versenystratégiák közül vajon a GMO-mentesség révén kialakított megkülönböztető versenystratégiát, vagy a GMO-k költségcsökkenéssel kecsegtető bevezetése révén egy költségvető versenystratégiát érdemes-e folytatni. (Az alapvető versenystratégiákról lásd Porter [1993], Chikán [2008]). A gazdasági tárca esetében a GMO téma ugyancsak bizonyos hullámzást követett, ám másképpen. A kérdéskörben egy adott időszaktól eltekintve a két említett tárcát engedte előtérbe, ugyanakkor főként 2005 folyamán a biotechnológia ipar és a növényi biotechnológia fellendülésétől várható gazdasági előnyök domináltak az érvelésben, ami pro-GMO álláspontot váltott ki az akkori jogszabályalkotás folyamatában.⁵⁴

Következésképpen az adott érintett csoportok a GMO-hoz való viszonyulásukban – legalábbis bizonyos időszakokban – aligha tételezhetők homogénnek. Ezen eltérések további elemzésére e dolgozat nem tér ki az itt idézett érintettek vonatkozásában, a vállalatok tevékenységét és argumentációját illetően viszont figyel az ebbéli – mindezekből következő – részletekre.

⁵³ A minisztériumokat nem az aktuális pontos elnevezésükkel, hanem a témánkhoz kapcsolódó tevékenységükkel jelölöm.

⁵⁴ Több kormányzati és vállalati interjúalany is utal az akkori gazdasági miniszternek az új piaci, gazdasági lehetőségek feltárására vonatkozó lendületére, amely találkozott az Egyesült Államok GMO-lobbijának tevékenységével. A miniszter USA-beli látogatása alkalmával innovációs, biotechnológiai fejlesztési amerikai források kerültek a látókörbe, amelynek feltétele a magyarországi termesztési és import moratóriumnak rövid határidőn belüli feldoldása volt, amelyre végül nem került sor. A gazdasági miniszter tárgyalta amerikai biotechnológiai nagyvállalattal, amelyet a magyar sajtó többször is felrőtt neki (lásd például Bohus [2006]), vagy a nyomásgyakorlás módjáról számolt be (nem adhat elő a miniszter egy amerikai biotechnológiai konferencián, ha nem cép fel moratórium ellen).

Murányi István és Berényi Zoltán [2004] az ezredforduló után folytatott kutatást az agrárbiotechnológiát illető hazai vitáról. Ebben nem csupán a pártoló és ellenző oldal képviselőit kívánták azonosítani, hanem általuk a vita fő témaköreit és a szereplők érvrendszerét is feltárni. A hazai vitában a biotechnológia támogatóiként olyan közös jellemzőkkel bíró, genetikával és biotechnológiával foglalkozó kutatókat azonosítottak, akiket nemzetközileg elismertként, a konferenciák állandó szereplőiként, a sajtó által keresett alanyokként aposztrofáltak. Ellenzőkként a környezetvédő háttérrel rendelkező biológusok és ökológusok szerepelnek a szerzők listáján, köztük civil szervezetek, akadémiai kutatói intézetek, egyetemek munkatársai.⁵⁵ Kasza és Lakner [2012] kutatásához hasonlóan Murányi és Berényi [2004] is két egymással szembenálló csoportot azonosított, a támogatókét és ellenzőkét. E dichotóm kategóriaalkotástól valóban nehéz eltekinteni, lévén ha valamely szereplő véleményt nyilvánít, akkor annak valamilyen irányban végkicsengése lesz. Azokat a szereplőket – jellemzően kutatókat –, akik úgy igyekeznek véleményt formálni, eredményt felmutatni, hogy az nem fordítható le a támogatás vagy ellenzés kategóriáira, az interjúalanyok mintegy pellengérré állítják, ezt személyiségük gyengeségének – szélsőséges konfliktuskerülésnek, gyávaságnak – tételezik, amely legitim módon hosszú távon nem tartható. Ez a személyre vonatkozó értékelés, azaz személyeskedés a hazai GMO diskurzus folyamatosan jelen lévő jellemzője, jelen gondolatmenetben viszont nem ezen, hanem azon van a hangsúly, hogy tartózkodhat-e érintett a pro és a kontra sarkokon kívül máshol a GMO- ringben?

Úgy tűnik, hogy saját identitásuk megrajzolásának erejéig igen, ám azon túlmenően már nehezen. Vállalati, kutató, civil, hatósági interjúalany egyaránt fontosnak tartotta elhelyeznie magát a GMO erőterben, éspedig oly módon hogy megkülönböztesse helyzetét, véleményét a pro és a kontra végtétől, amelynek révén elsősorban szakmaiságuk és függetlenségük bemutatásnak szándéka sejlett fel. Került erre sor például az ellenzők táborába sorolt kutató részéről oly módon, hogy nem általában a biotechnológiával, hanem a moratórium hatálya alá eső génmódosított

⁵⁵ A mintegy tíz évvel ezelőtti kutatás azért szerepel ebben a sorban, mert a vitatémák és az érvrendszer feltárásában a szerzők váratlan akadályba ütköztek. Az általuk a témáról levélben megkérdezett alanyoknak csupán elenyésző hányada válaszolt, és ők is egyetemi tankönyveket, tudományos előadásokat és folyóiratcikkeket javasoltak – s ez a vita feldolgozására kevésbé bizonyult alkalmasnak. Murányi és Berényi [2004] végül a nyilvános – médiabeli – megszólalásaikat vizsgálták, köztük az egyik olyan vitasorozat témáit foglalták össze, amelyet a következő fejezetben – további más médiavitákkal együtt – magam is elemzek.

növényekkel szemben támaszt kritikát. Hangsúlyozta – GMO-val és hagyományos vetőmaggal, illetve növényvédőszerrel egyaránt foglalkozó – vállalat illetékese, hogy abból, hogy megszólalnak környezetvédők, nem következik, hogy aki nem ért velük teljesen egyet, az környezet romboló. (Érvelése folytatásaként azt hangsúlyozta, hogy a hosszú távra gondolkodó biotechnológiai vállalat szerint a jelenlegi környezeti kihívásokra a tudomány jelenlegi állása szerint a biotechnológia jó válasz lehet, tehát nem az ellenoldalon áll. Mint ahogy azt a következő fejezetben látni fogjuk, ez egyúttal a leplezett összehasonlítás, a leválasztás argumentációs stratégiájába illeszkedő érvelés.)

A semlegesség álláspontját és az ellenoldalak összeegyeztethetőségének, kibékíthetőségének e szándékát azonban sokszorosan felülmúlja a két ellentáborba sorolás, s annak ellenfél, háború metaforája. Az interjúk túlnyomó többségében, kivétel nélkül minden érintettcsoportnál nagy hangsúly kapott e „háború”, az ellenoldalak között folyó „csata”, az egy-egy szereplő „hadüzenetével” megteremtett „hadszíntér”, ahol a szereplők egy része „agresszív fellépéssel” kíván eredményt elérni a háttérben, és ahol a „a tudós lesz a frontember, akit előre lehet tolni a kommunikációs csatában”. „Állóháború”, amelyben „megmerevedtek a frontok”, s nem lehet előjönni „sértetlenül a lövészárkokból”. A háború metaforája pediglen újból két ellentáborra utal. Megjegyzem ugyanakkor, hogy Sükösd et al. [2008] a hazai GMO szakpolitika-alkotásra hatással lehető szereplők körében 5 eltérő diskurzust azonosított, amelyeket mintegy skálára rendezve juthatunk el a fundamentalista pro-GMO állásponttól három további lépésen át a mezőgazdasági érdekközpontú anti-GMO diskurzusig. Jelen kutatás tapasztalatai Sükösd et al. [2008] eredményeit támasztják alá, az általuk feltárt diskurzusok közül a vállalatokra vonatkozóakat mutatom be a következő alfejezetben részletesebben.

A szervezeti mező további fontos karaktere, hogy emblematisztikus szereplők jellemzik az érintettcsoportok leginkább aktív részét, így a környezeti minisztériumot, a vállalatokat, a biotermelőket, a kutatókat és a civileket. Legnagyobb létszámban az utóbbi két érintettcsoport sorakoztat fel az érveiket megisméjlesztő egyéneket. Minthogy ily módon személyekben testesül meg a szervezeti mező legitimitásteremtés szempontjából látható, aktív része, kiemelt hangsúlyt kap az egyének tudása, kompetenciája, személyes integritása. Erre a szereplők egy része reflektál is, GMO-val kapcsolatos tevékenysége és személyes

jellemzői között kapcsolatot teremt (például „ehhez elkötelezettség, harcedzettség kell”), míg mások e személyes jellemzők becsatornázását éppen hogy szakmaiatlanságként fogják fel („a mérlegelés képességének hiánya”). Mindez összekapcsolódik a morális legitimitás perszonális szintjével (lásd 1. táblázat). A karizmatikus, tehát nem csupán tudásában, hanem személyiségében is hiteles, magával ragadó szereplő szükségességére egyébként oly módon közvetlenül utalás is történik a pártolók oldaláról, miszerint „a köz nyelvén beszélni tudó, elfogadott és kedvelt professzornak kellene kizárólag” nyilvánosan a témáról beszélni. A mondatban rejlő véleménykifejtés korlátozására irányuló szándékot most nem érintve, látható a személynek a kommunikációs és kapcsolatteremtő képességére, valamint a státuszából adódó tekintélyére történő apellálás vágya.

Ezen egyéni szint hangsúlyossága a hazai legitimációs folyamatban további jellemzők kiváltója, illetve felerősítője. Forrása egyfelől a már említett és a továbbiakban még részletezendő személyeskedésnek. Másfelől a nyilvánosság előtt aktív szereplők köre relatíve hamar kialakult és stabilizálódott. A médiában, a konferenciákon, a nyilvános előadásokon többé-kevésbé ugyanazok a meghívott előadók, beszélők, illetve ha valamely szereplő kimarad, akkor prognosztizálható ennek számonkérése (mely utóbbinak az egyik jellemző története a Mindentudás egyetemének géntechnológiai kerekasztala körüli médiavita). A lövészárkok kialakulásával és intézményesülésével megfigyelhető továbbá az a tendencia, mely szerint a másik oldal meghívottja a távolmaradásával igyekszik delegitimálni az adott rendezvényt, szervezetet (például GM-támogató kutatók nem mennek el a GMO-Kerekasztal ülésére). A mintegy állandósult részvétel jellemzőjeként a civil oldalnak a hazai nyilvános GMO konferenciákon való szereplését mutatom be. Ezekre egyazon szereplő⁵⁶ kap rendszeresen előadói meghívást. A biológus végzettségű környezetvédőt így egyfajta elfogadottság övezi – mely egyéni és szervezeti aktivitásán túl, a GEVB-tagságából és szakmai érvelési képességének elismeréséből táplálkozik –, ugyanakkor a jelenléte az ellenző oldal bevonásának, és ezzel a kiegyensúlyozott vita képének megteremtésének relatíve könnyű és kiszámítható módja lett.

A legitimációs folyamatok befolyásolásának szándékáról és képességéről a nyilvános folyamatok és a háttérben zajlóak egyaránt árulkodnak. A vállalati

⁵⁶ Később a GMO-t ellenző aktív szervezetek relatíve nagy száma ellenére továbbra is nagyon szűk kör.

szereplők a kutatók, a biotermelők és a civilek hatékony befolyásoló tevékenységét emelik – az utóbbiakat egyébként mint kompromisszumképtelen egyúttal leghatékonyabb szereplőket – ki. A biotermelők éppen ellenkezőleg, utalva a jogszabályalkotás társadalmi vitájában elfogadott javaslatok hirtelen – vélekedésük szerint vállalati („hiszen minden más érintett részt vett a korábbi folyamatban”) nyomásra – történő változásaira. Összességében tehát e két érintetti csoport egymásnak tulajdonítja az érdemleges legitimitás teremtmő, illetve fosztó szerepet. A vizsgált időszakban egyre több civil szervezet kapcsolódott be az anti-GMO oldalon és alkalmazott változatos eszköztárat (az említett nyilvános megszólalásokon túl Génpiszka és egyéb tájékoztató füzet sorozat kiadásától, újságíróknak egy bizonyos időszakban havonta rendezett GMO tájékoztatókon keresztül, utcai demonstrációkon át a GM-mentes települések hálózatához való csatlakozás ösztönzéséig stb.), ugyanakkor a befolyásuknak a megítélése vegyes. A vállalati „sötétzöldek” megfogalmazáson túl a civilekkel való kapcsolatot jellemzi „a kerestük már a Greenpeace-t, békamentés ügyben” vállalati idézet. A környezeti minisztérium ugyanakkor kevesellte az aktivitásukat.

A legitimációs folyamat szereplőinek leírásának fontos eleme, hogy a vállalatok és kutatók már említett egyesülete, a BZBE nem az egyetlen intézményesülési lépés e folyamatban. Az Országgyűlés Környezetvédelmi és Mezőgazdasági Bizottsága mellett 2005-ben létrejött az ún. és imént említett GMO-Kerekasztal, alapítója szerint nem biotechnológia ellenző szervezetként, hanem olyan civilként, amely „támogatja a hazai, eredeti géntechnológiai kutatásokat és mellékhatásvizsgálatokat”, valamint „célja a döntéshozók, a sajtó és a közvélemény elfogulatlan tájékoztatása” [Darvas, é.n.].

Összességében a kutatók a diskurzus leginkább látható szereplői, s legkevésbé a fogyasztók és a gazdák mutatkoznak meg a mezőben, bár az érdekképviselői szervezeteik állást foglalnak. Fogalmazhatjuk úgy, hogy bár ők a leginkább érintett, a közvetlenül legkevésbé bevont tagok.

5.2. Vállalati legitimációs folyamatok

A vállalati agrárbiotechnológiai legitimációs stratégiák távolról sem egységesek. Jóllehet bizonyos elemeikben – például a BZBE tagságban – egybecsengenek, mi több, egybefonódnak, alapvetően különböző legitimációs célok

és tevékenységek érhetők tetten. Ezek bemutatása előtt fontos újból hangsúlyozni, hogy e tevékenységek látható és nem látható vonulata egyaránt jelentős. Az utóbbiak – a színpalak mögött és/vagy más szereplők révén – folytatott aktív legitimitás teremtetési tevékenység az egyik oka a vállalati helyett a szervezeti mező szintű vizsgálódásnak. Kiemelendő továbbá, hogy Magyarországon tartamosan jelen lévő, hosszú ideje működő vállalatokról van szó – s mint látni fogjuk, ez a vállalati érvrendszerben hangsúlyos szerepet kap –, ennek következtében nem a vállalati, szervezeti legitimitás, hanem az új termék, technológia legitimitásának megteremtéséről van szó. Ugyanakkor egyes vállalatok legitimációs érvelésében és tevékenységében felmerül a meglévő legitimitás – piaci pozíció, érintetti elfogadottság stb. – GMO-k miatti esetleges elvesztésének kockázata, és a szándék ennek minimalizálására

A szervezeti mező más tagjai is elsősorban a termék, a technológia legitimitására fókuszálnak, ám nem lehet eltekinteni a vállalatokat érő kritikáktól, célozzák bár az e legitimációs folyamatban alkalmazott módszereket, tényezőket (például a lobbizó cégek kifárasztási taktikáját a minisztériumi illetékeseknél), vagy tágabban az adott vállalat működési módját, alapvető tevékenységét, stílusát, múltját. E delegitimációs kísérletek elsősorban a hazai GMO-folyamatokban és kommunikációban aktív vállalatokra irányulnak, mindenekelőtt a Monsanto, a nemzetközi szintén is leggyakrabban megcélzott vállalatra. Ennek az írásnak nem célja az egyes vállalatoknak, sem pedig a GMO-val kapcsolatos külföldi kutatási, termelési, marketing stb. tevékenységeiknek, eredményeiknek és botrányaiknak a bemutatása. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy bár más agrobiotech nagyvállalatok is a környezet- és jogvédő szervezetek szoros figyelme, gyakori támadása és folytonos elemzése alatt állnak (lásd például Paul és Steinbrecher, [2003]), ám egyiküket sem elemezték olyannyira részletekbe menően, sok szempontból és sokféle közönség számára mint a Monsanto-t. Arról könyvek és filmek sora jelent meg, vázolja a GMO-kat megelőző cégtörténetet, a dioxinnal szennyezett Agent Orange-ot és a növekedés serkentő hormonokat célozva [Bakan, 2004], gazdasági és politikai pozícióit és lépéseit, hatalmi helyzetét bemutatva [Charles, 2001], a teljes művet a vállalat kritikájának, a fehérgalléros bűnözésnek, az átporzást elszenvedő gazdák beperlésének, az indiai gazdák öngyilkossági hullámának stb. szentelve [Robin, 2009], vagy éppen – ahogy a szerző fogalmaz – a biotechnológia megítélését nem

kívánván pusztán a médiapropagandára hagyni, a tényleges eredményeket az olvasóhoz közelebb vinni [Pringle, 2005].

Legitimációs aktivitás. Az agrárbiotechnológia megjelenítésében, az azzal való azonosulásban két közelítésmód azonosítható, amelyek között a különbségtétel legfontosabb forrásait az adja, hogy a vállalat mely érintetti csoportokkal kommunikál, és azt milyen csatornákon teszi. E két fő jellemző együtt jár további szempontokkal, mint amilyen az interakció módja (például egy-, illetve kétirányú kommunikáció), a biotechnológia témájának szervezeten belüli megjelenítése (van-e felelőse, szakértője a témának a leányvállalatnál). A három fő közelítésmód a következő:

1. önállóan nem, az anyavállalat, iparági szervezet stb. csatornáin keresztül kezeli a biotechnológia ügyét;
2. az élelmiszerfogyasztók irányában nem, egyéb érintettek (hatóságok, gazdák) felé változatos kommunikációs eszköztár; aktív és nyilvános részvétel (az előbbieken túl média jelenlét, megszólalás nyilvános fórumokon).

A 2. csoport természetesen szintén épít az anyavállalat nemzetközi aktivitásaira, ám helyben, az iparági, biotechnológia szervezetekben, valamint önállóan is tevékenykedik. A vállalatközi együttműködés érve az, hogy mindaddig, amíg nem konkrét termék – és ezzel piaci részesedés – érdekében, hanem általában a GMO-k elfogadtatása a cél, az együttműködés az üdvös. Kifejezetten az lehet azon vállalatok számára, amelyek saját maguk nem szeretnék a nyilvánosság előtt a GMO-val összefüggésben megjelenni. Így az egyesület, hangosabb-harcosabb vállalat szélárnyékában képes működni kedvező fejleményeket remélve. Az így cselekvő vállalatok egyfelől azt hangsúlyozzák, hogy számukra a GMO „nem kényszerpálya”. Hagyományos termékeikkel is sikerrel ki tudják elégíteni a keresletet, s nincs olyan léptékű, megtérülés irányába szorító biotechnológiai befektetés mögöttük, ami végletesen forszírozná a piaci GMO jelenlétüket. Változatos mértékben ugyanakkor az is felmerül, hogy helyi piacuk, helyi kapcsolataik, helyi beágyazottságuk – végső soron legitimitásuk – nem sérül-e azáltal, hogy „GMO-s hírébe” keveredik? Így egyszerre igyekeznek minimalizálni ráfordításaikat és kockázataikat e legitimációs küzdelemben, ahol helyénvalónak látszik a kivárási stratégiaja.

Mindazonáltal a legitimitás befolyásolásában aktívan részt vevő vállalatok köréből is kiválik tevélegességével a Monsanto. A társaságok Magyarországi

aktivitása ugyanakkor általánosan csökken. Az elmúlt évben már nem is adtak be szántóföldi kísérletre engedélykérelmet a GEVB-hez, kisebb a kormányzati, sajtóbeli egyéb kommunikációra fordítható erőforrás, s ha volt is korábban kifejezetten GM ügyekre delegált munkatárs, akkor ma már bizonyosan ellát más feladatokat is.

A szervezeti mező vállalati tagjai esetében tetten érhetjük a legitimitás befolyásolásának tulajdonképpen valamennyi, a 3. táblázatban foglalt stratégiáját és taktikáját. Az aktív szereplő esetében is a *konformitás stratégiája* a legerőteljesebb, bár jegyezzük meg, hogy természeténél fogva ez a leginkább látható, nyilvános lehetősége az elfogadottság megteremtésének. „Mi mindenkivel [értsd döntéshozói, -előkészítői pozícióban lévők] jóban szeretnénk lenni”, hangzik a szándék, amely cselekvésbe fordítva annyit tesz, hogy a vállalati véleményt, eredményt tudatja a döntéshozóval, segít a kérdésben felkészülni, elmélyülni. A konformitás stratégiája tükröződik a vállalati kutatási eredmények felajánlásán túl azon is, ahogyan retorikájukban a génmódosítás a növénynevelés természetes következő újabb lépése (erről lásd a 6. fejezetben). S idesorolhatóak azok az érvek is, amelyek a hatalmi-uralkodó kétségek eloszlatását célozzák. Így azt, hogy a GMO-k révén multinacionális vállalatok válnak a mezőgazdaság uralkodó szereplőivé. A válasz erre blazírtan egyszerű: valamennyi érintett cég évtizedes múlttal, jelentős piaci részesedéssel van jelen Magyarországon, e vonatkozásban tehát nincs milyen változást eredményezzen a GMO. A konformitást célozza, s az utánzás taktikáját testesíti meg továbbá a „gazdasági versenyképesség” érv használata a magyar intézményi kontextusban (részletesebben lásd a 6. fejezetben).

A kompromisszum stratégiájának kibékítő taktikája a környezetbarát érvek használata. Az *elkerülés stratégiájának* példaként hozható az a hárító magatartás, amikor kutatási célokra vetőmagot kérő hazai intézményt ért a visszautasítás az amerikai központból, „Önöknek ez még korai” magyarázattal. Megtörténik a távozás is, például nem végeznek itt szabadföldi kísérleteket, illetve egy másik stratégiával, az irányítással/manipulációval átfedésben az, amikor egy vállalat a magyarországi lobbitevékenységét beszünteti és – akár a helyi stábbal együtt – áttelepíti Brüsszelbe. A Monsanto kivételével általánosan gyakorlott az elkerülés, elleplezés azon módszere, miszerint ezzel a témával nem lépnek a nyilvánosság elé, távolmaradnak a sajtótól. Izgalmas módon ötvöződik a konformitás és a szembeszállás stratégiája, amikor a „jóban szeretnénk lenni” mellett – megkérdőjelezésként - felmerül a szakpolitika formálóinak inkompetenciája. Maguk

a vállalatok, és még inkább más érintettcsoportok elsősorban olyan legitimációs tevékenységeket sorolnak, amelyek az irányítás/manipuláció stratégiájába illeszkednek. „Minden héten itt ült a Monsanto” – utalt a minisztériumi lobbitevékenységre, azt egyfajta kifárasztási gyakorlatként értékelve egy szabályozó hatósági illetékes. A kooptálás taktikájával a kutatói kapcsolatok teremthetnek meg, s általa a legitimitásnak egy speciális, tudományos tekintélyre épülő szelete. A kutatók előtérbe tolása a fejezet korábbi részében egy idézetből már felsejlett. Mögöttes kapcsolatokat, a kutatói függetlenség megkérdőjeleződést, vállalati finanszírozást rónak fel az érintett kutatóknak, akiknek egy része nyilvánosságra is hozza vállalati kapcsolatait. Az ellenzők a kapcsolat magyarázatában elsősorban a finanszírozási forrás érvre hajlanak, míg a támogatók azt hangsúlyozzák, hogy a növényi genetikában hívó kutatók és azt alkalmazó vállalatok természetes szövetségesek, ehhez akár a kutató tudományos kíváncsisága elegendő hajtóerő lehet. Az irányítás/manipuláció stratégiájánál mindezen túl meg kell említeni az ellenőrzés taktikáját is. Az Egyesült Államok GMO népszerűsítési programja keretében Magyarországra érkező szereplők, csakúgy mint az amerikai nagykövet tevőlegesen igyekszik a pro-GMO álláspontot terjeszteni. Az ellenzők ugyanakkor hatalmi játéknak érzékelték például azt az alkalmat, amikor a nagykövetségre vacsorára voltak hivatalosak, melynek során egy konfliktuskezelővel kellett tárgyalniuk.

Vállalati diskurzusok. A fejlődés, a tudományos haladásba, a technológiai megoldásokba, az innovációba vetett hit mindegyik vállalatnál megfogalmazódik. Sükösd et al. [2008] a vállalati megszólalók vonatkozásában két jellemző diskurzust azonosított. Egy részükre az általuk fundamentalista pro-GMO diskurzusnak nevezett nyelvhasználat és érvelésmód, egy másik csoportjukra az ún. kockázat-elfogadó, technológia-optimista pro-GMO diskurzus jellemző. Érdeemes megjegyezni, hogy a szerzők úgy találták, a vállalati megszólalókhöz hasonlóan az előbbi diskurzus mentén szólal meg a biotechnológiai kutatók egy része. Az utóbbit szintén a terület biotechnológiai kutatói, valamint mezőgazdasági érdekvédőknek és a szabályozó szervezetek munkatársainak egy része alkalmazza.

A fundamentalista pro-GMO érvelés szerint a génmódosított növények alkalmazására elegendő tudományos alátámasztás áll rendelkezésre, az alkalmazás mértéke pedig elsősorban gazdasági (magasabb terményátlag, jobb minőség) és környezeti (kevesebb növényvédőszer) indokokkal szolgálnak. Sükösd et al. [2008]

„(ön)kritika nélküli” diskurzusnak nevezi, amelyet diszkreditáló stílus, bagatellizálás (a környezeti kockázatokat illetően), alkalmasint szalmabáb érvelés és hamis analógiák⁵⁷ használata jellemez.

Mindkét diskurzusra techno-optimista hozzáállás jellemző, a szerzők által kiemelt különbség ugyanakkor, hogy miként vélekednek a tudományos eredmény és annak felhasználása kapcsolatáról. A fundamentalista pro-GMO diskurzusban ugyanis nincs különbségtétel – „az igazolt tudományos ismeret alkalmazása kikerülhetetlen szükségletként jelenik meg” [p. 11] –, a kozkázat-elfogadó pro-GMO diskurzus ugyanakkor kiemeli e kettő különbségét. Kiemelendő eltérés érhető továbbá tetten a szabályozáshoz fűződő viszonyban. A fundamentalista közelítésmód az állam ebbéli legitimitását mintegy megkérdőjelezi a piaci szabadversenyt állítva előtérbe, miközben a kockázat-elfogadó pro-GMO diskurzus alapvetően szükségesnek tartja a szabályozási és ellenőrzési rendszer létét és működését. E diskurzusban a környezeti és egészségügyi kockázatok esetleges előfordulását is elismerik a beszélők, ám a kezelhetőség, kontrollálhatóság jegyében [Sükösd et al, 2008]. A vállalatok alapvető érvként, szinte szó szerint azonosan, azt határozzák meg, hogy a fogyasztó – a gazdálkodó – választáshoz való szabadsága ne sérüljön. A teljes lehetséges termékpalettából választhasson, abban állami korlát ne akadályozza.

Fenntarthatóság-CSR. Jóllehet környezeti szempontok a vállalati érvelésben felmerültek, a fenntarthatóság témája nem mutatkozott meg. Sem a vállalat, sem az agrárium vonatkozásában nem történt a fenntarthatóságra – tehát felelős, fenntartható vállalati működésre, fenntartható mezőgazdálkodásra – még csak utalás sem, semmilyen lehetséges csatornán. Értem ezalatt, hogy a vállalatok sajtó megjelenéseiből, e kutatás interjúiból egyaránt hiányzott e téma, miközben az agrárbiotechnológia körüli nemzetközi vitákban és érvekben ez a tematika egyre inkább megjelent, magában hordozva annak a környezeti-ökológiai, társadalmi és gazdasági vonatkozásait. A CSR témájának divatossá válásával Magyarországon ugyanakkor bizonyos változás volt tapasztalható. Jómagam az érintett vállalatok felelősségvállalásának és CSR kommunikációjának vizsgálata (sajtó és honlap

⁵⁷ A szalmabáb érvelési hibát jelöl [Margitay, 2007]. A vitapartner torzított álláspontjának támadása, végsősoron olyan állítás vitatása, amely nem létezik. Hasonlít ugyan az eredeti állításra, de annak gyengébb, ily módon kevésbé védhető, alátámasztható változata. Az érvelési hiba a racionális vita kereteiből kivezet, ugyanakkor alkalmazása tárgyalási előnyhöz juttathat, ezért az alkalmazása nem

elemzés, vállalati interjúk, erről lásd Matolay [2010]) során arra jutottam, hogy a vizsgált mezőgazdasági vállalatok döntéshozatalába és tevékenységébe a CSR, mint olyan bekerült, számos – egyébként más iparágakhoz képest egyébként kevésbé kommunikált – jó gyakorlatot alakítottak ki és honosítottak meg e vállalatok, ugyanakkor a vállalat tevékenységére történő felelősségi reflexiónak kevés nyomát látni. A CSR-t illetően túlnyomó többségében a konkrét akciókban megtestesülő tevékenységekről és folyamatokról beszélnek e vállalatok (adományozás, önkéntes munka, ezekhez munkavállalói ötletek gyűjtése, irodai, utazási anyag- és energiatakarékosság). Ezen belül egy rendkívül szűk kör mutat be olyan – többnyire alapvetően a vállalat nemzetközi hátteréből kiinduló – programokat, amelyek az alaptevékenységgel közvetlen összefüggést mutatnak (vetőmag adományozás, ösztöndíj program, mezőgazdaság okozta károk elkerülése, talaj- és vízvédelmi programok, a mezőgazdasági területek biológiai sokféleségének megőrzésére irányuló közös kutatás). A biotechnológiának a felelősség és fenntarthatóság keretben történő értelmezését oly módon érhetjük tetten, hogy

- a vállalatok egy részének hazai honlapja e kérdéskörben immáron linkkel mutat az anyavállalat fenntarthatóságról, fenntartható mezőgazdálkodásról szóló angol nyelvű tartalmaira, magyar nyelvű és/vagy magyarországi (potenciális) vonatkozásokat tárgyaló tartalmakat nem közöl. Ezekben a fenntarthatóságot az intenzív mezőgazdálkodáshoz való hozzájárulásként, s ennek részeként a biotechnológiai termékek alkalmazásként értelmezik.
- a vállalatoknak – újságírói (lásd Pólya és Varanka mezőgazdasági alapanyagokat előállító vállalatok CSR-jéről szóló interjúsorozatát [2009, 2010]) és kutatói megkeresés során is – csak a szűk köre ad erre a témára, és csak kifejezett kérdésre reflexiót. A Monsanto és Pioneer nyilatkozóinak mondataiban köszön vissza ez a téma a következőképpen.

A Monsanto 2008-ban született fenntartható mezőgazdálkodási stratégiájának három pillére a növekvő termésátlagra (2030-ra elsősorban Afrikában és Ázsiában a megduplázására), csökkenő ráfordításokra, a gazdálkodók életszínvonalának emelésére épül, amelyeket a biotechnológia és a hagyományos nemesítés eszközével kíván elérni. A biotechnológia a környezettudatos és a gazdálkodó egészségét kímélő módszerként játszhat a megfogalmazásuk szerint ebben szerepet [Pólya(a), 2009]. A

„hiba-szerű”, hanem szándékos technika lehet. A hamis analógia olyan hasonlat, amely szemléletes ugyan, ám sántít.

Pioneer Hi-Bred a környezeti ráfordítások csökkenésében látja a biotechnológia fenntarthatósági előnyeit, legalábbis erre utalnak azáltal, hogy brit kutatónak a jelenlegi termelési gyakorlatban használt – a számításai szerint adott kártevőre rezisztens hibridekkel elkerülhető – permetezőszer alkalmazási számításait idézik [Pólya(b), 2009].

Az érintettekkel való kommunikáció a CSR egyik központi témája. A CSR normatív felfogásmódjaiban és praktikus eszköztárában egyaránt fontos kiindulása alap, hogy miként kommunikál a vállalat az érintettjeivel, hogyan közöl és hogyan hallgat meg. A vetőmag és növényvédőszer gyártó vállalatok esetében felmerül, hogy a biotechnológia, mint ellentmondásos termék és technológia vonatkozásában alkalmazzák-e az érintetti kommunikáció, a stakeholder bevonás és párbeszéd eszközeit (A CSR kommunikációs stratégiáiról lásd például Morsing és Schultz [2006]). Összességében a biotechnológiával kapcsolatos nyilvános kommunikációban legaktívabb, illetve az alapelveiben a kommunikáció fontosságát megfogalmazó vállalatok esetében is legfeljebb ad hoc, nem szisztematikus, nem kétoldalú, nem stratégiai ez a tevékenység. Azaz alkalmasint igyekeznek például vetőmag termelő gazdálkodókat, újságírókat megismertetni GM növényekkel, termelési technológiával – ehhez akár külföldi utat is finanszírozva –, ám ez korántsem kétirányú, korántsem érinti a szélesebb stakeholder kört, korántsem átlátható – azaz összességében nem értékelhető a felelősségvállalás pozitív keretében, ahogyan a szabályozó hatóságokat célzó lobbitevékenység sem.

Amennyiben a CSR-t mint a gazdasági, társadalmi és ökológiai szempontból egyaránt fenntartható vállalkozás megteremtésének eszközét tekintjük (lásd Tóth [2009]; Győri [2011]), a vizsgált vállalatoknál CSR és fenntarthatóság ebben az értelemben két külön úton jár: nem közvetíti ezt az összefüggést, nem teremt kapcsolatot a kettő között, és összességében mindkettő marginalizáltan van jelen.

6. Kutatói diskurzusok

A növényi biotechnológia által (növénygenetikusként, növénynemesítőként, illetve a GM növények hatásait vizsgáló kutatóként) szerte a világon jelentős szerepet töltenek be a mezőgazdasági biotechnológia legitimációs folyamataiban. A 3. fejezetben az egyetemi-vállalati szövetségeknél jellemzett legitimitás túlsordulás, illetve asszociatív legitimitás nem csupán a szervezetekre – a szövetségek révén a biotechnológiai vállalkozások legitimálására – jár következményekkel. A kutatók megszólalásai, a tudományos szakemberek nyilvános szereplései a nemzetközi kutatások szerint is érdemi legitimációs erőforrást jelenthetnek a szakpolitika alkotási folyamatban és a közvélemény alakításában.

Az agrárbiotechnológia magyarországi szervezeti mezőjében a látható legitimációs folyamatokban a leginkább aktív szereplőknek a kutatók egy része mondható. Ennek hátterét az 5. fejezet foglalja össze, a kutatók médiabeli vitáinak elemzését az empirikus kutatásról szóló 4. fejezetben indokolom. Jelen fejezet elsőként egy gazdagon vizsgált területre, a mezőgazdasági biotechnológia médiareprezentációinak elemzésébe vezet be, a nemzetközi kutatások után a vonatkozó hazai vizsgálatokat is bemutatva. A hat kutatói médiavita kiválasztásának megfontolásai után részletesen elemzem azokat a feltárt argumentációs stratégiák és narratívák tükrében. Az empirikus eredményeimnek a diszkurzív kutatások eredményeihez, illetve a Suchman-i legitimitás-típológiához való lehetséges kapcsolódásait itt és az empirikus fejezeteket összegző 8. fejezetben vizsgálom.

6.1. Agrárbiotechnológia a nyomtatott médiában

A mezőgazdasági biotechnológia médiabeli reprezentációi kedvelt kutatási területnek bizonyulnak, ahol is a vizsgálatok elsősorban adott sajtótermékek adott időszakbeli vonatkozó cikkeinek összegyűjtésére és elemzésére irányulnak. Jóllehet néhányuk tartalmaz bizonyos előzetes szelekciót a tartalom (témák, idézett szereplők, stb.) vonatkozásában, ám az elemzendő írások kiválasztásában elsősorban a megjelenés helye a fő szempont. Jelen kutatás terepének kiválasztási módjától tehát valamennyi alapvetően és szinte minden megfontolásában eltér. Ugyanakkor e médiakutatások – a nemzetközi és a hazai sajtóra fókuszálóak egyaránt – fontos

hátterei, viszonyításai pontjai lehetnek a hazai írott sajtóban zajló kutatói viták elemzésének. Ezért az alábbiakban három nemzetközi kutatást (további kutatásokról lásd Matolay [2006]), valamint a hazai sajtó mezőgazdasági biotechnológiáról szóló tartalmának három elemzését mutatom be. Az előbbiek – a nemzetközi kutatások – kiválasztásában az vezetett, hogy három eltérő célú és módszertanú vizsgálatot látassak, a magyar elemzéseket illetően a teljes körűségre törekedtem, valamennyi általam ismert – egyetemi hallgatói sajtófeldolgozást meghaladó – vizsgálatot áttekintek az itt következőkben.

6.1.1. Nemzetközi médiakutatások

Jóllehet egy-egy európai ország sajtójának biotechnológia témája vizsgálatáról is bőven találunk példát (lásd Kohring és Matthes [2002] Németország, Castro és Gomes [2005] Portugália, Maesele és Schuurman [2008] Észak-Belgium sajtótermékeit tárta fel), az elemzések túlnyomó többsége az angolszász médiát célozza (például Bauer et al. [2001]; Nisbet és Lewenstein [2002]; Ten Eyck és Williment [2004]; Cook et al. [2006]; Nisbet és Hüge [2006]; Crawley [2007]; Marks et al. [2007]; Augoustinos et al. [2010]). Az agrárbiotechnológia médiabeli megjelenését vizsgáló egyik legösszetettebb kutatásban Nisbet és Lewenstein [2002] összefüggést kívánt keresni a közpolitikai folyamat és az elit média reprezentációi között. A szerzőpáros kvantitatív tartalomelemzési technikával elemezte a *New York Times* és a *Newsweek* 1970 és 1999 közötti számait. Elméleti kiindulópontjuk szerint amennyiben a média egy-egy társadalmi vita korai szakaszában megformálja, sajátos keretbe helyezi a kialakuló polémia, úgy utóbb a közpolitikai döntéshozóknak nagyon nehéz lesz valamely más keretbe vagy sémába áthelyezni azt. A média ebben az értelemben része a közpolitikai napirend létrehozása (*agenda-building*) folyamatának sajátos „keretek” kialakításával (*frame-building*). A média napirend-, illetve keret-létrehozó szerepét tartalmi szempontból versengő erők igyekeznek befolyásolni azzal, hogy érdekeiknek megfelelően elrendezett, stratégiaileg előre gyártott „hírcsomagokkal”, illetve történetekkel látják el az újságírókat. Az újságírók által tudósított hírek „forrásává” válni tehát stratégiai-hatalmi pozíciót jelent, és sikeres pozíciószerzés esetén akár hegemonikus média reprezentációt eredményezhet egy-egy témával összefüggésben.

Megállapításuk szerint az 1970-es évtizedben az uralkodó „keret”, amelyben a biotechnológia megjelent, a tudományos haladás volt. A biotechnológiai potenciális hasznainak említése messze túlszárnyalta a kockázatokét; és az egyetemi kutatók, tudósok voltak az ebben az évtizedben megjelent biotechnológiai cikkek főszereplői [pp. 376–379]. A haladás kerete a további évtizedekben is uralkodó maradt, ám az 1980-as években másodhegedűsként megjelent a gazdasági lehetőség kerete is. Ez elsősorban az ebben az évtizedben fellendülő ipari alkalmazásoknak és az első biotechnológiai termékek piaci megjelenésének volt köszönhető. Az elsőszámú médiaszereplők továbbra is az egyetemi kutatók voltak, ám az ipari alkalmazások terjedésének betudhatóan a vállalatok képviselői és tudósai is nagyon gyakran tűntek fel a médiában az évtized során. 1997-től a klónozás körül kialakult nyilvános viták ütöttek rést a hegemon interpretációs kereten (a tudományos haladás és a gazdasági lehetőség kereteinek dominanciáján), lehetőséget adva az etikával, a nyilvános elszámoltathatósággal, a közvélemény szerepével kapcsolatos kérdések, s egyáltalán a viták megjelenésére [pp. 382–386]. Ennek megfelelően a „vitát” tematizáló cikkek száma is jelentősen megugrott, és a kockázatok témája ugyancsak teret nyert, bár nem a hasznok említésének rovására. A szereplők tekintetében az egyetemi kutatók és az ipar reprezentánsainak dominanciája megmaradt. Ugyanakkor a „közvélemény” mint önálló aktor fontos szerepre tett szert a biotechnológiáról folyó vitákban. Továbbra is a médiafigyelem periferiáján maradtak olyan szereplők, mint a környezet- és természetvédők, a fogyasztóvédők és az agrár-érdekképviselők.

Ten Eyck és Williment [2004] a pasztörizáció, az élelmiszerek besugárzása (irradiáció) és a GM élelmiszerek írott sajtóbeli reprezentációját vizsgálják. A *New York Times* és a *Washington Post* újságokból 1972 és 2000 között. A kódolósos eljárással történő elemzés egyik általános megállapításaként megjegyzi, hogy az élelmiszer biotechnológia korai média reprezentációjára ugyanaz jellemző, mint amit az atomenergia esetében korábban más kutatók megfigyeltek, nevezetesen az, hogy az uralkodó séma, amiben a kérdéses új technológiát tárgyalják a „haladás” megtestesítőjeként jeleníti azt meg. A korai média reprezentációkból tehát szinte teljesen hiányzik a negatívumokra rámutató tónus; ha azok egyáltalán megjelennek, akkor is úgy, mint amelyeket hamarosan eloszlat a közvéleményt felvilágosító tudomány. A progresszivitást hangsúlyozó megjelenítés nagyon hasonló toposzokat használ mindegyik technológia esetében: olyanokat, mint például a technológia révén

„életek menthetők meg” az élelem mennyiségi és minőségi javulása révén (lásd éhezők és vitaminhiányban szenvedők), tartósabbá tehetők az élelmiszerek (kevésbé romlékonyak lesznek) stb. Az új technológia korai média reprezentációja tehát jellemzően a technológia hasznos oldalát emeli ki, illetve olyan kontextualizációját adja a technológiának, amely egyes, a közvélemény számára fontos globális problémák megoldását ígéri az új technológia jóvoltából.

Ten Eyck és Williment (2004) ugyanakkor rámutatnak, hogy 10–15 évvel a technológia első híradásai után megváltozik a média uralkodó sémája. Bár a pozitív tónus, az előnyök hangsúlyozása továbbra is túlsúlyban van, új toposzok jelennek meg, s vele a szkeptikusabb vélemények is beszivárognak. Az egyik új toposz ebben az időszakban a fogyasztók szabad választása, egyetértése, s ezzel összefüggésben a termékcímkézés problémája. Ugyancsak kiemelkedik az íz és más termékjellemzők kérdése, amelyek azonban egyértelműen kedvező „színben” tűnnek fel: a biotech élelmiszerek ízletesebbek, táplálódobak, a génmódosított haszonnövények nagyobb termés hozamúak és ellenállóbbak – a média uralkodó reprezentációja szerint.

A szabályozás e szakasz végén egyre kiemelkedőbb jelentőségre tesz szert Ten Eyck és Williment (2004) szerint. Különösen az emberi egészséggel összefüggő szabályozási kérdések kerülnek előtérbe, s egyre inkább a nyilvános vita tárgyává válnak. Más, korábbi kutatásokkal egybecsengően a GM élelmiszerek esetében is látszik, hogy az újságírók – azon túlmenően, hogy egymáshoz hasonló történetvázakkal dolgoznak – hajlamosak bizonyos szakértőkre hagyatkozni, s őket előnyben részesíteni információszerzéskor. A korábbi kutatások megállapítása szerint a legfőbb négy intézmény, amelynek szakértőit a média előnyben részesíti a következő: a bíróságok, a rendőrség, a törvényhozás és a nagyvállalatok. A biotechnológia média reprezentációja tekintetében azonban megfigyelhető, hogy bár a fenti szakértők továbbra is domináns szerepet kapnak, ám megjelenik a különféle nem-kormányzati szervezetek, illetve mozgalmak képviselőinek hangja, véleménye is. Így sokkal nagyobb teret kap a vita, például a GM élelmiszerek egészséges voltáról; arról, hogy ezek nyújtják-e a legjobb megoldást például a gyermekkori alultápláltság és éhezés megszüntetéséhez.

Castro és Gomes [2005] a genetikailag módosított élőlények (portugál sajtóban jellemző tematizációját elemzik. Empirikus vizsgálatuk három portugál napilapra és két hetilapra terjedt ki három évre, 1999, 2000 és 2001 évekre

vonatkozóan. Elméleti kiindulópontjuk szerint a biotechnológia olyan „harcmező”, ahol sokkal inkább a nyelv eszközeivel folyik a csata, mint a tudományéval. Ennek megfelelően a biotechnológia körüli vitát alkalmasnak találják annak vizsgálatára, hogy a nyelv milyen szerepet játszik a társadalmi változások előmozdításában; pontosabban régi nyelvi kategóriák révén hogyan lehet új jelentéseket, értelmezéseket a társadalomban elültetni. Ezért válik a sajtó az empirikus kutatás fontos terepévé. A szerzőpáros a szociális reprezentáció elméletét hívja segítségül, hogy értelmezhesse, „a biotechnológiai innovációk hogyan haladnak keresztül a társadalmon”, „...a régi hogyan születik újjá folyamatosan az újban...” [Castro–Gomes, 2005:5].⁵⁸ Sajtóvizsgálatuk elemzési technikája a szociális reprezentáció elméletében „themata”-nak nevezett ellentétpárookra (például természet/kultúra, ész/érzelem, szép/csúnya stb.), illetve a „lehorgonyzás” kategóriáira épül. Ez utóbbi működésmódját az mutatja, hogy milyen korábbi felfedezésekhez, betegségekhez vagy egyéb jelenségekhez kapcsolják a biotechnológiát. A kutatási kérdés a szerzőpáros számára tehát a GMO-kal összefüggésben leggyakrabban használt „themata”-k és a lehorgonyzást biztosító kategóriák feltárása volt.

A GMO-kra vonatkozó 239 cikk elemzése alapján Castro és Gomes [2005] két általános szemantikai teret különít el. Az egyiket az egészség/betegség, kockázat/biztonság és hasznok/veszélyek ellentétpárok strukturálják, ahol a biotechnológia a Haladás, Szennyezés, Betegség és Tudomány lehorgonyzást jelentő kategóriáihoz kapcsolódik. A másik a természet/kultúra, lokális/globális ellentétpárjai köré szerveződik, és az Ideológia és Mezőgazdálkodás kategóriáit horgonyozzák a biotechnológiához. Az első szemantikai térben a biotechnológia kedvezőbb tematizációt kap, hiszen a tudomány korábbi eredményeihez, és így a haladáshoz kapcsolódik, hatásai a múltbeli betegségekhez és az egészséggel kerülnek összevetésre. A másik szemantikai térben a biotechnológia kedvezőtlenebb konnotációkkal rendelkezik, hiszen a GMO-k a korábbi mezőgazdálkodási beavatkozásokkal kerülnek összefüggésbe, amelyek a természetbe való beavatkozást, sőt katasztrófa scénáriókat vetítenek elénk. Castro és Gomes [2005] szerint mivel az egészségügyi alkalmazásai a GMO-kat a Haladás és Tudomány pozitív kategóriáihoz kapcsolják, kedvezőbb jövőbeli esélyekkel rendelkeznek, mint a mezőgazdálkodási alkalmazások [p. 13]. Ezt a szerzőpáros annak tulajdonítja, hogy az orvostudomány

⁵⁸ Eredetiben: “...how innovation in biotechnology progresse through society...”; “...how ... what is

sikeresen legitimálta az emberi test egyre nagyobb fokú technicizálódását [p. 14]. A testtel szemben azonban „ami a tányérunkban és a talajunkban történik, mindazt még egyértelműen a természeti világába soroljuk” [Castro–Gomes, 2005: 14].⁵⁹ A genetikai beavatkozások technikái közül tehát a mezőgazdálkodási jellegűek várhatóan nagyobb legitimációs feladattal állnak szemben, tekintve a GMO-k természetbe történő kibocsátásának konnotációit.

6.1.2. Magyarországi médiakutatások

A magyarországi sajtó biotechnológia vonatkozású tartalmára elsőként Krista Harper [2004] reflektál, aki az 1990 és korai 2000-es évekre vonatkozóan, elsősorban interjúk alapján azonosít egy médiabeli fordulatot: a témának a Pusztai-ügy nyomán gyakoribb és GMO-ellenesebb médiabeli megjelenését. Médiatartalmak szisztematikus elemzésére Magyarországon az agrárbiotechnológia témakörében a következő két kutatás vállalkozott.

A 2000 júniusa és 2008 novembere között megjelent cikkeken végzett kvalitatív diskurzuselemzést Kasza Gyula és Lakner Zoltán [2012]. Három napilap (Magyar Hírlap, Magyar Nemzet, Népszabadság), az Élet és Irodalom, a Magyar Tudomány, valamint elektronikus források (index.hu, origo.hu, forumkerso.hu) vizsgálatával 289 mezőgazdasági biotechnológiával foglalkozó cikket azonosítottak, amelyeket egyfelől a génmódosítást pártoló és ellenző kategóriákba soroltak (181 és 108 cikktalálattal). Másfelől – s ebben fogalmazódik meg elsődleges kutatási céljuk – azonosították a megszólalókat, azaz azt vizsgálták, hogy a növényi biotechnológia milyen befolyásos véleményformálók révén jelenik meg a médiafogyasztók számára. A vizsgált időszakban a legtöbbször egy üzleti vállalkozás, a Monsanto tűnt fel a lapok hasábjain (a cikkek közel 13 százalékában) – jóllehet az a kutatás általam ismert beszámolójából nem derül ki, hogy megszólalóként, véleményt-információt közlő szereplőként, vagy a biotechnológia egyik emlegetett szereplőjeként. Megjegyzendő, hogy semmilyen más vállalati név nem szerepel Kasza és Lakner [2012] listáján, olybá tűnik tehát, hogy kizárólag ezt a céget hozzák ebben az időszakban a vizsgált sajtótermékekben megjelent újságcikkek a mezőgazdasági

old constantly re-emerges in what is new.” [Castro–Gomes, 2005:5]

⁵⁹ Eredetiben: “...what happens in both our plates and in our soil is still more clearly defined as belonging to the realm of the natural.” [Castro–Gomes, 2005:14]

biotechnológiával összefüggésbe. Második leggyakrabban a Mezőgazdasági és Vidékfejlesztési Minisztérium, rákövetkezőként pedig a Greenpeace kapott – hozzávetőleg 12 és 11 százalékkal – helyet.

A megjelent cikkekben azonosított GMO-t támogató érvek legjelentősebb hányada a növényi biotechnológiát az innovációval hozta összefüggésbe, amelyet ha jogi szabályozással kívánunk kordában tartani, akkor azzal a gazdasági szabadság elvét sértjük – fogalmaznak a szerzők. Első helyen – a gyakoriságot illetően – tehát gazdasági, üzleti szempont áll, amelyet a harmadik világbeli országok élelmiszerellátási problémáinak GMO-k általi megoldása követ. A harmadik leggyakrabban leírt pártoló érv a vegyszerhasználat csökkenését emeli ki. A GMO-ellenes érvek sorát a harmadik világban a biotechnológiai vállalkozásoknak a gazdasági hatalmukkal való visszaélése vezeti. Az ellenérvek második leggyakoribb fajtája a vizsgált sajtótermékekben az információ hiányára utal, arra, hogy többet kellene tudnunk a GMO-król ahhoz, hogy eldönthessük támogathatóak-e. Harmadik leggyakrabban egy egészségügyi ellenérv, az allergizáló hatás került a lapok oldalaira.

Összességében a szerzők szerint ez a téma relatíve kevés helyet kap a vizsgált magyar médiában. A megjelent cikkek jelentős hányadában ugyanakkor valamilyen karizmatikus szereplő határozza meg a média megjelenés fókuszpontjait [Kasza és Lakner, 2012].

Vicsek Lilla [2012] két és fél év cikkeit elemezte a legnagyobb példányszámú, napi megjelenésű országos újságokra fókuszálva. Két politikai napilap (Népszabadság és Magyar Nemzet), valamint két bulvár újság (Blikk és Bors) 2007 májusa és 2009 októbere összesen 196 génmódosított növényre és/vagy élelmiszerre vonatkozó cikket közölt. A szerző kvantitatív tartalomelemzésének eredményét nemzetközi összehasonlításban is elhelyezte. Eszerint a cikkekben a GMO-ellenes közelítésmód dominál (közel négyszer annyiszor jelennek a génmódosított növények és élelmiszerek negatív, mint ahányszor pozitív keretben) miközben – ahogy például Nisbet és Lewenstein [2002] kutatásában is láttuk – az amerikai, illetve a brit médiában az előnyök és hasznok közlése az uralkodó. Hangsúlyozandó ugyanakkor, hogy a hazai médiában a mezőgazdasági biotechnológia Vicsek szerint kis helyet és fontosságot kap, címlap történeté rendkívül ritkán válik, s a téma közlésében a szélesebb fogyasztói elérésű bulvármédia messze elmarad a politikai napilapoktól [Vicsek, 2012].

6.2. Kutatói médiaviták

Az utóbbi bő tíz esztendő során mintegy éves rendszerességgel lehetünk a hazai sajtótermékekben a mezőgazdasági biotechnológiára vonatkozó kutatói viták tanúi. Nem a tudományos folyóiratokban megjelent tudományos közleményeket értem ezalatt, hanem azokat a cikkeket sorolom ide, amelyeket ismeretterjesztő céllal – akár a kutató, akár a nagyközönség számára – írtak a szerzők, gyakran a publicisztika műfajában, és egymásra reflektálva. 1999-ben a Biokémia című folyóiratban, és azzal szinte egy időben a Magyar Tudományban kezdődött cikkváltás a génmódosított vetőmagoknak, a biotechnológia mezőgazdasági alkalmazásának potenciális hasznairól és ártalmairól. A cikksorozatnak a biotechnológia által érintett (bizonyos) tudományterületek képviselői voltak a szerzői, köztük biológus, biokémikus, molekuláris biológus, biotechnológus növénygenetikus, növénynemesítési, ökotoxikológus és egyéb természettudományos kutató.

A médiaviták rendszeres felbukkanása legalábbis részint bizonyára magyarázható azzal, ahogy időközben a jogszabályi-intézményi változások zajlottak, s annak mintegy a kísérőjelenségeinek tekinthetők e vitasorozatok. A résztvevő kutatók saját írásaik (valamint az egyébként szintén meglehetősen gyakran megjelenő velük készült interjúk, rájuk is hivatkozó, őket is megszólaltató újságírói cikkeken) révén történő médiabeli szerepvállalásának a célja a nem tudományos közvélemény tájékoztatása mellett vélhetően – a Nisbet és Lewenstein [2002] által is kiemelt – közpolitikai napirendnek, illetve a beszédmód kereteinek kialakításával, formálási szándékával hozható összefüggésbe.

6.2.1. A kutatói médiaviták vizsgálati szempontjai

Valamennyi cikksorozatot többször olvastam, így a megjelenésük idején, majd a kutatásom során. Nem elemeztem a közel másfél tucat vita mindegyikét. Mert bár értelmeztem valamennyi írást, jegyzeteltem, reflektáltam mindahányukat, a CDA révén egy szűkebb kört vizsgáltam. Tettem ezt azért, mert a viták szereplői relatíve állandóak, a témák, az érvek, ha nem is teljes részletezettségükben és spektrumukban, de rendre ismétlődnek. A vizsgálat körébe nem választottam be azokat a vitákat, amelyekben bár kutatók a szereplők, ám a cikkeket nem ők írták,

hanem újságírók tolmácsolták a kutatók véleményét. Ezen a rostán maradt fenn például az Index.hu-n 2008-ban megjelent kutatói interjúsorozat, valamint A Föld című folyóiratban ugyancsak 2008-ban született cikksorozat, amely hasonlóképpen a biotechnológia hazai kutató szereplőit igyekszik bemutatni. Azokra fókuszáltam tehát, ahol a kutatók saját maguk fogalmazták meg véleményüket, teremtették meg a vita keretét. Nem zártam ki az elemzésből azokat a vitákat, amelyek nem tudományos folyóiratban jelentek meg, hanem kulturális, politikai, gazdasági napi- vagy hetilapok hasábjain láttak napvilágot. Így a Magyar Tudomány, vagy éppen a Népszabadság egyaránt a végül kiválasztott megjelenési felületek között szerepel. Tettem ezt azért is, mert a vitáknak elsősorban nem a belső, szakmai, tudományos vonulata a lényegi a kutatásom számára. Hanem az, ahogyan a kutatók – még ha gyakran kifejezetten egymásnak címezve is, de – a szélesebb publikum elé tárják legitimációs és delegitimációs érveiket.

Nem szerepel ebben az elemzésben például a Magyar mezőgazdaságban az a 2006-2007 fordulóján lezajlott heves cikkváltás sem, amelyben bár kutatók is részt vettek, a sorozat gerincét azonban egy vetőmag előállító vállalat, a Monsanto illetékesének cikkei képezték. Ugyanígy kiszűrésre került a Népszabadságban 2001-ben megjelent cikksorozat, amelyben bár Venetiáner Pál volt az egyik központi szereplő, ám alapvetően környezetvédők voltak a vitapartnerek. A kizárást a kiválasztási logika alapján azt is alátámasztja, hogy a vitasorozat kiindulási pontja nem kutatói cikk volt, hanem újságíró által írt és szerkesztett interjú az akkori élelmiszerbiztonsági hivatal vezetőjével.

Mindezen túl a kiválasztásban az játszott szerepet, hogy azokra a vitákra koncentráljak, amelyek kiváltképp emblematikusnak, összetettnak bizonyultak – egyebek mellett például a kiváltó esemény, botrány miatt, vagy azért mert a szakma jelentős része érintetté vált, mint az Magyar Tudományos Akadémia 2005-ben kiadott, a koegzisztencia rendelet előkészítése során a génmódosított és nem génmódosított növények együtt, egymás melletti termesztéséről kiadott állásfoglalása körüli vitában.

A vitákra fókuszálás következtében e kutatásban nem elemeztem a népszerűsítő publikálásban aktív szereplők önálló darabjait. Ilyen művekkel kiváltképp Darvas Béla és Heszky László rendelkezik, s míg Darvas Béla a vitáknak is igen aktív résztvevője, Heszky Lászlónak ily módon csak egy írásra került az elemzett cikkek listájába. A választási szempontokat a 9. táblázat foglalja össze.

9. táblázat Az elemzett kutatói viták kiválasztásának szempontjai

Elemzésbe bevont cikksorozatok jellemzői	Elemzésből kiszűrt cikkek jellemzői
A cikkek szerzői kutatók, az agrárbiotechnológia által érintett különböző, elsősorban természet-tudományos területekről.	A szerzők sorában a kutatók mellett más érintettek, jellemzően vetőmag vállalatok, környezetvédők is megjelennek a vitában.
A kutatók maguk írták a hozzászólásukat, cikküket, válaszukat.	Újságíró(k) által a kutatókról, az ő megkérdésezésükkel készült cikkek.
A cikkek vitasorozatba szerveződnek, egymásra reagálnak, akár az adott folyóirat egymást követő, illetve eltérő számaiban,	A kutató egy-egy önálló cikkben mutatja be véleményét, különálló írás, amelyet nem követ kutatói reakció a sajtóban.
Alapvetően egy sajtóorgánumban, akár annak egy kiadványában, számában megjelent cikkek, már a szerkesztés során ütköztetve a várhatóan reagáló kutatók véleményét, de mindenképpen egybefüggő, iteratív sorozat.	A kutatók (jellemzően az agrárbiotechnológia mellett szőlők) egy antológiában mutatják be véleményüket, alapvetően tudományos folyóiratban vagy külön ebből a célból publikált kiadványban.

Forrás: Saját szerkesztés

Összességében hat cikksorozatot választottam ki. Ezek összefoglaló jellemzőit a 10. táblázat tartalmazza. A viták az 1999-2008 közötti időszakot ölelik fel. A kutatók a médiabeli megjelenést illetően a termesztési moratórium bevezetésének és a koegzisztencia rendelet megalkotásának időszakában voltak különösen aktívak.

10. táblázat Az elemzett kutatói viták

Évszám	Újság, folyóirat	Cikkek száma	Szerzők*
1999	Biokémia	7	Sajgó Mihály, Dudits Dénes, Baintner Károly, Darvas Béla, Venetiáner Pál, Jenes Barnabás és Halász Gergely
1999-2000	Magyar Tudomány	3	Venetianer Pál, Takács-Sánta András és Vida Gábor
2005	Népszabadság	3	Dudits Dénes, Fonyó Attila, Balla László
2005	Magyar Tudomány, M. Mezőgazdaság	6	Balázs Ervin, Darvas Béla, Balla László, Heszky László
2005-2006	Természet világa	6	Venetianer Pál, GMO-Kerekasztal Darvas Béla, Pusztai Árpád és Bardócz Zsuzsa
2008	Népszabadság	2	Dudits Dénes, Darvas Béla,

* Az adott szerzőtől az adott vitában először megjelent cikkek sorrendjében

Forrás: Saját szerkesztés

Dokumentumok, pro és kontra vélemények írásos lenyomatainak elemzésére mindezen túl további lehetőségek is mutatkoztak. A tudományos cikkek feldolgozása nem képezte a terveim részét, fontolóra vettem ugyanakkor, hogy a két közelítésmódot megtestesítő szervezeteknek a kiadványait vizsgáljam. Továbbra is úgy vélem, hogy tanulságos lenne a Barabás Zoltán Biotechnológiai Egyesület kiadványait és az Országgyűlés Környezetvédelmi és Mezőgazdasági Bizottsága mellett működő GMO-Kerekasztal állásfoglalásait elemezni. Az anyag bősége és szerteágazó volta az itt alkalmazott manuális elemzést szinte ellehetetleníti. Ráadásul a két dokumentum sorozat annyira eltérő céllal, célcsoportnak és formában íródik, hogy összevetésük már csak ezért is korlátokba ütközik. Mindennek vizsgálata ugyanakkor további izgalmas és érdemi kutatás tárgya lehet.

A kutatók médiabeli vitái – nem túlzás állítani – valóságos retorikai hadszínteret hoztak létre a genetikailag módosított növényekről folyó vitákban. A tudomány diszkurzív csatamezeje rajzolódik ki ezekből az írásokból. Maguk a vitázó felek használnak olyan megjelöléseket, mint például „GM-csata”, „győzelem”, „győztesek”, „ellenfelek”, „vész”. A továbbiakban bemutatom, hogy a tudomány képviselői között folyó vitákban milyen retorikai és argumentációs eszközöket alkalmaznak a felek egymással szemben, egymás álláspontjának legyőzésére. Ezek – mint látni fogjuk – a legitimitás szerzéséért, illetve az ellenkező álláspont delegitimálásáért folyó diszkurzív pengeváltások. Érdemes megjegyezni, hogy ezeknek a médiabeli vitáknak a kiváltó oka egy-egy, a biotechnológiai mezőgazdaságban alkalmazását támogató, az akörüli félelmeket eloszlatni igyekvő írás megjelenése (ezeket nevezzük a továbbiakban a mezőgazdasági biotechnológia *támogatóinak*). S jellemzően ezekre érkezik válaszul egy vagy több írás, amelyek sokkal inkább a mezőgazdasági biotechnológia körüli bizonytalanságokat, problémákat, veszélyeket emelik ki (ezeket pedig a mezőgazdasági biotechnológia *kritikusainak* nevezzük a továbbiakban). Elemzésem hat olyan argumentációs (érvelési) stratégiát azonosított a vitatkozó tudományos felek szövegeiben, amelyek a legitimitásszerzést, illetve a legitimitástól való megfosztást szolgálják: a megbélyegzés, a kizárás, az elfogult összehasonlítások, a leválasztás vagy lekapcsolódás, a bagatellizálás, valamint az érvelési helycserék.⁶⁰

⁶⁰ A feltárt argumentációs stratégiák jelentősen emlékeztetnek azokra, amelyeket a szervezetelméleti szakirodalom azonosított a vállalatvezetők diskurzusában a környezetvédelem kihívásával összefüggésben (lásd Pataki [1999] és Pataki [2000:70-73]). A pszichológiában a Nobel-díjas Albert Bandura mutatott rá az általa a morális kötődés elszakítása mechanizmusainak (*moral disengagement*

6.2.2. Argumentációs stratégiák a kutatói vitáikban

Az elemzett vitákban a szerzők jelentős teret szentelnek saját maguk és ellenfeleik pozícionálásának. A mezőgazdasági biotechnológiáról szóló, az ismeretterjesztés és meggyőzés szándékával írott médiabeli művekből kiemelkedő egyik központi téma éppen a tudományos kutató témája. Azokról a szerzőkről van szó, akik e viták részesei: a cikkíró kutatók által a vitasorozatban szereplő, másik pólusba tartozó kutatókról adott leírásról, jellemzésről. Miközben tehát a mezőgazdasági biotechnológia mellett és ellen szóló érvek okán szállnak e kutatók vitába, nem, illetve nem csak erre a témára fordítják figyelmüket és megállapításaikat, hanem a vitában részt vevő személyekre is. Az itt elsőként következő argumentációs stratégiák közvetlenül ehhez a témához köthetők. A bemutatásuk előtt fontosnak tartom megjegyezni egyfelől azt, hogy bár e téma kiemelkedő jelentőségű valamennyi vitasorozatban, vannak e témakörben inkább és kevésbé aktív szerzők. Míg tehát az itt következő argumentációs stratégiák – köztük a kutatói identitáshoz, a tudományos minőséghez köthetők – az összes vizsgált vitasorozat alapján rajzolódtak ki, egyéni mérték- és stílusbeli eltérések természetesen cikkek és szerzők vonatkozásában tetten érhetők. Másfelől érdemes kiemelni, hogy a téma helyett (mellett) a személyekre irányuló véleményformálás és kinyilatkoztatás nem segíti, nem segítheti az álláspontok közelítését. Itt ez célként mindazonáltal nem is fogalmazódik meg. De azon kívül, hogy ráerősít a GM táboroknak az ellentétes pólusként, dichotóm ellentétpárként való leírására – miközben az itt érintett szereplőknek is hangsúlyozza egy része, hogy ő nem pártoló vagy ellenző, hanem gondolkodó, mérlegelő –, a személyekre fókuszálás nem vihet konstruktív irányba. (Ehhez lásd például a konstruktív, kreatív, valamint a destruktív konfliktusról mondottakat, Zoltayné [2005]; Gáspár és Matolay [2010]). Mindezek nyomán annak elemzésével kezdem, hogy milyen fordulatokat, illetve szavakat használnak a vitázó felek egymás megjelölésére, jellemzésére.

A vitázó feleket a továbbiakban a növényi biotechnológia támogatóiként (röviden támogatókként), illetve a növényi technológia kritikusaiként (röviden kritikusokként) említem. Mindez nem tesz igazságot az egyes konkrét szereplők

mechanisms) nevezett jelenségre [Bandura 1991], amelynek révén a szereplők eltávolítják maguktól tetteik erkölcsi következményeit, elutasítják mások vonatkozó erkölcsi bírálatát.

egyedi álláspontjával, és maga is leegyszerűsítően két táborra utal. Természetesen ennél sokkal árnyaltabb a helyzet, ám a vitázó felek valóban beszorítják egymást ezekbe a skatulyákba, s ennyiben indokolt jelen használatuk is.

A továbbiakban az idézőjelek használata utal a médiabeli vitákban elhangzó jellegzetes fordulatok, fogalmak, kifejezések átvételére. Ezeknek nem a szövegszerű beazonosítása fontos (ezért sem szerepelnek mellettük hivatkozások), hanem az, hogy mindezek a részt vevő szerzők által gyakran használt, jellegzetes kifejezések.

6.2.2.1 Megbélyegzés

A mezőgazdasági biotechnológiát támogató írásokban a másik fél jellemző megjelölése az „ellenfél”, aki „meggyőződéses ellenző”, „küzdő aktivista”, „elkötelezett ellenfél”, illetve „ellenző”. S ez az ellenfél semmiképpen sem nevezhető „fair” vetélytársnak, hiszen szinte kizárólag negatív konnotációjú igékkel jellemzik cselekvéseiket, s hasonlóan kedvezőtlen felhangú jelzőkkel illetik őket magukat. A másik oldal hasonlóan negatív töltetű kontextusba helyezve ismerteti és jellemzi vetélytársai tevékenységét. A következő táblázat a jellemző igéket és jelzős szerkezeteket idézi.

11. táblázat Retorikai eszközök a vitapartner megjelölésére

Retorikai eszközök	A támogatók a kritikusokról	A kritikusok a támogatókról
Jellemző igék	Visszaél, visszaélnék	Kinyilatkoztat
	Hibákat követ el	Hibákat követ el
	Nem érdekli	Nem indokol
	Nem ingatja meg	Kirekeszt
	Küzd	Bélyeget süt rá
	Nem kívánnak hallgatni a tudományra	Marginalizál
	Hátráltatni igyekszik	Szőnyeg alá söpör
	Csúsztat	Fantáziájukkal az egeket ostromolják
	Figyelmen kívül hagy	Gyengén érvel
	Agitál, meggyőz	Összemos
Jellegzetes jelzők, jelzős szerkezetek	Eltökélt	Tisztességtelen
	Szervezett ellenző	Nem semleges
	Süketen-vakon	Jogtalanul
	Dogmatizmusa meggingathatatlan	Hasonlatai sántítanak

Forrás: Saját szerkesztés

A táblázatban foglalt idézetek, még ha sorokba rendezve láttatom is ezeket, nem feltétlenül tartalmi ellenpárként értelmezendők, jóllehet sokuk kifejezetten ilyen itt és a következő táblázatokban egyaránt.

E nyelvi implementációs eszköztár arra is utal, hogy a felek úgymond a jó és a rossz harcaként, a fehér és a fekete párbajaként fogalmazzák meg a GM ügyet. Mindez nemcsak a szereplőkre, hanem a vita tárgyára, a mezőgazdasági biotechnológiára is alkalmazott érvelési stratégia. Hasonlóképpen polarizált retorikáról tanúskodik az is, ahogyan magáról a technológiáról beszélnek a vitázó felek. Itt sem igen találunk árnyalt, pro és kontra kiegyensúlyozásra törekvő érveket, illetve írásokat. A technológia vonatkozásában az egyik fél szövegeiben tobzódnak a pozitív jelzők, a másikéban – ezzel szemben – túltengenek a negatív minősítések, ilyeneket tartalmaz az alábbi táblázat.

12. táblázat Jelzők, jelzős szerkezetek a mezőgazdasági biotechnológia jellemzésére

Támogatók a technológiáról	Kritikusok a technológiáról
Újszerű, új, újdonság	Függővé tevő, kiszolgáltatottságot növelő
Nagy hatékonyságú	Veszélyes, hátrányos
Számos célt szolgáló	Költséges, drágább, eladhatatlan, rövidtávú profitot szolgáló
Csúcstechnológiát megtestesítő	Kiszorító, kipusztulással fenyegető
Versenyképességet meghatározó	Problémás, nem megfelelő
Világban meghonosodó	Ökológiai és társadalmi gondokat tovább fokozó
Környezetkímélő, teljesen nyilvánvaló környezetvédelmi előnyökkel rendelkezik	Környezetszennyező

Forrás: Saját szerkesztés

Mindezeket a technológiára vonatkozó érveknek is tekinthetnénk. Azért értelmezem ezeket a feketére-fehérré festés keretei között, mert jelzőként, nem érvelt, alátámasztott jellemzőként jelentek meg e kutatók tollából.

Mindezek az érvelésben használt negatív jellemzések arra utalnak, hogy e mikro-szövegek szintjén a másik fél legitimitástól való megfosztása kísérleteinek vagyunk tanúi. Az itt működtetett argumentációs stratégiát a másik fél megbélyegzésének nevezhetjük.

Az agrárbiotechnológia kritikusai alkalmazzák a megbélyegzés argumentációs stratégiáját a mezőgazdasági biotechnológiában érdekelt vállalatokkal kapcsolatban is. Érdemes összegyűjteni – sommás ítéletüket tükröződő – mindazokat a jelzőket és cselekvési módokat, amelyeket a GM technológiában érintett, elsősorban multinacionális vetőmagipari cégeknek

tulajdonítanak: „csak nekik van hasznuk”, „semmi felelősséget nem vállalnak”, a „hátrányokat áthárítják” és „negligálják”, „etikátlan módon”, etikailag kifogásolhatóan működnek, viselkednek”. Az ilyennek leírt gazdasági szereplőkkel nemhogy senki sem kötne szívesen üzletet, de az irántuk hiányzó alapvető bizalom – a szöveg alapján joggal – még létük legitimitását is megkérdőjelezi. A vitában a biotechnológiát támogatók ezt annyiban ellenpontosítják, hogy az érintett nagyvállalatok felvilágosult önértékelésre hivatkoznak. Szövegeik szerint az ugyanis hosszú távú sikerben, befektetéseik megtérülésében teszi őket érdekeltté, és éppen ezért nem érdekük letagadni az új fejlesztéseikkel járó esetleges veszélyeket. Ráadásul – hívja fel egyikük olvasói figyelmét – „fontos tény”, hogy a „több mint fél évtizede” folyó „igen szigorú ellenőrzése és értékelése” e fejlesztéseknek „nem tárt fel káros következményeket”.

Nem nehéz észrevenni, hogy – a szakirodalmi részben ismertetett Suchman-i kategóriákat használva – míg az agrárbiotechnológia kritikusai a legitimitás morális dimenziójában mozognak érveikkel (a cégek karakterére, identitására utalva), addig a technológia támogatói inkább a pragmatikus legitimitáshoz tartozó érvekkel (hasznuk és érdekük) próbálnak operálni. Tagadhatatlanul a legitimitás más-más dimenzióit preferálják a vita e részleteiben a szereplők.

Összességében tehát olyan argumentációs stratégiáról van szó, amelyet mindkét fél használ, elsősorban egymás és az érintett technológia jellemzésére, illetve az ahhoz kapcsolódó vállalatok leírására. Minthogy negatív keretről van a megbélyegzés argumentációs stratégiájában szó, a biotechnológia kritikusai több tárgyban (így a technológiára, vállalatokra is) alkalmazzák azokat, mint a biotechnológia támogatói (akik elsősorban az ellenoldal érvelőire).

6.2.2.2. Kizárás

A megbélyegzés stratégiája tulajdonképpen rokonítható az ebben az alfejezetben megfogalmazott stratégiával, lévén – amint látni fogjuk –, e példában is erőteljes és negatív a vitapartnert jellemző keret.

A legitimitástól való megfosztás igen kifinomult formáját az egyik korai írásban találjuk, ahol az agrárbiotechnológia „ellenfelei” összehasonlításba kerülnek a „tudóssal”, a tudomány képviselőivel. (Itt emlékeztetek rá, hogy valamennyi írás szerzője tudományos kutató.) Alább ezt is táblázatos formában jelenítem meg az ellentétpárokat jól láthatóan kiemelve.

13. táblázat „Tudósok” kontra „ellenzők”

	Biotech. ellenfelei	Tudósok
Alapállása	Dogmatikus	Semleges
Tényekhez fűződő viszonya	Azok sem ingatják meg	Megvizsgálja
Tudományhoz fűz. viszonya	Álca, lepel	Tisztességes szakember
Cselekvése	Eltökélten küzd	Kísérletekkel dönt

Forrás: Saját szerkesztés

A szerző szavaiból így rajzolódnak ki a két csoport jellemzői, ahol is mindkettő oszlop rendkívül izgalmas elemeket hordoz. Az is, amelyik a tudományos kritériumoknak megfelelő tudós pozitivista képét vázolja, valamint az is, amilyenként a mezőgazdasági biotechnológia kritikusait tünteti fel.

A szöveg stratégiája nagyon világos: demarkációs vonalat húzni tudomány és áltudomány, tudós és áltudós között. Ennek érdekében a mozgósított retorikai erőforrások révén az agrárbiotechnológia ellenfeleit nemcsak hogy hibák elkövetésével, visszaélésekkel vádolja, hanem a tudományt álcának használó, saját valódi érdekeit elleplező stratégiát tulajdonít nekik. S ahogy ezzel szemben értekezik a „tudósról”, pozitív, de legalábbis semleges cselekvéseket tulajdonítva neki („vitát”, „megvizsgál”, „megegyezik”, „egyetért”), rögvest nyilvánvalóvá kell, hogy váljon az olvasók előtt, hogy a „GM-ellenfelek” nem tartoznak a tudósok közé. Csupa olyat tesznek (a szövegben), amit a „ráció világában” élő tudós – egy „számottevő”, „hozzaértő”, „komoly” szakember – sohasem tesz. Az ellenfeleknél „szinte soha sincs jelen” a tudósokat jellemző alapállás; azaz a semleges kiindulópont, amiből a tények vizsgálatán és mérlegelésén keresztül alakítja ki megfontolt álláspontját, s hozza meg döntését. A mezőgazdasági biotechnológia ellenfelei az „eleve meglévő” álláspontjukhoz keresik az érveket; azaz kiindulópontjuk a semlegesnek nem nevezhető „elutasítás”. E „szervezett ellenzők” („aktivisták”) eltökéltségét a tények sem ingatják meg, sőt „nem érdeklik” őket a tények. Vagyis „dogmatizmusuk megingathatatlan” – mondja ki a verdiktet a szöveg szerzője. Akár korábban „már hamisnak bizonyult érveket” is képesek újra elővenni; azaz érveik megcáfolása sem tántorítja el őket meggyőződésüktől.

A szöveg célja egyértelműen az, hogy az ellenfeleket vitaképteleneknek és tudományon kívülieknek állítsa be. Hibákat elkövető rossz tudósokból fokozatosan az áltudományok képviselőivé, de legalábbis „nem-tudósokká” változnak az agrárbiotechnológia kritikusai a szövegben. A hadszíntéren éles demarkációs vonalat húz tehát a szöveg írója a vitában részt vevő tudósok és nem-tudósok között, a tudomány és az áltudomány között. Leleményes érvelési stratégia ez tulajdonképpen az ellenfél száműzésére a ráció terepéről, ahol értelmes viták folytathatók a tudományosan képzettek között. Ezt az érvelési stratégiát kizárásnak nevezhetjük.

Mindez azonban egyúttal egy világos hatalmi lépés is, hiszen egyszerre kijelöl és kizár. Kijelöli, ki a tudós, s ki nem, valamint mi a tudomány, s mi nem. Egyúttal azt is kijelöli, ki szólhat legitimen (ki vehet részt a vitában), és kinek nincs

legitimitása még a szóláshoz sem. A szöveg biotechnológia támogató szerzője – maga mint tudós – egy logikus és határozott fordulattal (újabb hatalmi lépéssel) – azt is „eldönti”, hogy melyek a legitim kérdések, és melyek nem; azaz miről folyhat a vita, s miről értelmetlen, illegitim vitázni. Mindezt kijelentő állítása szerint a „tudományos közösségen belül” nincs komoly ellentét, csak részletkérdésekben van vita a szakemberek között, a GM technológia egészének megítélésében „igenis konszenzus van”.

Összességében a kizárás argumentációs stratégiáját egy példán, a mezőgazdasági biotechnológia kritikusainak a tudományból való kizárása vonatkozásában mutatta be ez a fejezet. Ez nem jelenti, hogy ez a kizárás egyetlen témája és iránya, valamint, hogy csupán az egyik oldal alkalmazná e stratégiát, továbbiakról a narratívákat vázoló 6.2.3. fejezet számol be.

6.2.2.3. Elfogult összehasonlítás

Gyakorta felfedezhető a szövegekben a legitimitásszerzést szolgáló azon érvelési stratégia, amelyet elfogult összehasonlításokon keresztül alkalmaznak a felek.⁶¹ Ezek közül az összehasonlítások közül a *géntechnológia kontra hagyományos nemesítés* összevetés a leggyakoribb, s mindkét fél él vele. Kevésbé domináns, de megjelenik a *hagyományos kontra intenzív mezőgazdálkodás* összehasonlító pár is. Jelen írásban az érvelési stratégiát bemutató példaként az előbbit mutatom be, további elfogult összehasonlítás típusú argumentációs stratégiák leírása a narratívák bemutatásánál szerepel. A 14. táblázat a két vitázó csoportnak a két módszerről adott jellemző leírásait, érveit tartalmazza.

Ez az érvelési stratégia alapvetően arra épül, hogy az összehasonlítás bázisául milyen kiindulási pontot választ az érvelő. Az elfogult összehasonlítás végett olyat, amelynek mentén az általa pártfogolt alternatíva erényei, pozitív jellemzői fogalmazhatóak meg. Az érvelés során az adott vitázó fél által pártolt technológiát előnyös színben feltüntető összehasonlítási eredményeket hangsúlyozzák, kizárólag arról ejtenek szót. Jelen esetben olyan példa kerül terítékre, ahol mindkét oldal ugyanazt az eljárásmodot, technológiát alkalmazza referencia pontként, a vitázók mindkét csoportja egyazon ‘kályhához’ tér vissza kiindulási pontként: a

⁶¹ Margitay [2007] az elfogult összehasonlítást érvelési hibák közés sorolja, azaz a rációt, a logikát nélkülöző érvelésnek tartja, amely nem segíti a vita előrehaladását. Felfogásmódjában logikai hibáról, s nem szándékos, céllal alkalmazott stratégiáról van szó, erre az aspektusára nem reflektál.

hagyományos nemesítéshez. Ez ugyanakkor kiváló teret enged arra, hogy az elfogult összehasonlításnak az argumentációs stratégia voltára rávilágítsunk.

14. táblázat Géntechnológia kontra hagyományos nemesítés

	A biotechnológia támogatói	A biotechnológia kritikusai
Gén- technológia	Újszerű, új, újdonság	Gyakorlat nem igazolta, kevés eredmény
	Nagy hatékonyságú	Eladhatatlan, csak olcsón értékesíthető
	Jótéteményei megvalósultak	Költségesebb termelés, drágább vetőmag
	Veszélyek nem realizálódtak	Fokozza a vegyszerhasználatot, környezetszennyező
	Rendkívül ígéretes	Hátrányos a hazai vetőmagiparnak
	Jelentős hasznot hoz	Piaci előnye nincs
	Vetésterülete dinamikusan nő	Nem felel meg a hazai agro-ökológiai feltételeknek
Hagyományos nemesítés	Lassabb	Igényeknek megfelelő fajtákat állít elő
	Költségesebb	További lehetőségek vannak benne
	Korlátozott lehetőségű	Hazai fajták

Forrás: Saját szerkesztés

Ahogy a 14. táblázatból is kirajzolódik, a vitázó felek nem kiegyensúlyozott mérlegelés, szisztematikus összevetés eredményeit közlik, hanem újfent polarizált retorikát alkalmaznak: az egyik fél szerint minden dimenzióban a géntechnológia a jobb, a másik fél szerint pedig a hagyományos nemesítés az. Jelen esetben ráadásul úgy teszik mindezt, hogy ugyanazon dimenziókban emelik ki az általuk támogatott technológia előnyeit: az egyik fél az egyik technológiáról állítja, hogy olcsóbb és jelentős hasznot hoz, a másik fél a másik technológiával teszi ugyanezt. A jellemzően mikrobiológiai háttérrel rendelkező vitapartner a géntechnológiában látja a rendkívüli lehetőségeket, míg a hazai növénynemesítő szakma képviselője a hagyományos nemesítés kiaknázatlan lehetőségeit ecseteli. Az elfogult összehasonlítások során mindkét vitázó fél polarizáltan ítéli meg a környezetvédelmi hatásokat is, és a technológiák további eredményeit (jótéteményeit és veszélyeit) illetően is ellentétes álláspontra helyezkednek.

Az elfogult összehasonlítások argumentációs stratégiája hasznosnak tűnik az érvelők számára akkor is, amikor a biotechnológia mezőgazdasági alkalmazásának kockázatait más alkalmazási területekhez, jellemzően a gyógyászati/gyógyszeripari alkalmazásokhoz viszonyítják. A géntechnológia támogatói rövid, de látványos narratívája eredményeképpen a kopaszbarack és a Bt-kukorica – mondjuk úgy – egy

tálba kerül. A gyógyszereket „mérgeknek” titulálva választják le a növényi géntechnológiát a gyógyszerekkel szemben megkövetelt vizsgálatokról, és közelítik újfent a hagyományos nemesítéshez. Látványosan háborgó kérdéssel teszik nevetségessé a gyógyszerekéhez hasonlóan szigorú vizsgálatokat követelők álláspontját: „eszébe jutott-e egyetlen józan embernek is azt követelni, hogy ezt a gyümölcsöt [a hagyományos nemesítés révén előállított kopaszbarackot] ugyanúgy teszteljék, mint egy új gyógyszert?” Így válik a szövegben a Bt-kukorica (géntechnológiával módosított növény) a kopaszbarackhoz (hagyományos nemesítéssel létrehozott fajta) hasonlatossá. Mondhatnánk: a kopaszbarack elfogadottsága (legitimitása) így kerül át argumentációs eszközökkel a génmódosított növényre, s ahogy korábban láttuk, az elméleti szakirodalom e jelenséget legitimitás túlszordulásnak nevezi.

6.2.2.4. Leválasztás/ lekapcsolódás

Az elfogult összehasonlítással szemben – annak bizonyos értelemben a párjaként – alkalmazzák a biotechnológia kritikusai a leválasztás, lekapcsolódás argumentációs stratégiáját⁶², mely az „ellenfél” érveinek legitimitástól való megfosztására törekszik.

A gyógyszerek példájánál maradva, az agrárbiotechnológia kritikusai a két alkalmazási terület különbségeit hangsúlyozzák akkor, amikor arra hivatkoznak, hogy a gyógyszerek esetében csupán a génmódosított élőlény által termelt anyagok kerülnek szervezetünkbe, míg a GM élelmiszerek esetében magukat a génmódosított élőlényeket is elfogyasztjuk. A várható hatások, veszélyek és kockázatok nem lesznek a két esetben ugyanazok, s talán nem is összehasonlíthatóak. A leválasztás idekapcsolódó stratégiai lépését láthatjuk akkor, amikor a szerzők szétválasztják a géntechnológia mezőgazdasági/élelmiszeripari, gyógyászati és környezetvédelmi alkalmazásait. Elhárítandó az általános GM ellenesség vádját, utóbbi két alkalmazási területet „kevésbé problematikusnak” titulálják. Mindezzel a biotechnológia támogatóinak azt a legitimitásszerzési érvelését kívánják aláásni, amely a gyógyászati alkalmazások elfogadottságából próbál legitimitás nyereséget elérni (legitimációs túlszordulásként, vagy asszociatív legitimitásként) a mezőgazdaságiak számára.

⁶² Margitay [2007] leplezett összehasonlítására rímel ez az argumentációs stratégia.

A leválasztás/lekapcsolódás argumentációs stratégiáját alkalmazzák a biotechnológia támogatói is. Érvelésük lényege a géntechnológia és a konkrét módosított tulajdonság szétválasztása. Szerintük a géntechnológiával előállított termékek biztonságának vizsgálatakor, az ilyen termékek hordozta kockázatok megítélésakor a „termék, illetve fajta tényleges tulajdonságait kell megvizsgálni, nem azt a módot, ahogyan létrehozták”. Ráadásul ebben a „szakértők megegyeznek”, azonos véleményen vannak (itt újfent megjelenik, a 'kinek a véleménye számít' retorikai sugallata; s homályban marad, ki számít szakértőnek).

Ezt a leválasztó érvelési stratégiát alkalmazza az a szöveg is, ahol a GM növények termesztésének potenciális aggályait elismerve („többé-kevésbé racionális és tudományosan megalapozott”), a technológia támogatója kiemeli, hogy „ezen ellenvetések egyike sem alapul azon, hogy ezeket a növényeket géntechnológiával hozták létre”. A tulajdonság (amit a transzgén hordoz) kölcsönhatásba kerülve a természeti környezettel okozhat veszélyeket, adhat „többé-kevésbé” racionális alapot az aggályoknak. A transzgén (a tulajdonság) és a géntechnológia (az előállítás módja) ily módon szétválík egymástól. Ha káros hatások realizálnának, akkor a tulajdonságot kell okolni, és fel sem merülhet magának a technológiának a számonkérése – így működik a leválasztás/lekapcsolódás argumentációs stratégiája. Mindez nagyon emlékeztet a korábbi GATT (ma WTO) ún. „termék mint termék” elvére, amelyet az elhíresült tonhal-delfin kereskedelmi vitában vezetett be (erről lásd Boda és Pataki [1998]). A környezetgazdaságtan tudományos perspektívájából az érvelés tarthatatlan, hiszen tagadja a termelési externáliák relevanciáját, miközben elismeri a fogyasztási externáliákét (amelyek a termék tulajdonságaihoz kötődnek).

A leválasztás során az érvelő a védendő álláspontot elkülöníti a vitatott szempontok, dimenziók egy részétől, azokat mintegy koncként vitára bocsátja – azokban alkalmasint a fenti példák egy részében megengedőnek is mutatkozik –, s ezzel érvelése lényeginek tartott központi elemét igyekszik kivonni az ellenérvek hatósugarából.

6.2.2.5. Bagatellizálás

Az argumentációs csata további elemeként a felek a kockázat fogalmát is hadba állítják. A biotechnológia támogatói szinte kifigurázva „ellenfelük” álláspontját sohasem mulasztják el megjegyezni a kockázatmentesség követelésének tudománytalanságát. Kifinomult retorikájuk utal rá, hogy mindezt (mármint hogy

zéró kockázat nem létezik) a „tudományosan némileg iskolázott ember” is tudja, aki mellesleg mentes a tömegkommunikáció manipulációjától, mely a „veszélytudatot” a biotechnológia vonatkozásában fokozza. A támogatók írásaiban újból megjelenik a tudós, aki „tisztességes szakember”, és csak olyan kategóriákat használ, mint például „negatív esemény”, „bekövetkezési valószínűség”, „objektív adat”, „a tudomány mai állása szerint” stb. „Ellenfelei” (a nem-tudósok) azonban – szól a szöveg érvelése – „visszaélnék” a helyzettel, és olyan „hipotetikus veszélyekre” hivatkoznak a GM technológia vonatkozásában, amelyekre nincs „objektív adatunk”. Emiatt pedig a kockázatokról vitatkozni sem lehet.

A kockázat-vita további argumentatív lépéseként a támogatók kiemelik, hogy minden emberi találmány, legyen az termék vagy technológia többé-kevésbé veszélyes (azaz kockázatos). A biotechnológiával kapcsolatos legitimitásszerzés ezen a bagatellizálásnak nevezhető érvelési stratégián keresztül azzal a megnyugtatónak szánt következtetéssel zárul, hogy „teljes veszélytelensége tehát elvileg nem bizonyítható, ez a követelés tudományosan értelmezhetetlen és értelmetlen”. A vitaszövegek e témakörben kibújnak a ténylegesen felvetődő kockázatok érdemi tárgyalása, megválaszolása alól, és taktikusan a kockázatok általános jelenlétével kisebbitik az ilyen irányú kritika élet. Sőt, az egyik írás közhelymentesnek aligha nevezhető analógiája szerint „Élni: veszélyes foglalkozás.”

A kockázatok tárgyalásának szövegszerű megjelenéseit vizsgálva az is feltűnő, hogy a szakirodalomból a technikai és közgazdasági kockázatfelfogásként ismert megközelítéseket (lásd Faragó és Vári [2005]) lelhetjük csupán fel. A valószínűségekre, tudományos becslésekre stb. hivatkozások nyilvánvalóan jelzik a technikai felfogás jelenlétét a biotechnológia támogatóinak írásaiban. Ugyanakkor a közgazdasági felfogás is feltűnik előny-hátrány kalkulusként. Sokatmondó azonban, ahogyan ez utóbbi megjelenik. Nem tudományos megközelítésként, hanem abban a szituációban, amikor a géntechnológia lehetséges hatásait „kizárólag tudományos szempontból vizsgálni” már nem lehet, mert azzal gazdasági, kereskedelmi és társadalmi problémák is összefüggenek. Bár GM növényenként eltérőek a veszélyei a „génkiszabadulásnak” (átkereszteződés), ez – a biotechnológia támogatói elismerik – mégis gazdasági veszélyt hordoz, hiszen piaci érdeket sérthet, például a hagyományos és a biotermelők érdekeit. A szöveg azonban itt is visszatér a technikai felfogás nyújtotta logikához: „elterjedése rendkívül valószínűtlen”. Kockázatelméleti szempontból megjegyzendő, hogy sem a kockázat pszichológiai, sem a

szociológiai/antropológiai felfogásai (lásd Faragó és Vári [2005]) nem jelennek meg a szövegekben. Holott a pszichológiát, a szociológiát és az antropológiát is tudománynak tekintve, a vitában helye lehetne olyan fogalmi kategóriáknak is, mint a kockázatok önkéntessége, méltányossága, az elfogadható kockázat stb.

A bagatellizálás további példáit tartalmazza a 6.2.3. fejezet.

6.2.2.6. Érvelési helycsere

Mindezekon túl megfigyelhető a szövegekben egy igen sajátos érvelési eszköz. Bemutatásaként álljon itt a biotechnológia támogatóinak példája: a GM növény „természetellenes”-ségére vonatkozó érvelés.

Miközben az elfogult összehasonlítás argumentációs stratégiájának alkalmazása során a géntechnológia újszerűségét, a „hagyományos módszerektől alapvetően eltérő” jellegét hangsúlyozzák, addig ezúttal – mintegy 180 fokok fordulatot téve a vitában – egyszerre a két technológia „elvi”, „lényegi” hasonlóságát emelik ki. Argumentációs fordulatukat olyan megjegyzések mutatják, mint például a „lényegében nem különbözik amazoktól olyan mértékben, hogy gyökeresen másnak, a ’természetessel’ szemben ’természetellenesnek’ kelljen tekinteni”.

A géntechnológia hasonlóságát igyekszik alátámasztani az az érv is, hogy „idegen fajból származó gének természetes úton is bekerülhetnek más fajokba”. A veszélyekkel riogatók vitorlájából azzal próbálják kifogni a szelet, hogy „a ’természetes’ keresztezéseknek is lehetnek nem kívánatos, sőt veszélyes, előre nem kiszámítható mellékhatásai”. Sőt, tulajdonképpen nem is különbözik egymástól a géntechnológia és a hagyományos nemesítés, hiszen – szól további érvük – mindkettő „számos ’természetellenes’ technikát alkalmaz”.

Megmutatkozik az érvkészlet ellentmondásossága: „alapvetően eltérő” és „lényegében nem különbözik” a géntechnológia a hagyományos nemesítéstől. A nemzetközi szakirodalomban „érvelési helycserének” (lásd például Klintman [2002]) nevezett argumentációs stratégiával van itt is dolgunk.

Klintman [2002] a GM termékek címkézését támogató és ellenző dokumentumok vizsgálatakor mutatott rá azok ellentmondásosságára, az érvkészletek felcserélésére, itt ennek egyik példáját mutatom be röviden. A GM élelmiszerek címkézése mellett felhozott legfontosabb érv a fogyasztók szuverenitása, azaz a fogyasztók választási szabadságának tiszteletben tartása. A címkézés ugyanis a fogyasztók tájékoztatására szolgál, vásárlási döntéseik racionalitását támogatja. Ezt az érvet a GM ellenes koalíció hangoztatja álláspontja védelmében. A fogyasztó szuverenitása tézis a szabadpiaci, liberális közgazdaságtan álláspontja. A főáramú

közgazdaságtan szerint a fogyasztó tájékozott döntései jelentik az alfáját és omegáját annak, hogy a szabad piacon meghozott fogyasztói választások az erőforrások társadalmi szinten is hatékony elosztásához (allokációjához) vezessenek. Ugyanakkor a fogyasztó szuverenitásának tézise a szabad piac (libertárius) politikai filozófiai igazolásának, egyik alappillére, a címkézés így a fogyasztók demokratikus politikai szuverenitását biztosító eszköz is. Mindezek fényében különösen meglepőnek tűnhet, hogy éppen a szabad piacot általában az állammal szemben óvók – jelen esetben az agrobiotech vállalatok és lobbizervezeteik – azok, akik a címkézésről folytatott vitában tulajdonképpen szabadpiac-ellenes érvelést, a fogyasztói szuverenitás megkérdőjelezését képviselik. Egyik fő érvük szerint a címkézés csak „megzavarja”, „félrevezeti” a fogyasztókat, de legjobb esetben is irreleváns a fogyasztók jóléte szempontjából. A fogyasztónak ugyanis nem ad semmilyen pótlólagos információt – szól az érvelés – az, ha tudja, hogy GM élelmiszerrel van dolga, hiszen az ugyanolyan termékjellemzőkkel rendelkezik, mint a nem GM élelmiszerek. A fogyasztó racionális döntéséhez tehát nincs szükség erre az információra. A címkézés-ellenes koalíció másik érve, hogy a fogyasztók gazdasági irracionalitása mutatkozik meg abban, hogy a termékek címkézését kívánják, hiszen ez jelentősen növeli a termelőknek, s így maguknak a fogyasztóknak a költségeit is (a termékek növekvő árán keresztül). Mindez tehát semelyik résztvevőnek nem kedvez. Ez Klintman [2002] megfogalmazásában az „ideológiai helycsere”. Általában a GM ellenes koalíciót alkotó környezet- és természetvédőket jellemzi a szabad piaci társadalommal szembeni szkepszis és kritika jellemzi, s ebben az esetben éppen ők alkalmazzák saját álláspontjuk védelmére a címkézés vitában a szabadpiaci ideológiát. Egyúttal a rendszerint korlátozatlan szabad piac híveiként fellépő vállalatok és érdekképviselőik hangoztatnak a címkézési polémiaiban a szabadpiaci ideológiával ellentétes, paternalista érvkészletet.

6.2.3. Narratívák mint legitimációs erőforrások

A növényi biotechnológiáról folyó tudományos vitákban két narratíva szinte mindig megjelenik: az egyik az ún. Pusztai-ügy, a másik pedig a versenyképesség. E két narratíva tulajdonképpen arra ad lehetőséget a vitázó partnereknek, hogy egy-egy látványos eseten, közismert témán keresztül is összemérhessék érveik erejét, élességét. A narratívák tehát sajátos legitimációs, illetve delegitimációs erőforrások a mezőgazdasági biotechnológiáról folyó tudományos vitákban. Az előző fejezetpontban ismertetett argumentációs stratégiák a narratívák részeként megjelennek. A továbbiakban lényegre törően vázolom a két narratívát, érzékeltetve szerepüket a legitimitásért folyó ütközetben.

6.2.3.1. A „Pusztai-ügy” mint legitimációs narratíva

A hazai tudományos viták a biotechnológiáról nem mehettek el szótlánul egy honfitársunk kutatásai körül nemzetközivé dagadt polémia mellett. Ehelyütt nem

ismertetem az ügy részleteit, és nem is kívánok állást foglalni a vitatott kérdésekben, noha tagadhatatlanul nem akadhat olyan megfigyelő, aki ne alakítaná ki saját véleményét, vonná le magának a tanulságokat a nemzetközi ismertségű és elismertségű tudós, Pusztai Árpád esetével kapcsolatban. Nézzük azonban, hogy a biotechnológia legitimitása érdekében szólók, hogyan konstruálják meg a Pusztai-ügy számukra hasznos erőforrássul szolgáló (értsd: a vitában álláspontjukat támogató) narratívát!

A Pusztai-ügynek a biotechnológia támogatói által kreált narratívájában a megbélyegzés argumentációs stratégiája látványos szerepet kap. A főszereplő tulajdonképpen nem is tudósi minőségében jelenik meg, hanem „aktivistaként” azzal, hogy a „Pusztai Árpád által elindított kampány”-ra utalnak. Vegyük észre, hogy ez a szereptulajdonítás tulajdonképpen megfosztja Pusztait a „semleges tudós” pozitív képétől, amit a géntechnológia támogatói használnak, és egyúttal az „ellenfél” státusba sorolja őt. Ennek a negatív konnotációit az előző fejezetben fejtettem ki. E történetben is olyan kifejezések kapcsolódnak ide, mint a „kifejezetten félrevezető”, „káros” stb. S az írások egy részében Pusztai Árpádot a „GM élelmiszerek egyik legnevesebb kritikusa” idézik.

A biotechnológia támogatói argumentációs erőforrásnak használják a Pusztai-ügyet arra, hogy újfent alkalmazzák a demarkációt a vitában: jó és rossz tudományt szétválasztva, igyekezvén a biotechnológia kritikusait a rossz tudomány karanténjába zárni. Interpretációjukban „súlyos szakmai kételyekről”, „félresikeredett” és „befejezetlen, hibás kísérletekről” van szó. Sőt, Pusztai adatai „sok figyelmet nem érdemelnének”, hiszen – mint írják – „még szakmai közleményben sem jelentek meg”. Az számít tehát – a körülményektől függetlenül – tudományosan komolyan vehető eredménynek, tulajdonképpen tudománynak, ami keresztülment a szokásos *peer review* folyamatán, és kellően megalapozottnak találtatott az adott folyóirat körüli szakmai közösség által. Akinek nincs ilyen elfogadott közleménye az adott témában, nem lehet „komolyan venni”. Itt tulajdonképpen Pusztai szóban forgó kutatását a narratíva leválasztja korábbi munkásságáról, figyelmen kívül hagyva nemzetközileg elismert szaktekintélyét, és – szinte mint egy kezdőtől – számon kérve a megfelelő szintű publikációs tevékenységet. (Többek között attól is eltekintve, hogy a való életbeli történetben a be nem fejezett kutatást leállították, és a publikáció lehetőségét jelentősen korlátozták a kutatás finanszírozói.) A narratíva így önmagában logikusan vetheti ki a főszereplőt és kutatásának kezdeti eredményeit a

tudomány világából. A kritikusok az így felépített történetben tulajdonképpen olyan kutatókká válnak, akik még kísérleteiket sem tudják rendesen elvégezni, s így – nem csoda – tudományos közleményeket sem produkálnak.

A bagatellizálás legitimációs stratégiája is belesimul a biotechnológia támogatói kialakította narratívába. A kísérlet egyik elemét (a transzgén beültetésekor alkalmazott szabályozóelemet, ami a negatív eredmények egyik „gyanúsítottja”) ugyanis – állítják – „a normális táplálkozás során is magunkhoz” vesszük, „minden ártalom nélkül”. S talán a tudományban szokatlan fordulattal az is Pusztai eredményei ellen fordul e narratívában, hogy olyan eredményt produkált, amelyet „jelenlegi ismereteink szerint semmiféle racionálisan elképzelhető mechanizmussal nem tudjuk megmagyarázni”. Néhány – talán naiv – szemlélődőben felmerülhetne, hogy éppen ettől érdekesek is lehetnének Pusztai eredményei, hiszen így fejlődik a tudomány, folytatva a kísérleteket, új mechanizmusokat, új tudományos megértést lehetne elérni. Ehelyett a narratíva logikai vonala azzal kisebbíti a géntechnológiára nézve potenciálisan negatív feltételezéseket, hogy bár „nem teljesen abszurd”, de „semmiféle kísérleti alapja nincs”.

Kiemelkedő eleme e történetnek az, amikor a tudomány tekintélyeire hivatkozik. Az ezt képviselő szervezet, a brit Royal Society mint tudományos autoritás kerül a képbe, hiszen „tekintélyes szervezet”. E tekintéllyel is kimondatik a narratívában, hogy a főszereplő kutató „következtetéseit megalapozatlannak tartja”. Sőt, az egyik írás egyenesen azt a szélsőséges retorikai fogást választja, hogy szerzője még saját véleményével szemben is a „tekintélyes” szervezetét fogadja el: „egyáltalán nem szégyenlem, hogy [...] egy e területet érintő szakmai vita megítélésénél jobban bízom a Royal Society által felkért semleges bizottság véleményében, mint a sajátoméban”. Az üzenet világos: magának a tudósnak nem szükséges saját álláspontját alapos megfontolás útján kialakítania, elég, ha elfogadja a tudomány jelenlegi szervezeti hierarchiájában általánosan magasra értékelt tekintélyes szerv álláspontját. Érdeemes megjegyezni, hogy az előző fejezetpont elemzései éppen azt mutatták meg, hogy milyen alapos vizsgálódást vár el a biotechnológia támogatóinak érvelése a „tudóstól” (a tényeket alaposan elemezve alakítja ki álláspontját). Itt meg az ellenkezője történik, és ez olyan tevékenység, amelyet az „érvelési helycsere” korábbi példájánál is láttuk. E narratívában mindenesetre további egyéni kételkedésnek (tudósi szkepszisnek) helye nincs. A bizonyítás lezárult, a narratívában megfogalmazódott az ítélet.

Hasonlóan kerek a Pusztai-ügy másik, a biotechnológia kritikusai szövegéből kirajzolódó narratíva. Itt egyfelől kettéosztódik a világ: azokra, „akik ismerik” Pusztai Árpádot, és megvizsgálták eredményeit, valamint azokra, „akik félrenéznek”, és „mások véleményére támaszkodva határozottan elutasítóak”. A csata-metaphora mellett a megbélyegzés argumentációs stratégiája itt is működésbe lendül. Fő célpont a „megbízók vagy potenciális haszonélvezők”, akiknek „szemmel láthatólag nagyobb volt a pénzéhségük, mint a bölcsességük”; akik „veszélyeztetve érezték eddigi befektetéseiket”; akik „nem tűrték, hogy bárki megkérdőjelezze elképzelésük jogosságát”; s akik ezért „háborúba mentek”. A történet folyamának lényeges eleme, hogy a Pusztai-ügyön keresztül tulajdonképpen a tudomány állapotára hívja fel a figyelmet. Mégpedig abban a tekintetben, hogy mennyire független a mai tudomány a megbízóktól, akik egyre kevésbé az állami szereplők (a közjó feljogosított képviselői), hanem egyre inkább magánvállalatok és magán kutatásfinanszírozó szervezetek. Kik a „parancsolói” a tudománynak? – hangzik el a kérdés ebben a narratívában. S jön is a válasz: – „Jelenleg úgy tűnik, hogy döntő súllyal az anyagi érdekeltség és a gyors haszonszerzés – valamiféle karitatív, emberiségmentő jelmezbe bújtatva.” Ebben a narratívában Pusztai Árpád tulajdonképpen erkölcsi hőssé lép elő, aki szembeszállt a szűk és önző érdekek mozgatta megbízókkal, és ő képviseli a semleges, független tudósi alapállást.

Ez a narratíva is alkalmazza azt a kizárásra alapuló argumentációs stratégiát, amelyet korábban a biotechnológia támogatóinál elemeztem. Itt „akik megvizsgálták eredményeit”, azok lesznek a „valódi” tudósok. Őket jellemzi igazán az a tudósi karakter – mint korábban is láttuk –, aki semleges kiinduló álláspontból, a tények alapos vizsgálatán keresztül, megfontolva alakítja ki saját véleményét. Ezek pedig ebben a narratívában a biotechnológia kritikusai. Akik pedig „félrenéznek” és „mérvadónak gondolt intézmény dodonai állásfoglalása mögé bújnak”, nem éppen tudósi karakterükről tesznek tanúbizonyságot. Ezúttal ők (a biotechnológia támogatói) kerülnek a tudományon kívülre, de legalábbis kirekesztődnek a „jó tudós” kategóriájából. A megbélyegzés szarkasztikus eleme is feltűnik az egyik vitairatban: „Pusztai módszerei és eredményei akkor lettek ’rosszak’, amikor a krumpli nem volt hajlandó engedelmeskedni mások elvárásainak”, ahol a „mások” a kutatás megbízói és a biotechnológia támogatói.

A narratíva felnagyító és megbélyegző stratégiai elemei közé tartozik, amikor a helyzet etikai oldalát tárgyalják a biotechnológia kritikusai. Nagy szavakkal nem

fukarkodva „monumentális humán kísérlet”-ről vizionálnak, hiszen az „amerikai és európai áruházak polcain már megjelentek a genetikailag módosított növényekből készült élelmiszerek, amikor az esetleges veszélyekről még mindig nem tudott senki semmit.” Ez mégsem jelentett a növényi biotechnológiában érdekelt cégeknek „etikai problémát”, hiszen azok „eleve feltételezték termékeik veszélytelenségét”. Sőt, amint arra az egyik idézet fentebb már utalt, karitatív jelmezbe bújt profitéhes („fajta- és gyomirtószer-előállító” cégek) önérdékéről van itt szó, melynek „szívdöglesztő blöff”-je szerint a „szapora emberiség élelmezési problémáit” oldja meg. A narratíva – igen ismerős fordulattal – lerántja a leplet vitapartneréről, és megmutatja, hogy csak álca a tudomány, valójában szimpla gazdasági önérdék mozgatja a biotechnológia támogatóit.

A Pusztai-ügy a biotechnológiáról folyó hazai tudományos vitákban – mint látható – kiváló legitimációs erőforrásnak bizonyul, hiszen a vitában képviselt célnak, illetve álláspontnak megfelelő narratíva formálható belőle. Ez pedig az életszerűségével még hasznosabb legitimációs eszköz, mint a pusztai érvek. A narratíván keresztül még élesebben megfogalmazhatóak a legitimitás szerzését, illetve megfosztását célzó érvek, ellenérvek, amelyek egyúttal hatékonyabban forgathatók a mezőgazdasági biotechnológiáról folyó diszkurzív csatában. Érdeemes kiemelni, hogy a narratíva jól illeszkedik „modern” korunk diszkurzív rendjébe, hiszen a tudományról, a tudósról, a technológiai fejlődésről és haladásról szól.

6.2.3.2. A versenyképesség mint legitimációs narratíva

Ez a narratíva nem személyhez kötődő konfliktusról szól, hanem az uralkodó piaczgazdasági diskurzusunkban mintegy természetes módon kéznél levő erőforrás. Senki által (pontosabban a többség által) nem kétségbe vont pozitív kategória, követendő és elérendő cél. A *minél versenyképesebb – annál jobb* értékvallálása természetesnek tűnik, talán az is meglepő, ha értékválasztásnak tekintjük, annyira természetes és semleges, szinte univerzálisan jó, kognitív legitimitással felvértezett. Ily módon talán nem is meglepő, hogy az agrárbiotechnológiai vita résztvevői merítenek ebből az erőforrásból céljaik, véleményük, érveik alátámasztására és megerősítésére. Érdeemes ugyanakkor megjegyezni, hogy a vitában megnyilatkozó felek egyike sem gazdasági szakterületről érkezett, az elemzett médiavitában természettudósok hasznosítják a versenyképesség narratívát, mint argumentációs

erőforrást. Ez természetesen annak a fényében érdekes megjegyzés, hogy a vitában a felek mindig számon kérik egymás szakmai felkészültségét.

A biotechnológia támogatóinak versenyképesség-narratívája a következő érvelési struktúrába rendezhető: a géntechnológia egy új csúcstechnológia – a versenyképességet a technológiák fejlettsége határozza meg – az új (csúcs)technológiák globális piaca bővül, a többié szűkül – azoknak az országoknak lesz tehát versenyképes a jövőben az agrárágazata, amelyek támogató környezetet biztosítanak a géntechnológiának.

Ez a narratíva is egyenesen tragédiának – „agrárvész”-nek – értelmez azt, hogy a génmódosított növények „betiltására készül a kormány”. A vészt pedig az hozza a hazai agrárágazatra, aki „mindenképpen hátráltatni igyekszik a csúcstechnológiát, s ezzel a versenyképességet meghatározó növénytermesztési gyakorlat hazai bevezetését”. Szinte kései ludditává avanzsálnak a biotechnológia kritikusai: ők a fejlődés gátjai („ideológiai elfogultság”, „szakmai tájékozatlanság”, sőt „tudománytalan félretájékoztatás” jellemzi tetteiket) – mutat rá a megbélyegzés argumentációs (az „ellenfelet” legitimitásától megfosztani igyekvő) stratégiája. Az „aktivisták” – egyébként „ahogy azt tőlük megszoktuk” – semmibe veszik a „tudományos tényeket és a széles körű nemzetközi tapasztalatokat”, s „nemzetközileg vitatott kutatási eredményeket citálnak” a gazdasági előnyök és hátrányok, a versenyképesség vonatkozásában (is). A narratívának szomorúan kell konstatálnia, hogy mégis „átütő sikerrel” eléri, hogy „a kormányzati anyagokban is megjelennek [...] félelemkeltésre alapozó brosúraszövegek”.

A globális verseny könyörtelenül hátrahagyja azokat, akik nem „látják be” a GMO moratórium „gazdasági és szociális következményeit” – szövődik tovább a narratíva. Többek között az „EU döntéshozói (is) belátták” mindezt az „amerikai és ázsiai országokkal folytatott technológiai verseny” szorításában. Ennek fényében pedig „nincs magyarázat arra, miként vállalhatja a magyar agrárvezetés a sereghajtó szerepét”. A biotechnológia kritikusainak „átütő sikere” így vezet – a narratíva logikájában – a senki által sem kívánható „sereghajtó” szerephez. A verseny metaforája kitűnő választás abban a tekintetben is, hogy benne vesztesnek ugyan ki szeretne lenni; szóljon bármiről is a verseny, veszteni nem jó. Erre (vesztességre játszani) „nincs magyarázat” – mondja ez a narratíva.

Az elfogult összehasonlítás argumentációs stratégiája is mozgásba lendül. Míg a „versenyársak kedvező szabályozással és a kutatás-fejlesztési források

bővítésével segítik elő” a csúcstechnológia terjedését, addig a „magyar gazdákat kizárják az ilyen technológiák hasznosításából”. A tiltás, ellenzés tulajdonképpen a „jövő növényei”-nek terjedését gátolja, s ezzel a hatékonyság növelésének, a vegyszerhasználat mérséklésének, a fogyasztók szabad választásának kerékkötőjévé, valamint a gazdák piacvesztésének okozójává válik a biotechnológia támogatói szemében.

A versenyképesség csökkenése ebben a narratívában azért is bekövetkezik, mert az agrárszektor nem lesz kellően válaszképes a várható kihívásokra, olyanokra, mint amilyen például az éghajlatváltozás. A hang itt is drámai: „aszálytragédiáról” szól, ahol „siralmas képet nyújt a határ”; valamint „füstbe szállnak nagy ívű bioenergia-terveink”. A félelemre játszva olvashatjuk azt is, hogy a „szakmai elemzések fenyegetettségünkre figyelmeztetnek”. S megint jön a talán leggyakrabban használt fordulat: „nincs magyarázat” (értsd: ésszerűtlen, érthetetlen, a ráció világából kilépett). A csúcstechnológia visszautasítása nemcsak „csökkenti versenyképességünket a mában”, hanem „növeli kiszolgáltatottságunkat a jövőben”. A versenyképesség biotechnológiát támogató narratívájában ott munkál a ki nem mondott feltevés a technológiai fejlődés szükségszerűen jó irányba haladásáról, valamint a globális verseny senki számára el nem kerülhető kényszeréről. Tulajdonképpen akár akarjuk, akár nem, a biotechnológia itt van, hódító útjára lépett, és aki nem ugrik fel erre a csúcstechnológiát megtestesítő „vonatra”, menthetetlenül lemarad a high-tech mezőgazdaságoktól. A drámai figyelmeztetés a biotechnológia támogatóinak versenyképesség-narratívájában logikusan cseng: „a magyar agrárium versenyképességét nagy veszély fenyegeti”.

A biotechnológia kritikusainak versenyképesség-narratívája nem olyan drámai, mint az előbb bemutatott oldalé. A vizsgált szövegekből felfejthető érvelési logikája a következőképpen fogalmazható meg: Európa lakossága elutasítja a GM élelmiszereket, a GM fajták piaca ezért nagyon szűk, továbbá nincsenek hazai GM fajták, ellenben a hagyományos nemesítés hazai bázisa erős, a GMO-mentesség megőrzése jelenti tehát a tartós versenyelőnyt.

A „fogyasztók averziója” mellett („nincs kereslet a GM termékekre az uniós piacon”) nem is kell érvelniük e narratíva képviselőinek, hiszen ezt a géntechnológia támogatói sem vitatják. Az utóbbiak ugyan a média és az „aktivisták” félretájékoztatásának tulajdonítják a fogyasztók megtévesztettségét, félelmét és ebből adódó kereslethiányát, de erre nem alkalmaznak különösebb ellenérvet a

biotechnológia kritikusai. Ellenben a megbélyegzés és bagatellizálás legitimitástól megfosztó stratégiája jegyében rámutatnak, hogy a „hazai növényi géntechnológia eddig semmiféle gyakorlati eredményt nem tudott felmutatni”. Minek befektetni erőforrásokat egy olyan technológiába, ami semmilyen érdemi teljesítményt nem hozott még – szól a hasznosságot és ennek következtében a technológia legitimitását alapjaiban megkérdőjelező narratíva.

A nemzetközi piacon elérhető GM fajták a multinacionális vállalatokéi, valójában tehát ezeket „ajánlgatja” a hazai piacra minden biotechnológiát támogató. Hogyan szolgálhatná ez a hazai vetőmagipar és agrárium versenyképességét? – érzi jogosnak saját logikájában a kérdést a biotechnológia kritikusainak narratívája. Nyilván sehogy: „fajtáink lecserélése nem tenne jót a növénynemesítőinknek”. Éppen hogy piaci hátrányba kerülne a hazai hagyományos nemesítés, további piacvesztést kellene elszenvednie, ha a GM fajták engedélyt kapnának – vonja le a következtetést a biotechnológia kritikusainak narratívája.

A megbélyegzés argumentációs stratégiája a „hazai érdek” egyfajta felfogására apellál: „a genetikailag módosított növényfajták termesztésbe vonása egyértelműen a multinacionális cégek fajtáira való áttérést jelentené”. Nemcsak a hazai vetőmagipar szenvedne hátrányt, de a hazai kutatás is, annak minden hosszú távon ható versenyképességi következményével – figyelmeztet a biotechnológia kritikusainak narratívája. Sőt – a történet itt piaci fenyegetésbe fordul –, a „monopolhelyzetbe kerülő multinacionális cégek tetszésük szerint emelhetnék az árakat”.

Az előnyös (jelen esetben a biotechnológiára nézve előnytelen) összehasonlítás argumentációs stratégiáját alkalmazva a biotechnológia kritikusai a biotechnológia várható hatásait a múltbeli ún. zöld forradalomhoz hasonlítják. Versenyképesség-narratívájukba itt szociális, elosztási elemek vegyülnek: „csak a nagyobb földek tulajdonosai tudtak megvásárolni”, és a „kisebb földek tulajdonosai versenyképtelenné váltak és tönkrementek”; ezáltal „növelte a társadalmon belüli egyenlőtlenségeket”. A biotechnológia esetében hasonló hatásokat prognosztizálnak.

Az exportpiacok elvesztésének kockázatán túl, a biotechnológia kritikusainak narratívája ugyancsak a kiszolgáltatottság reménytelen állapotát vizionálja, csak itt a biotechnológia esetleges térnyerésének hatására. A „példátlan függőségbe kerülést” nem más eredményezheti, mint a szellemi tulajdonjogok nemzetközi szabályozási

rendje, amelynek révén „alapvető élelmiszer növényeink vállalatok tulajdonaivá válnának” – szól a narratíva formálóinak lehangoló jegyzete.

A biotechnológia kritikusainak versenyképesség-narratívája a pozitív jövőképet a „sokféleségre alapuló”, „vegyszermentes”, „tájvédelmet is magában foglaló”, „munkaigényes” és „minőségi” agráriumban, az integrált és ökológiai mezőgazdálkodásban látja és láttatja.

6.3. Legitimitás és az argumentációs és diszkurzív stratégiák

A biotechnológia mezőgazdasági alkalmazása körüli tudományos viták szövegeinek elemzése hat argumentációs stratégiát tárt fel, amelyeket a vitában részt vevő felek használnak annak érdekében, hogy legitimitást teremtsenek saját álláspontjuknak, vagy éppen megfosszák legitimitásától vitapartnerük álláspontját. Ezekben a diszkurzív csatákban a végső tét magának az agrárbiotechnológiának a legitimitása. Mindez egybeesik azzal a szakirodalmi állásponttal, hogy a legitimitásnak diszkurzív aspektusa is van [Vaara, Tienari és Laurila, 2006; Vaara és Tienari, 2008].

Az elméleti reflexió érdekében a szövegelemzésben feltárt argumentációs stratégiákat a Vaara et al. [2006] által, médiaszövegek elemzése révén kialakított diszkurzív stratégiákkal vetem össze. Ezek után arra teszek kísérletet, hogy a Suchman-i legitimitás-tipológiával kapcsoljam össze az elemzésemet. Céлом, a szövegek elemzése révén feltárt argumentációs stratégiák révén tényleges empirikus tartalommal feltölteni, illetve kritikailag reflektálni a szervezettudományokban legtöbbet hivatkozott, ám empirikusan kevésbé vizsgált legitimitás-tipológiára.

A megbélyegzés argumentációs stratégiája számos esetben jelent meg az elemzett szövegekben. A vitapartnerek, a biotechnológia és az érdekelt vetőmagipari cégek körül egyaránt „összezsapnak” a legitimációt és delegitimációt célzó érvek. A megbélyegzés argumentációs stratégiája a Vaara et al. [2006] által moralizációnak nevezett diszkurzív stratégiába illeszkedik. Ahogy ők is megállapítják: „az explicit moralizációs stratégiát leginkább a legitimitástól való megfosztás céljaira alkalmazzák”.⁶³ A vitapartnerek szövegeikben egymás, illetve az érintett cégek morális karakterét bírálják, akár szélsőségesen kétségbe vonva a másik fél („ellenfél”) jó szándékát is. Ugyancsak gyakran hivatkoznak a vitatott technológia

használata, illetve tiltása révén előálló kedvezőtlen (vagy kedvező) következményekre. Összességében a vitapartnerek egymásról, a biotechnológiáról és az érintett cégekről is normatív értékelést adnak megbélyegző argumentációs és moralizációs diszkurzív stratégiáikon keresztül. Ezért ezek az argumentációs, illetve diszkurzív stratégiák elsősorban a Suchman-i legitimitás-tipológia morális dimenziójához kapcsolhatók. Kisebb mértékben a legitimitás pragmatikus dimenzióját is érintik, hiszen „megvalósult jótéteményekről”, illetve „nem realizált károkról” is értekeznek; vagyis a biotechnológia közvetlen hasznait is emlegetik.

Az elfogult összehasonlítások argumentációs stratégiája legnyilvánvalóbban a *géntechnológia kontra hagyományos nemesítés* összevetésben volt szövegszerűen tetten érhető. Mindkét fél igyekezett meggyőzően ecsetelni az általa preferált növénynemesítési mód praktikus előnyeit, illetve a másik technológia hátrányait. Itt Vaara et al. [2006] racionalizáció és moralizáció diszkurzív stratégiáit lelhetjük meg (amelyet egyébként ők maguk is nehezen szétválaszthatóknak jeleznek), Suchman-i értelmezésben pedig a pragmatikus és a morális legitimitás elemei keverednek. Az elfogult összehasonlítások argumentációs stratégiája ugyanakkor másként is hasznosul a vizsgált szövegek legitimitásszerzési céljai elérésében. Amikor a biotechnológia támogatói a társadalmilag viszonylag elfogadott, és GM ügyben is kevésbé kritizált gyógyszeripari alkalmazásokra hivatkozva érvelnek, tulajdonképpen a normalizáció diszkurzív stratégiáját vetik be Vaara et al.[2006] kategóriái közül. Érvelésük lényege ugyanis az, hogy a mezőgazdasági biotechnológiai alkalmazások nem különböznek sem veszélyességükben, sem várható hasznaikban a gyógyszeripari alkalmazásoktól: olyanok, mint azok. A nem támadott gyógyszeripari legitimitást igyekeznek „átvinni” az agrárbiotechnológiára. A normalizáció diszkurzív stratégiája tehát a legitimitás túlcsoportuláshoz, valamint a Suchman-i kognitív legitimitáshoz köthető. Talán még látványosabb, s egyúttal érthetőbb ez a biotechnológia és a kopaszbarack összehasonlításnál, amikor a biotechnológia támogatói elmosás a határt a két technológia között annak érdekében, hogy a kopaszbarack fogyasztói/társadalmi elfogadottságát (mindenki nyugodt szívvel, „természetesként” fogyasztja e barackfajtát) „rávetítse”, „átvigye” a biotechnológiára. Az üzenet tehát az, hogy értelmetlen a GM ellenesség, hiszen olyan „természetes”, mint a hagyományosan nemesített fajta.

⁶³ „...an explicit moralization strategy was most visibly used for delegitimation purposes” (p. 801)

A biotechnológia támogatóinak szövegeiben ebben a vonatkozásban értük tetten az ún. érvelési helycsere argumentációs stratégiáját is. Miközben korábban – a racionalizáló diszkurzív stratégia jegyében és a pragmatikus legitimitás érdekében – a biotechnológia újszerűségét, alapvetően eltérő jellegét emelték ki, a vitafolyam más pontján, 180 fokos érvelési fordulatot véve, éppen a hasonlóságot, azonosságot hangsúlyozzák (negligálva a különbségeket). Mindezzel a normalizáció diszkurzív stratégiájára térnek át a kognitív legitimitás szerzése érdekében. A biotechnológia így módon lesz megint a hagyományosan nemesített fajtákhoz hasonló, tehát megszokott, azaz „természetes”.

Ugyanezt a normalizációs diszkurzív stratégiát és a kognitív legitimitásszerzés célzását érzékelhetjük akkor is, amikor a biotechnológia támogatói a leválasztás/lekapcsolódás argumentációs stratégiáját alkalmazva érvelnek amellett, hogy az esetleges veszélyek a GM tulajdonsághoz (transzgénhez), s nem magához a GM technológiai folyamathoz kapcsolódnak. Ekként kívánják megvédeni az esetlegesen bekövetkező káros következmények legitimitásvesztő hatásától magát a GM technológiát.

A leválasztás, lekapcsolódás argumentációs stratégiája – mint szövegelemzésünkben megállapítottuk – a biotechnológia kritikusainál is megjelent: szétválasztva a mezőgazdasági alkalmazásokat a gyógyszeripariaktól és a környezetvédelmiektől. Esetükben nem legitimitásszerzésről, hanem a legitimitástól való megfosztásról van szó, amikor elismerik a gyógyszeripari és környezetvédelmi alkalmazások hasznait, jó következményeit, bár „természetességük” mellett ezek esetében sem érvelnek. Az agrárbiotechnológia azonban nem élvezi a racionalizáció és moralizáció diszkurzív stratégiáinak legitimitásszerző eredményét jelen esetben, éppen ellene fordul e diszkurzív „vegyülék”, amiben a Suchman-i értelemben vett pragmatikus és morális legitimitás tagadtatik meg a biotechnológiától.

A bagatellizálás argumentációs stratégiáját elsősorban a kockázat-diskurzusban figyelhettük meg a vizsgált szövegekben. Ebben a biotechnológia támogatói a normalizáció diszkurzív stratégiáját követték, hiszen „kicsiny és elhanyagolható valószínűségeket”, „nem bizonyított veszélyeket”, „előny-hátrány kalkulust” emlegetve, végső „aduásként” pedig a „minden kockázatos ebben az életben” populáris bölcsességének hirdetéséig jutottak. Mindez egyértelműen a kockázatok „természetességét” hivatott erősíteni a köztudatban, így normalizálva, illetve kognitív legitimitást adva a biotechnológiáknak.

Hangsúlyos eleme volt az agrárbiotechnológiáról folyó kutatói vitaszövegeknek a demarkációs vonal húzása: kijelölve, ki a tudós, és ki nem, valamint mi a tudományosan értelmes kérdés, amit fel lehet tenni, és mi nem az (azaz nem lehet feltenni). Itt egyfelől világosan felsejlik a moralizáció diszkurzív stratégiája, hiszen a vitapartnerek szinte leírják, milyen a „jó tudós”. Ebben egyfelől egyfajta procedurális morális legitimitás (hogyan kell döntenie egy jó tudósnek), s egyúttal egy morális karakteren alapuló legitimitás is rejlik. Mindenképpen a Suchman-i morális legitimitás dimenziójában mozog az érvelés. Ugyanakkor az argumentáció odáig halad, hogy kétségbe vonja a másik fél tudományosságát, tudományon kívüli, szakértelemtől („valódi” tudástól) megfosztott alannyá téve őt. Már az elemzésnél is jeleztem: ez világos hatalmi (diszkurzív) tett. Ugyanakkor arra is kétségbevonhatatlanul utal, hogy jelen korunkban a tudományon belülre tartozni önmagában is legitimitást adó helyzet (miért is küzdenének máskülönben egymás tudománybóli kizorításán a vitapartnerek?). Mindezt Vaara et al. [2006] kategóriái közül a tekintélyre hivatkozás diszkurzív stratégiájához köthetjük leginkább. A Suchman-i tipológiában azonban kevésbé található meg a „helye”. Úgy vélem, hogy a legitimitás szocio-politikai dimenziójához (ami a társadalmi rend szintjén működik) kapcsolódik ez a kizárásra alapuló érvelési stratégia. Akinek ebben a dimenzióban csorbul a legitimitása, hatalmát veszti az adott társadalmi-politikai közegben.

Érdemes megjegyezni, hogy a fejezet elején bemutatott médiakutatások eredményével a hazai kutatói médiaviták elemzése annyiban mindenképpen összefüggésbe hozható, hogy a Nisbet és Lewenstein [2002] által elsődlegesként azonosított tudományos haladás és gazdasági lehetőség témakör ezúttal is központi szerepet kap. Castro és Gomes [2005] harcmező metaforája közvetlenül kapcsolható a kutatói médiaviták hadszínterével, ahol nem tudományos érvek, hanem nyelvi-retorikai eszköztár – argumentációs stratégiák – révén folyik a küzdelem.

Végezetül fontos felvetni egy további dilemmát, amit az agrárbiotechnológia legitimációs stratégiáinak itt bemutatott vizsgálata jelez. Megnyitandó lenne a tudományfilozófia reflexió: mi a tudomány, ki a tudós, kinek a tudása számít? A biotechnológiáról folytatott tudományos vita résztvevői nem teszik fel ezeket a kérdéseket, ám a vita tartalma ebbe az irányba (is) mutat, s erre visszatérek az 8. fejezetben.

7. Fogyasztói álláspontok

A kutatás fogyasztói vizsgálódását mutatja be ez a fejezet. E munkát rendkívül széleskörű szakirodalmi kutatással kezdtem, képet kívánván kapni GMO és fogyasztók viszonyát elemző nemzetközi és hazai vizsgálatokról, azok elméleti háttéréről, tartalmáról, módszertanáról. Külön figyelmet szenteltem a nemzetközi fókuszcsoporthoz tartozó kutatásoknak, valamint jelen vizsgálat fókuszcsoporthoz tartozó pillérének módszertani és praktikus megalapozásának. Mindezen felkészülés részleteit több mint félszáz oldalon foglaltam össze, amelynek közzétételére nemcsak hogy a disszertációban, de a mellékletben is kevés a hely. Jelen fejezetbe végül a hazai fogyasztói kutatások teljes körűségére törekvő – a szakirodalomban előzmény nélküli – bemutatását foglalom bele, majd saját kutatásom megfontolásainak rövid összegzése után ehelyett a fókuszcsoporthoz tartozó beszélgetések elemzésének eredményeire koncentrálok. Következésképpen nem adok részletes beszámolót a nemzetközi kutatásokról, azt tartalmazza Matolay [2012] írásom. Annak a tanulmánynak egyik központi eleme a nemzetközi kutatások módszertanáról készült részletes táblázat, amely tanulmányozás végett megtalálható jelen írás mellékletében.

7.1. Magyarországi fogyasztói kutatások

A hazai fogyasztók és a mezőgazdasági biotechnológia viszonyát, attitűdjét és ismeretét az utóbbi közel másfél évtizedben több vizsgálat is felmérni igyekezett. Magyarországra is elért két Eurobarometer felmérés [2002, 2005], több kutatást végzett a Budapesti Corvinus Egyetem Központi Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszéke az Központi Élelmiszer-kutató Intézet (KÉKI) kutatócsoportjával közösen (lásd Bánáti írásait). Egy-egy rövid felmérést csinált a GfK Hungária és a Nielsen piackutató, valamint biotechnológiában érdekelt vállalatok rendelték meg hazai piackutatást, melyek közül az Aventis CropScience [2001-2002] felmérése fogyasztókat vizsgált, a Monsanto felmérése gazdákra fókuszált. Ezen túlmenően Országos Fogyasztóvédelmi Egyesület készített felmérést 1998-ban. A nyilvános forrásból elérhető, fogyasztókat célzó kutatások fő jellemzőit foglalja össze a 14. táblázat.

15. táblázat Magyarországi kutatások a fogyasztók és a GM élelmiszerek viszonyáról

Kutatás	Piackutatás vállalati megrendelésre	Génkezelt élelmiszerek megítélése	Az európaiak és a biotechnológia: minták és trendek	GMO-élelmiszerekkel kapcsolatos kockázatesztelés	Fogyasztói bizalom és élelmiszerbiztonság
Kutatóintézmény, szervezet	D&T Marketing Kutató és Tanácsadó Iroda	GfK Piackutató Intézet	Eurobarometer	Budapesti Corvinus Egyetem, KÉKI	Nielsen
Év(ek)	2000, 2001	2002	2005	2001, 2006, 2008	2009
Az adatgyűjtés módszere	fókusz csoportos beszélgetés + telefonos lekérdezés	kérdőíves felmérés	kérdőíves felmérés	kérdőíves felmérés	online kérdőíves felmérés
Megkérdezettek száma (fő)	40 + 200	1000	1000	961, 890, 1577	n.a.
A kutatás egyéb jellemzői	Az Aventis CropScience felkérésére végzett piackutatás Magyarországon	Egyszeri felmérés a felnőtt hazai lakosságra több szempontból reprezentatív mintán	Az Európai Bizottság kutatása 1991. és 2005. között, Magyarország az EU-csatlakozás után szerepelt az utolsó, 6. felmérésben	A kutatást végző Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszék 2001-ben a SZIE-hez tartozott, akkor partnere volt a KÉKI	Globális piackutatás 54 országban 30,5 ezer internetező megkérdezésével
Főbb megállapítások	A technológia nem, a termék (GM-élelmiszer) inkább elfogadható A GMO-val a vállalati cél a profitabilitás növelése, s nem a termelő, fogyasztó kényelme, előnye A fogyasztói GM- tájékozottság és tudás rendkívül alacsony szintje	A lakosság kétharmada ismeri a génkezelés fogalmát, és inkább negatívan ítéli meg. Erőteljesebb a negatív beállítottság: - az 50 év felettiek - az alacsonyabb jövedel- műek és - az alacsonyabb iskolai végzettségűek körében.	70 % ismeri a gén- technológiát, mely kissé alacsonyabb az EU átlagánál 77 % ellenzi a GMO- élelmiszert A vásárlási hajlandóság vegyes, 45 % azonban akkor sem venne, ha nyilvánvaló és egyér- telmű előnye lenne	A fogyasztók GM- tájékozottsága alacsony: félreértés, nem tudás Az ellenérzés, bizalmat- lanság nő A fogyasztási hajlan- dóság 3-szorosára nő, ha a GM terméknek ár-, minőségi előnye van A kutatók, a tudomány a leghitelesebb forrás	9 % szerint teljesen biztonságos fogyasztani a génmódosított élelmisze- reket 64 % nem tartja bizton- ságosnak a GMO élelmiszert 58 % szerint a Magyar- országon termelt élel- miszer az import terméknél biztonságó- sabb

Forrás: D&T [2000, 2001], GfK Piackutató Intézet [2002], Gaskell et al. [2006], Kasza [2009], Nielsen [2010] alapján saját szerkesztés

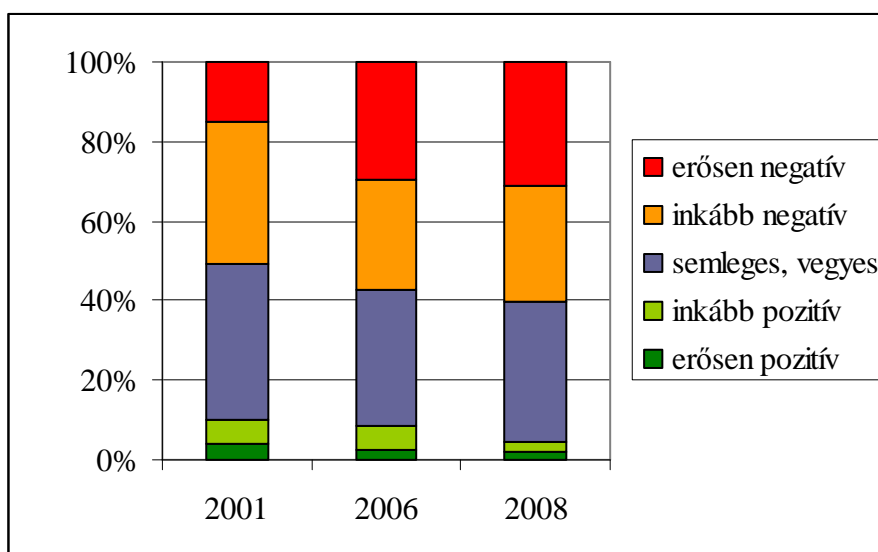
A 15. táblázat⁶⁴ *Főbb megállapítások* sora eltérő mélységű, típusú eredményeket tartalmaz, amelyek tükrözik az áttekintett kutatások bizonyos egyéb jellemzőit is. Látható egyebek mellett az, hogy a piackutatók (kiváltképp a GfK és a Nielsen) a hazai felnőtt lakosságra vonatkozóan számszerű leírást adnak elsősorban a GMO-ismeret és megítélés témakörében [GfK Piackutató, 2002; Nielsen, 2010]. A fogyasztói hozzáállás tényezőinek, összefüggéseinek feltárása (legalábbis a nyilvánosan hozzáférhető kutatási közlemények szerint) ezeknek a felméréseknek nem célja. Kísérletet tesz ugyanakkor erre a D&T Marketing a fókuszcsoporthoz vizsgálati révén [D&T, 2001], s bizonyos mértékig, témákban az Gaskell et al. [2006] is. A legtöbb szempontból, leginkább komplex módon a BCE Élelmiszeripari Gazdaság Tanszékének vizsgálatai közelítik a fogyasztói GMO megítélést, a kutatásokban az ebben a körben hagyományosnak, szokásosnak számító témákon (potenciális vásárlás, a génmódosításra vonatkozó tudás stb.) túlmenően a kutatás időbeliségéből adódóan (is) felmerülő kérdések vizsgálatáig (például a GMO témában megszólalók hitelessége).

Valamennyi hazai kutatás jelentős negatív megítélésről számolt be. A GfK [2002] a felnőtt lakosság kétharmadánál – a génkezelés fogalmát ismerősnek találó válaszadóknál – észlelt negatívnak mondható hozzáállást. A D&T [2001] a génmódosítással kapcsolatosan kettőseget fedezett fel: miközben a géntechnológiát egyértelműen negatív megítélés kíséri (magát a szót is rendre átfordították a résztvevők génmanipulációra), a folyamat termékét, a génmódosított terményt több válaszadó is kipróbálná. Az Eurobarometer szerint a magyar fogyasztóknak több mint a háromnegyede utasítja el a génmódosított élelmiszereket [Gaskell et al., 2006], a Nielsen [2010] felmérése alapján a válaszadók közel kétharmada nem tartja biztonságosnak a génmódosított élelmiszereket. A BCE felmérései szerint az elutasítás mértéke ráadásul nő (lásd 5. ábra). 2001 és 2008 között kevesebb mint a felére (4-ről 1,86 százalékra) csökkent a GMO élelmiszereket erősen pozitívnak értékelők amúgy is kis hányada, miközben valamivel több mint a duplájára (15-ről 31 százalékra) nőtt az erősen negatívan viszonyulók aránya. Összességében 2008-ban 62 százalékos elutasítást és 4,2 százalékos elfogadást detektáltak a BCE kutatói

⁶⁴ A táblázatban foglalt és a saját kutatásokon kívül az utóbbi évben két fókuszcsoporthoz vizsgálat sorozat is célozta a fogyasztókat GMO témakörben, (a Budapesti Corvinus Egyetem Szociológia és Társadalompolitika Intézetében Vicsek Lilla, valamint az Élelmiszeripari Gazdaságtan Tanszéken Kasza Gyula szervezett ilyen vizsgálatokat), ezek elemzését e dolgozat befejezéséig nem publikálták a kutatók

[Kasza, 2009; Kasza és Lakner, 2012]. Mindezek – illetve a már akkor is aktívan működő génmódosítás ellenes civil szervezeti tevékenységek, média-hírek stb. – fényében érdekes a D&T kutatójának azon megállapítása miszerint a kisvárosi fogyasztók mutatkoznak a leginkább ellenállónak, ugyanakkor nincs „harcos ellenállás” [Pádár, 2002]. Konklúziója szerint „nincs egyértelmű elzárkózás a génmódosított növényekből készült élelmiszerekkel szemben”, „a fogyasztók meggyőzhetők” [D&T, 2001:14].

5. ábra Hazai fogyasztók hozzáállása a génmódosított élelmiszerekhez



Forrás: Kasza [2009:102]

Magas kipróbálási hajlandóságról számolt be a D&T [2000] génmódosított növényből készült konzerv, fagyasztott zöldség, szósz, egyéb alapanyag vonatkozásában, olyannyira, hogy „még a génmódosítást, mint folyamatot, abszolút elítélők is megkóstolnák, kipróbálnák ezeket a termékeket” [D&T, 2000:17]. A vásárlási döntést valamennyi válaszadónál megelőzné a kipróbálás: meggyőződni arról, hogy ezek az élelmiszerek finomak. A D&T ennek alapján azt feltételezi, hogy a fogyasztók vélekedése szerint „a génmódosított növények, illetve az azokból készült táplálékok ugyan szépek és mutatósak és nagyok, de ehetetlenek, ízük nincs vagy nagyon rossz, vagy nem ugyanaz” [D&T, 2000:18]. A megkérdezetteknek valamivel több mint a fele próbálná ki a GM-élelmiszereket, 25 százalék ugyanakkor biztosan nem próbálná ki, és további 21 százalék is ezt valószínűsíti [D&T, 2001: 10].

Amennyiben a hazai fogyasztói hozzáállást nemzetközi összehasonlításban tekintjük a 2005-ös Eurobarometer felmérés szerint a lengyel és a litván

fogyasztóknak a magyarhoz leginkább hasonló a hozzáállása, azaz valamivel kevesebb mint egynegyedük támogatja a GM élelmiszereket, háromnegyede ellenzi. Az akkori EU-ban további 10 ország fogyasztói ennél is nagyobb arányban elutasítók a GM-élelmiszerekkel szemben (Luxemburgban és Görögországban a leginkább, ezekben az országokban alig több mint 10 százalék nyilatkozott támogatóan). 12 akkori tagállamban a hazainál kisebb az elutasítás (a legkisebb, 54 százalékkal, Csehországban). Érdeemes megjegyezni, hogy a támogatás az EU átlagában sem nagyon haladja meg a magyarországit: mindösszesen 27 százalék. Az Eurobarometer szerzői azt külön kiemelik, hogy a támogatás Spanyolországban – ahol több tízezer hektáron termesztene génmódosított növényeket – is csupán 7 százalékponttal magasabb ennél az alacsony EU átlagnál [Gaskell et al., 2006:19]⁶⁵.

Azok a kutatások, amelyek a fogyasztó számára realizálható előnyt fogalmaztak a kérdésbe – továbbra is túlnyomó elutasítás mellett –, a kipróbálási hajlandóság növekedését mutatták. Kasza [2009] azt mutatta be, hogy ha a kedvenc gyümölcsünk génmódosított változatát ajánlanák, akkor a válaszadók 15,5 százaléka vásárolná is azt abban az esetben, ha a GM-gyümölcs jobb minőségű lenne a GMO-menteshez képest, további 11,3 százalék pedig akkor, ha a GM-gyümölcs árra alacsonyabb lenne.

GM-élelmiszerekre vonatkozó vásárlási hajlandóságot az Eurobarometer úgy vizsgálta, hogy öt olyan állításról kérdezte a válaszadót, amelyek arra vonatkoztak, hogy 'vásárolnék genetikailag módosított élelmiszert, ha az egészségesebb lenne; az kevesebb növényvédő szer maradványt tartalmazna, mint más élelmiszerek; azt környezetkímélőbb módon állítanák elő, mint más élelmiszereket; azt a megfelelő hatóság jóváhagyná, engedélyezné; az olcsóbb lenne más élelmiszerekénél.' A magyar válaszadók közel 45 százaléka mind az öt érvre nemet mondott, a többiek a fentiek közül átlagosan 3-3,5 érvet éreztek a vásárlási döntésüket befolyásolónak [Gaskell et al., 2006:22-23].

Ez utóbbi vizsgálati elem, azáltal hogy az ár, egyéni egészségre – mint az egyén által learátható hasznokra, a pragmatikus legitimáció elemeire – utaló előnyökön túl a környezetkímélő előállítás is citálja, átvezet a morális (itt főleg elvek, értékrend) legitimáció és a kognitív (itt főleg tudás) legitimáció területére.

⁶⁵ Korábbi Eurobarometer biotechnológia felméréssel (1996) összevetésben korai hazai kutatási eredményeket lásd Bánáti és Lakner [2003], Lakner et al. [2003a, 2003b] művekben.

A géntechnológia, mint „beleavatkozás a természetbe”, amit „nem lehet ’büntetlenül megúszni’..., s hogy ez a jövőben valamikor biztosan ’visszaüt’” [D&T, 2000:14] már a legelső hazai kutatásban megjelenik. Úgyis mint: bár a válaszadó nem fél, de mivel az elveivel ellentétes a génmódosítás, és annak vásárlás útján történő támogatása, ezért nem venne ilyet [D&T, 2001:10].

A BCE-KÉKI kutatásában a válaszadók az alapvető pro és kontra érvek közül azzal azonosultak a leginkább (5-ös skálán 4,34-es átlagértékkel), mely szerint a „génkészlet megváltoztatásával átalakul a természet, és a következményeket nem tudhatjuk előre” [Lakner et al., 2003a:129]. További két, a géntechnológia negatívumát megfogalmazó érv (az ember beleavatkozik a Teremtő dolgába, valamint a génmódosítás a fogyasztó egészségére káros lehet) következik ezután 3,6 körüli értékkel. (A génmódosítás előnyeire utaló érvek (növekvő terméshozam, miáltal az éhezés legyőzhető, termékminőség javulása) 2,8-2,9-es, azaz jelentősen alacsonyabb azonosulási értéket mutatnak.) [Lakner et al., 2003a]

A kognitív legitimáció alapvető témája a tudás, amely a fogyasztói kutatásoknak állandó kérdésköre Tudja, hogy mi a génmódosított élelmiszer – vallotta a magyar válaszadók 70 százaléka, mely arány valamelyest (10 százalékponttal) elmarad az EU átlaga mögött. Az EU25 országokban ugyanakkor ez az arány meglehetősen széles skálán, 52 (Litvánia) és 92 százalék (Egyesült Királyság) között mozgott [Gaskell et al., 2006].

A 2000 évi kutatásban a génmódosítás valamennyi résztvevő számára ismerős volt, ugyanakkor a vizsgálatot végző marketing-kutató a megkérdezettek tudását úgy jellemzi, hogy „a génmódosításról részinformációk és az ezekből levezetett hiedelmek, téves ismeretek a meghatározók” [D&T, 2000:12]. A génmódosítás negatív megítéléséből, valamint a hiányos tudásból arra következtetett, hogy: „... a génmódosítás, illetve az e tevékenység következményeként írható pozitív környezeti hatások és egészséges növények nem kapcsolódnak még a gondolkodásmódban az egészséges táplálkozáshoz, a környezetkíméléshez” [D&T, 2000:12].

A BCE-KÉKI kutatásokról szóló beszámolóknak az egyik fő üzenete az, hogy a hazai fogyasztó, ugyan hallott a génmódosításról, ám mégsem tájékozott, „nem ismeri eléggé a géntechnológia eredményeit..., vélt vagy valós negatívumokat feltételez, vagy legalábbis gyanakvó a génmódosítással kapcsolatban” [Lakner et al., 2003a:129]. „Nagyon sok fogyasztónak semmilyen fogalma sincs a biotechnológiáról, kétharmaduk azt hiszi, hogy az ökológiai termelés – minthogy

magyarul azt biotermelésnek hívják – a biotechnológia része. A válaszadóknak mindössze 55 százaléka van tudatában annak, hogy a biotechnológia és génmódosítás hasonló fogalmak” [Bánáti és Lakner, idézi Bánáti, 2008:442]. A fogyasztók egyre tudatosabbak, de a molekuláris biológiai ismeretek hiánya jellemzi őket [Bánáti, 2005 és 2007].

A D&T az informálás fontosságának toposzával szolgál, oly módon ahogy számos fogyasztói kutatás is teszi: informálás révén az ellenérzés leküzdhető, ehhez a megrendelő vállalat számára az javaslata, hogy azokat az érveket a használja, „amelyekre 'van füle' az embereknek”, amit „szívesen hallanának”. Összefoglalásuk szerint ilyen érvek azok, amelyek: figyelemfelkeltőek és meggyőzőek; az eljárás biztonságosságát hangsúlyozzák, azt hogy az emberre, környezetre veszélytelen; az egészség szempontjából közelítenek és „azt tudatosítják, hogy nem vegyszerekről, tartósítószeréről van szó”; bemutatják, hogy a génmódosítás a „jövőben sem okoz károsodást, betegségeket, elváltozásokat”; az egészségre tett „jótékony hatás”-ról szólnak [D&T, 2000:19]; „a múlt igazolása érdekében” a géntechnológia fejlődését, történetét vázolják [D&T, 2001:4].

A nemzetközi szakirodalomban és hazai kutatásokban egyaránt a tudás és informálás egyik nagy témája a címkézés. A BCE-KÉKI felmérése szerint a fogyasztók informálását illetően 90 százalék látja szükségesnek, hogy a csomagolásra írják rá, ha a termék génmódosított összetevőt tartalmaz [Bánáti, 2008]. A D&T felmérésben ugyancsak megjelent az a kifejezett vágy, hogy a termék csomagolása tartalmazza, ha a termék génmódosított növényből készült, valamint hogy ennek alapján a fogyasztónak a vásárláskor választási lehetősége legyen. [D&T, 2001:10]

A hazai kutatások itt utolsóként összegzett aspektusa a hitelesség és a bizalom témájához vezet el, a biotechnológiával foglalkozók, az információt nyújtók és az agrár biotechnológiáról döntés hozók vonatkozásában. Ez az ugyancsak összetett közelítésmód, mint látni fogjuk, tudásbeli és morális elemeket is hordoz, ugyanakkor az intézményesültség dimenziója mentén a legitimáció szociopolitikai rétege felé is elvisz.

A génmódosítást, mint biotechnológiai eljárást, a növénynevelésnél tudományosabb eljárásnak ítélték az ezredfordulón a D&T válaszadói, ám a tudományosság kételyekkel párosult, amelyek génmódosítás tudományának rövid

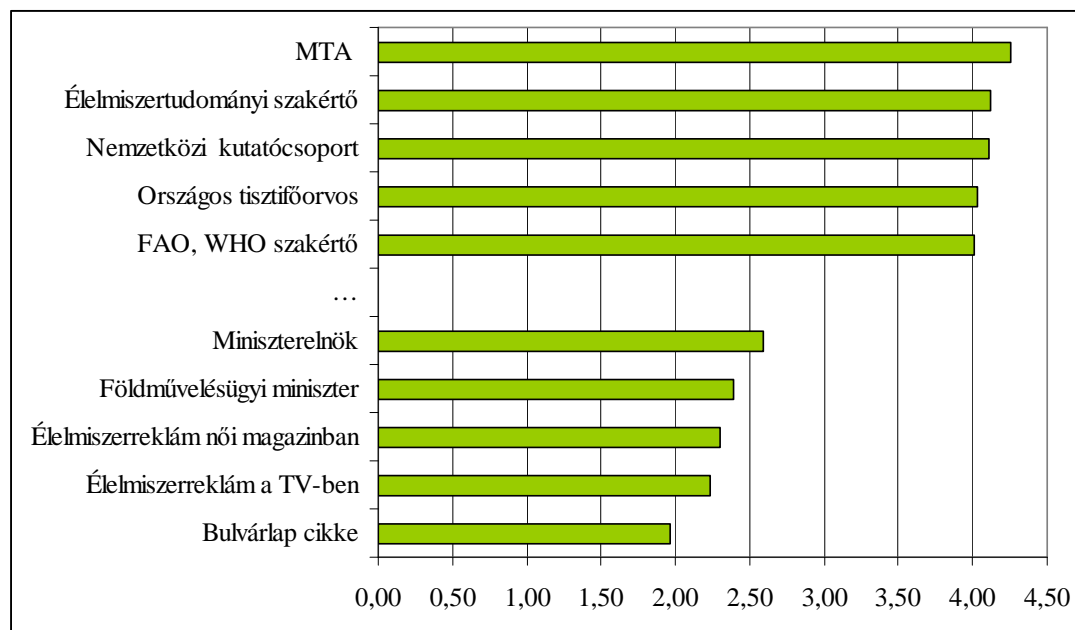
múltjára, fiatal voltára vonatkoznak „...nincs múltja ennek. Ez egy teljesen új dolog, még a kutatók sem tudják, hogy mi várható” [D&T, 2000:14].

Az Eurobarometer a döntéshozatalra vonatkozó kérdéseinél azt firtatta, hogy milyen módon (tudományos szakértők révén vagy a nagyközönség által) és milyen érvek (tudományos bizonyítékok vagy morális megfontolások) mentén kellene a biotechnológiát irányítani, a döntéshozatalt megalapozni. Más EU-s országokhoz képest – Litvániával együtt – a magyar válaszadók között a legmagasabb (72 százalék) azok aránya, akik szakértői javaslatok és az előnyök-kockázatok tudományos bizonyítékokkal történő alátámasztása mentén irányítanák ezt a területet. További 13 százalék ugyancsak a tudományos szakértőkre bízna azt, ám előtérbe a morális megfontolásokat helyezné. A többi válaszadó (14 százalék) a szakértők helyett az állampolgárokra, a közvéleményre bízna a biotechnológia irányítását, java részük (10 százalék) morális érvek mentén [Gaskell et al., 2006:45].

Ugyanebben a kutatásban a magyar válaszadók bizalma az egyetemi kutatók iránt erősen létezik, több mint 90 százalék válaszolta ezt, és 80 százalékuk a biotechnológiai iparban dolgozó kutatók iránt is bizalommal van. Az iparágban ennél valamivel alacsonyabb a magyar válaszadók bizalma: 75 százalékuk felet erre a kérdésre igennel. A kormányzati szabályozásban 83 százalék, az EU biotechnológiára vonatkozó szabályozásában, 89 százalék bízik [Gaskell et al., 2006:51].

Ugyancsak a tudomány képviselőinek hitelességét emeli ki Bánáti és Lakner [2003]. Kutatásukban azt firtatták, hogy a fogyasztó mennyire hinne egy adott forrásnak, ha az egy élelmiszerről azt állítaná, hogy biztonságos vagy kockázatos. Eredményük szerint jóllehet bizonyos különbség kirajzolódik annak alapján, hogy biztonságos vagy kockázatos a termék, ám a források hitelességi sorrendjén ez nem változtat. Az 1 (egyáltalán nem hinne) – 5 (teljes mértékben hinne) skála mentén értékelt források közül egyértelműen a tudomány emberei kerültek az élre. A 24 felsorolt információforrás (arra sajnos nem térnek ki a szerzők, hogy miért ezek a források kerültek be a kutatásukba) közül az első három helyen kutató-szakértő szerepel. A 6. ábra az 5 leginkább és legkevésbé hiteles forrást mutatja be a kutatásból.

6. ábra A leginkább és legkevésbé hiteles források a GM-élelmiszerek vonatkozásában



Forrás: Bánáti és Lakner [2003]; Kasza [2009:103] nyomán

Itt érdemes megjegyezni a D&T kutatásának azon tanulságát, miszerint a génmódosítás háttérében a fogyasztók – bár válaszaikban felmerült a növények ellenálló képessége, a környezetkímélés is –, „leginkább pénzt, profitot látnak”, a „cél az eladhatóság növelése”, az okai tehát szerintük elsősorban gazdaságiak [D&T, 2000:16].

7.2. A fókuszcsoportos kutatás eredményei

Átlagos jövedelmű, fővárosi lakosokból vártuk a résztvevőket. Férfi-női valamint korosztályi szempontból (fiatalabb korosztály, középkorúak) egyes csoportokat kívántunk összeállítani. Fontosnak ítéltük, hogy olyanok vegyenek részt a beszélgetésben, akik a családi, háztartási élelmiszervásárlásban aktív döntéshozók, résztvevők, valamint azt is, hogy rendszeres médiafogyasztók legyenek (legalább egy híradót szinte minden nap nézzenek, valamilyen nyomtatott napi és egy heti politikai-gazdasági sajtóterméket relatíve rendszeresen olvassanak), tehát bizonyos tájékozottság – akár a GMO téma fejleményeit illetően is – a tömegmédia hírein keresztül feltételezhető legyen róluk. A résztvevők iskolai végzettsége alapján tettünk különbséget a 2006-os és 2010-es két-két fókuszcsoport tagjai között: mindkét évben egy felsőfokú és egy középfokú végzettségű csoportot képeztem, a

törésjellemző [Knodel, 1993] ily módon az iskolai végzettség volt. Összességében tehát relatíve heterogén csoportokat szerveztünk, külső szegmentálást egy szempont, az iskolai végzettség szerint végezve. Megjegyzendő ugyanakkor, hogy mivel kis csoportszámmal dolgoztunk, a törésjellemző mentén következtetésekre jutni csupán korlátozottan lehetséges.

A kétszer két fókuszcsoport keretében azt kívántam feltárni, hogy a fogyasztók GMO-kal kapcsolatos tudását, ismeretét, véleményét vajon milyen források, a mezőgazdasági biotechnológiával kapcsolatban megnyilatkozók közül mely szereplők alakítják? A szervezeti mező mely tagjainak hangja, érvelése jut el hozzájuk, saját véleményüknek a GMO szervezeti mező mely tagjai lehetnek forrásai, s milyen üzeneteket tartanak hitelesnek? A fogyasztók GMO vonatkozású érvei vajon milyen más érintettcsoport érveivel mutatnak hasonlóságot? Mitől tartják a fogyasztók az élelmiszereket – ezen belül a génmódosított terményeket és termékeket – legitimnek?

A rekrutáció során a klasszikus sémát követtem, amennyiben négy, keresztkontrollálásra alkalmas (lásd például Oblath [2007]) a végzettség és a tájékozottság szempontjából homogén csoportot szerveztem. A fókuszcsoportos beszélgetéshez az alanyokat toborzó cég segítségével kerestem, kiválasztásukhoz szűrőkérdőívet használtunk. A kvantitatív kutatásokban alkalmazott kérdőívekhez hasonló szűrőkérdőívet a toborzás szervezettsége, a toborzás és adminisztráció egyszerűsítése érdekében alkalmazzák, statisztikai feldolgozás a szűrőkérdőív demográfiai adatai alapján, illetve mentén alapvetően nem történik [Oblath, 2007]. A csoporttagok jellemzői természetesen az elemzésnél figyelembe veendők – hasonlóan a további kontextuális jellemzőkhöz [Vicsek, 2006]. (A szűrőkérdőívet és a toborzás szempontjait lásd a mellékletben).

Valamennyi alkalommal professzionális toborzó cég szolgáltatásait vettük igénybe, de más vállalkozását 2006-ban és 2010-ben. A váltás mögött alapvető megfontolásként a toborzás problémái (főként a határidő-tartás, a kizárás alá eső szereplő meghívása, az arányok tartása a heterogén csoporttagság érdekében) ellenére sem a vállalkozás lecserélésnek igénye állt. Az ok elsősorban az volt, hogy a moderátori szerepet 2010-ben magam szerettem volna végigvinni, s nem komplex csomagban igénybe venni a fókuszcsoport előkészítését és a beszélgetés lefolytatását egyben kínáló korábbi cég szolgáltatását.

A fókuszcsoportos beszélgetések irodalma jelentős teret szentel a moderátor tevékenységének, azaz a kutatás tárgyát és a csoportmunkát általában egyaránt ismerő kulcsszereplőnek. Részletesen értekeznek a moderátor szerepéről, a teendőiről, a lehetséges viselkedésmódokról (lásd például Letenyi [2005]; Síklaki [2006], a moderátor választás szempontjairól, a lényegi moderátori jellemzőkről és azoknak a kutatási célokhoz való viszonyáról (lásd például Fern [2001]). S nem csupán a különböző típusú, tartalmú, alanyú kutatásokhoz jól illő eltérő moderátori stílusokról, hanem akár az ideális moderátori személyiségjegyekről is. Az írások java része pártolja, hogy a kutató maga legyen – kellő kompetencia birtokában – a fókuszcsoportos beszélgetés moderátora, ám a módszertani írásokból felsejlik az az óvatos javaslat is, miszerint ne a finansziális korlátok tegyék a kutatót moderátorrá; hiteles marad kutatóként akkor is, ha a beszélgetést hivatásos moderátorra bízta.

Az emergens kutatási stratégiával szemben standardizált utat [Morgan, 1996] választottam, azaz valamennyi csoportban ugyanazt a vezérfonal struktúrát alkalmaztam. Ez módot adott arra, hogy a fókuszcsoportok között összehasonlítást végezzek ugyanakkor – ahogyan Oblath fogalmaz [2007] – a vezérfonal felépítésének esetleges hibáit valamennyi fókuszcsoport megsínyli. Jelen esetben a kutatás céljának is a standardizált logika felelt meg, hiszen a rendre változó, újonnan építkező fókuszcsoport sokkal inkább az alapkutatásokra, illetve fogyasztói kutatások esetén például reklámok tesztelésére jellemző.

Az élelmiszertermelés utóbbi évtizedeiben észlelt változások megvitatásával – mint a tölcser technikához illeszkedő tág induló témával – kezdődtek a fókuszcsoportos beszélgetések, melyek során a csoportok felénél spontán felszínre került a biotechnológia. Ennek megjelenése olyan változás tehát, amelyet az élelmiszert érintő negatív fejlemények sorában a fogyasztók egy része számon tart. Itt jegyzem meg, hogy a hazai fókuszcsoportos beszélgetések elemzésénél rendre felmerül a panasz kultúra fogalma (lásd például Vicsek [2006]), a magyar válaszadók körében a kedvezőtlen, negatív tendenciák és vélemények túlzott megjelenése, a beszélgetés negatív hangulati kerete, amelyet az eredmények értékelésénél érdemes megfontolás tárgyává érdemes tenni. Ugyanakkor így is kiemelendő, hogy az élelmiszert érintő változások esetében java részt a veszteségek (minőség, íz, a kínálat és a termék valódi jellemzőinek, beltartalmának az átláthatósága) és a veszélyek kaptak a résztvevők érvelésében helyet, a mérleg pozitív oldalán a választékbővülés és a hozzáférhetőség jelent alapvetően meg. A továbbiakban három témát, a

fogyasztók ismereteit, a kockázathoz fűződő viszonyát, valamint az intézményrendszerbe vetett bizalmat tárgyalom.

Tudás. A nemzetközi és hazai fogyasztói vizsgálatok egyértelmű és fő következtetése, hogy az európai és a magyarországi fogyasztók többsége elutasítja az agrár-biotechnológiát. A hazai fogyasztók különösen elutasítók a mezőgazdasági GM termékekkel szemben, még európai kontextusban is, és egyértelműen negatív asszociációkat kötnek a GM termékekhez (lásd a hazai fogyasztói kutatásokról szóló fejezetet). Amennyiben az asszociációk körében maradunk, a génmódosított élelmiszerre adott verbális asszociációk a négy fókuszcsoportos beszélgetésen a következőképpen alakultak.

16. tábla. Fogyasztói asszociációk a „génmódosított élelmiszer” kifejezésre

Asszociáció	Kategória
félek tőle; gusztusos, de mitől?; veszélyes; távlati hatásai nem ismertek; mi van, ha olyan mint a DDT?	kockázat
egészségtelen; egészségkárosító; hasmenés; Contergan,	egészségügyi kockázat
megállíthatatlan, visszafordíthatatlan	a jövő
tartózkodás, bizalmatlanság	fogyasztói hozzáállás
tucatáru, uniformizált, világtermelés, valamint átverés, kamu, nem igazi, hanem az eredeti lebutított változata	termékminőség
természetellenes, beavatkozás a természetbe	termelési eljárás

Forrás: Saját szerkesztés

Hangsúlyos szempontként az emelhető ki, hogy a „GMO egyenlő átverés”. A génmódosított úgy néz ki, mint a legszebb hagyományos élelmiszer (zöldség, gyümölcs), és esetleg még olcsóbb is. Ámde nem igazi, nem azokkal az ízbeli, táplálkozástani, kockázati stb. jellemzőkkel bír. Vonzó tehát, ám nyíltan (a fogyasztás során a fogyasztó észleli például az eltérő ízt) vagy burkoltan (tartamos, rendszeres fogyasztás esetén sem észleli, vagy nem a termékhez köti a kockázati tényezőket, negatív hatásokat) nem felel meg a fogyasztó elvárásainak. Mindezzel hozzájárul ahhoz, amilyen változások amúgy is jellemzik az élelmiszer kínálatot (szélesebb választék, nagyobb hozzáférés bizonyos, pl. egzotikus élelmiszerekhez, ám elvesző minőség, termékbiztonság, állandóság, hagyományos ízek, szezonális). Amiatt pedig, hogy a GMO tulajdonképpen átverés, a gyártónak nem is érdeke, hogy tájékoztasson és informáljon, ezáltal nem is meglepő, hogy a fogyasztó olyannyira

keveset tud erről a technológiáról és az eredményeként születő termékekről – merül fel ily módon a tudás, informálás témája a fókuszcsoportban. Értelmezhetjük ezt háritásként – informátlanságomért nem én, a fogyasztó, hanem a gyártó a felelős. Ugyanakkor a fókuszcsoportokban jóval inkább az rajzolódott ki, hogy az élelmiszertermelés váltoásaiban mindinkább elvesző, a termék ismeretétől annak előállítási módja miatt egyre inkább megfosztott fogyasztó a génmódosítással olyan új terepre kényszerül, ahol az informálódás terhét megint csak az ő vállára helyezi a vállalat. Egyfajta caveat emptor! – fogyasztó vigyázz! [Boda és Radácsi, 1997] – vállalati közelítésmód ez a fogyasztók szemében, mely szerint ha a fogyasztó a termék ezen aspektusáról információval szeretne bírni, követheti ezt a vágyát és élhet ezzel a jogával: járjon ő maga utána.

Mindez legalább két további fogyasztói témához vezet el bennünket: a kutatásokban gazdagon tárgyalt fogyasztói tudás és fogyasztói hozzáállás kérdéseihez.

2006-ban mindkét fókuszcsoport azt mutatta, hogy a résztvevők tudták, mi az a génmódosítás, és néhányuknak nemcsak az alapvető ismereteik voltak, hanem olyan részletekről is számot tudtak adni, mint amilyen például a génmódosított növények toxintermelése, vagy a fókuszcsoportok idején még meglehetősen friss magyarországi fejlemény, a moratórium. A két fókuszcsoport tapasztalata az volt, hogy a fogyasztók relatíve tájékozottak, ismereteiket pedig elsősorban a nyomtatott és elektronikus médiából szerzik, amelyek között környezetvédelmi honlapoktól a gazdasági hetilapokon át természetfilmekig számos forrás szerepel. A résztvevők részletekbe menő, meglehetősen árnyalt érvelés mentén fejtették ki véleményüket. Négy évvel később a fókuszcsoport tagjai jóval kevésbé bizonyultak tájékozottnak a mezőgazdasági biotechnológiát és annak következményeit illetően. A tudományos tudás hiányát ezek a fókuszcsoportjaink mintegy visszaigazolták. A résztvevők túlnyomó többsége nem volt birtokában a technológiára, a termékekre, sem a genetikára vonatkozó úgymond alapvető ismereteknek sem.

A fogyasztók tudását és attitűdjét elemző vizsgálatok jelentős része jutott arra következtetésre, hogy a génmódosítással szembeni ellenállás és ellenérzés fő oka a génmódosításra és biotechnológiára vonatkozó ismeretek hiánya, fogyasztói nem tudás (*ignorance*). E kutatási eredmények alátámasztani látszanak az 1980-as években megjelent, nem csupán a biotechnológiára, hanem egyéb tudományos innovációkra és eljárásokra alkalmazott úgynevezett deficit modellt, mely szerint a

tudományos ismeretek hiánya eredményezi a támogató magatartás hiányát a fogyasztók körében [Siipi és Ahteensuu, 2011]. A negatív hozzáállás és a nem tudás összefüggéseit középpontba helyező kutatásokból következő tanulság az, hogy tanítani, tájékoztatni kell a fogyasztót és így az ismeretlennel szembeni ellenállás csökkenthető. A nem tudás problémájának megoldására – Sherry Arnstein fogalmával élve [1969], magyarul lásd Pataki és Matolay [2010] – egyfajta „terápiára” van szükség: olyan információs kúrára, mely kigyógyítja a fogyasztókat a tudatlanság kórságából. Ez az érvelés nem csupán a tudományos eredményeknek a közvéleményt meggyőző kommunikációjára vonatkozó kutatói javaslatok, hanem azon biotechnológiai vállalati szándék mögött is meghúzódik, amely a tudósokat kívánja előtérbe állítani, a GM téma kommunikátoraivá tenni: ők hiteles és értő szereplők, akik képesek a nagyközönség nyelvén a tudományt elmagyarázni, s ezáltal a fogyasztói ellenállás leküzdésében sikerrel járni. Így van esetleg esély nem csupán a fogyasztói ellenállás letörésére, hanem arra is, hogy a fogyasztókat az érzelmi reakciók felől az ésszerű megfontolások felé mozdítsák. Mert amiképpen azt Cook et al. [2004] GM kutatókkal, laikusokkal és más szakértőkkel folytatott interjúi révén feltárta, a tudomány emberei a következő pólusokon helyezik el a szereplőket. A kutatók gondolkodnak – a fogyasztók éreznek. Csak éreznek, ésszerűtlenül. Tulajdonképpen ugyanannak a kizárásnak lehetünk tanúi, amelyet a hazai kutatói médiavitákban tetten értünk.

Az érintettek széles körével folytatott interjúk, hivatalos dokumentumok és nyilvános megszólalások elemzése, valamint résztvevő megfigyelés keretében Marris et al. [2001] képet rajzolt arról, hogy miként látják a közvéleményt, a fogyasztókat a GMO-döntéshozók (szabályozó hatóságok, kormányzati, tudományos intézmények, biotechnológiai vállalatok, élelmiszergyártó és kereskedő vállalatok) Európa öt országában (Francia-, Német-, Olasz- és Spanyolországban, valamint Nagy-Britanniában). Még ha ez a fogyasztó-kép vélhetően nem is általánosítható valamennyi felsorolt intézmény összes munkatársára, a szerzők szerint ezek azok – „nyilvánvalónak tekintett, empirikus alátámasztást sem igénylő” [p.75] – mítoszok, amelyek ezen érintettek körében mintegy közszájon forognak. Mítoszoknak nevezik ezeket, mert egyfelől a mesék, legendák módjára a közös hiedelemrendszer, kultúra megteremtését és megerősítését szolgálják a stratégia- és szakpolitika alkotók, a döntéshozók körében. Másfelől mítoszok azért is, mert minden megkérdőjeleződés

nélkül forognak e körben közszájon, sokszor anekdotikus történetek formájában [Marris et al., 2001].

Marris és szerzőtársai [2001] – a magyarországi felmérések értékelésénél és konferenciákon ugyancsak gyakran emlegetett – paradicsom-történetet használják az általuk azonosított, majd a fókuszcsoportjaik eredményei révén elosztatni kívánt tíz mítosz közül a fogyasztó tudatlanságra vonatkozó mítosz illusztrálására. A paradicsom-történet az Eurobarometer 1999-es felméréséhez nyúlik vissza, amelyben a fogyasztók tudományos tudását igaz-hamis állítássorozattal tesztelték, benne a mondattal: „A szokványos paradicsom nem tartalmaz gént, míg a génmódosított igen.” Az európai válaszadók 35 százalék adott e kérdésre helyes választ – azaz jelölte, hogy hamis az állítás –, 35 százalék jelölt rossz választ, további 30 százalék pedig a „nem tudom” lehetőséget adta meg [INRA, 2000]. Összességében tehát a fogyasztók kétharmada válaszolt rosszul, amelyet azóta is annak alátámasztására idéznek, hogy a fogyasztók még az ennyire alapvető genetikai kérdésekkel sincsenek tisztában. Tény, hogy meglepően magas ez az arány ennél az alapvetően könnyű kérdésnél, ám ha ennek alapján mondunk ítéletet a fogyasztóról, akkor azt állítjuk, hogy ilyesfajta tesztkérdésekkel mérhető tudományos tudás volna szükséges ahhoz, hogy a közvélemény tisztán lásson génmódosítás ügyben [Marris et al., 2001].

A tudatlanság mítosz azt jelenti tehát, hogy a közpolitikai, a tudományos és üzleti döntéshozók a biotechnológia témájában a fogyasztóról azt vallják, hogy nincs a szükséges tudományos tudás birtokában, gondolkodásmódját a szenzációhajhász média és/vagy korábbi negatív események alapján teremtett téves vélekedések és hiedelmek határozzák meg, az áll a génmódosítással szembeni attitűdjének hátterében. A tudatlanság mítosz következménye: minthogy pedig a fogyasztó tudáshiányos állapotban van, ésszerű dialógust folytatni vele nem lehetséges [Marris et al., 2001].

E mítoszt, s a deficit modell logikáját kritizálva több kutatás rávilágít arra, hogy nem a fogyasztók tudása vagy tudáshiánya ad jó előrejelzést a GMO-k iránti hozzáállásukra [Bonfadelli et al., 2002, Horlick-Jones et al., 2007]. A már hivatkozott Eurobarometer adatai annyiban semmiképpen sem támasztják alá a deficit modellt, hogy Gaskell és szerzőtársai [2006] az adatbázis elemzésekor nem találtak ilyen irányú lineáris korrelációt az attitűd és a tudás mértéke között. Jelen kutatás fókuszcsoportos beszélgetéseiből óvatosan ugyan, de hasonló következtetés vonható: a géntechnológiára vonatkozó tudás csoportról csoportra erősen változott, a

génmódosított élelmiszerhez való hozzáállás viszont valamennyi csoportban hasonlóan ellenző volt. A tudás/nem tudás, valamint a tudományos tudás témájára a kutatói médiaviták és az érintetti interjúk eredményeinek bemutatása után összegző módon visszatérek, a fogyasztói tudáshoz a fókuszcsoporthoz kirajzolódó tapasztalatokat becsatornázva itt a következők felvetésével kapcsolodom:

- *Tudományos tudás.* Vajon elvárható-e a tudományos tudás a fogyasztótól a biotechnológia területén? S jelen kérdéssel még csak nem is azt kívánom firtatni, hogy a tudományos tudást ezen a területen jelentős tudományos nem tudás kíséri, azaz a tudományos tudás letéteményesei előtt is tornyosulnak „ismeretlen ismeretlenek” [Wynne, 2002]. E felvetés fókuszában az áll, hogy számos más élelmiszeripari és élelmiszerbiztonsági fejlemény bizonyul bonyolultnak és komplexnek, fogyasztóként nehezen, inkább csupán szakértőként értelmezhetőnek (lásd például élelmiszeradalékok, tartósítószer). Ezek esetében – nem feledve a fogyasztói tudás és tudatosság fontosságát – kevésbé kérjük számon a fogyasztói felkészültséget, alkalmasint elismerjük, hogy az egyéni fogyasztó és az iparosított élelmiszertermelés művelői között információs aszimmetria feszül.
- *Reflektált tudáshiány.* Vajon a tudományos tudás helyét végérvényesen kitöltik a téves fogyasztói hiedelmek, ellehetetlenítve a tartalmas dialógust – ahogy azt a tudatlanság mítosza tartalmazza? Marris és szerzőtársai [2001] fókuszcsoporthoz alapján azt fogalmazták meg, hogy nem jellemzőek a téves hiedelmek, s a tudáshiányt maguk a fogyasztók is elismerik, tehát reflektálnak tudásbéli, kognitív helyzetükre. Ez utóbbi rendre jellemezte e kutatás fókuszcsoporthoz beszélgetéseit is – szinte fájó hiányként élték meg ezt a résztvevők. Fájóként, mert a kontrol hiányát mutatta meg: azt hogy tudás híján nem tudnak felkészült fogyasztói döntést hozni; fájóként, mert azzal szembesültek, hogy az élelmiszereket illetően egy újabb szempontra nincsen rálátásuk, s fájóként, mert az információ forrásként elvárt média és hatóságok nem nyújtanak kielégítő tájékoztatást.
- *Heurisztikus tudás.* Noha a tudományos tényeknek nincs birtokában, ám nagyon is plauzibilis tudással rendelkezik a fogyasztó, amely legitim vélekedéseket, attitűdöket, cselekvéseket eredményez [Marris et al., 2001]. Ilyenek egyfelől az élelmiszerfogyasztáshoz kapcsolódó, másfelől az őt körülvevő intézményrendszerre vonatkozó tapasztalatai. Tud például az ízek mentén

értékelni, abbéli emlékeire, személyes tudására, személyes vásárlási csalódásaira és elégedettségére támaszkodni. Létezik ezen kívül tapasztalata az intézményrendszer működéséről, bizalma-bizalmatlansága a nagyvállalatok, a szabályozó hatóságok, a tudomány és intézményrendszer további szereplői iránt. Ez a heurisztikus tudás egy legitim tudás és befolyásoló erővel bír a mezőgazdasági biotechnológia elfogadására [Marris et al., 2001].

Mindezek alapján a tudományos tudás számonkérésével egyfajta hatalmi viszony teremődik, amelyben a fogyasztói érvek ellehetetlenülnek, a fogyasztó argumentációja delegitimálódik.

Kockázatok. Az egészségügyi hatások, a szabályozás (ellenőrzés, címkézés) szükségessége és a(z) intézményrendszer iránti) bizalmatlanság tárult fel a fókuszcsoporthoz központi témáiként. Ezeken kívül az élelmiszerek íze volt olyan téma, amely valamennyi fókuszcsoporthoz megjelent egyfajta íz-nosztalgia formájában. Az egyik csoport számára ez végül olyan referencia ponttá vált, amely horgonyként kötötték további érveiket, szinte valamennyi magyarázatukat az ízek elvesztése-megőrzése keretben értelmezve. Ugyanilyen, az adott fókuszcsoporthoz szinte minden témáján átívelő keretet még egy csoportban azonosítottam: a 2010-es csoportok egyikében a magyar fókusz (termény, termék, termelés, intézményrendszer, média stb.) kapott központi szerepet minősítő jelzőként főként a helyi élelmiszerek és fogyasztási szokások előnyeinek kifejezésére (alapvetően az Egyesült Államokkal szembeállítva), majd – feltehetően ezt csillapítandó és karikírozandó – a már elvesztett „magyar idill” keresése, mint a fejlődés egyik kerékkötője.

A génmódosított élelmiszerekkel kapcsolatos fogyasztói vélemények túlnyomó része egészségügyi következményeket érintett. Valamennyi fókuszcsoporthoz spontán, erőteljesen (kategorikus fogalmazásmóddal, erőteljes jelzőkkel) merült fel ez a témakör. Jellemzően minden résztvevő bekapcsolódott a beszélgetés valamely pontján ennek a kérdéskörnek a megvitatásába, ebben az értelemben a legintenzívebben ez a vonatkozás váltott ki reakciókat: egyik további témakört sem tárgyalták a csoportok ennyire széleskörűen, valamennyi tag részvételével. Mindemellett ez a témakör hordozta a legkiterjedtebb egyetértést is a csoporttagok között, ugyanakkor ebben a vonatkozásban voltak leginkább polarizáltak a vélemények.

Mindez – talán e legutóbbi, ellentmondásnak tűnő megállapítás kivételével – korántsem meglepő. A résztvevők érintettsége az élelmiszerek vonatkozásában az egészségügyi kapcsolódások, kockázatok, várakozások mentén ölt leginkább testet, mutatkozik meg. Több csoportban „jó étel” elsőszámú jellemzőjeként került az egészséges jelző terítékre, egy helyütt az étellel kapcsolatos negatív változásokat értékelve, többek által hangsúlyozvan az ételváltozások veszteség oldalán „az egészségünk” (egymást visszhangozva) szerepel.

A génmódosított élelmiszereket illetően konkrét egészségügyi kockázatokat is nevesítettek a résztvevők (allergizál, bélrendszeri elváltozásokat okozhat), e kockázatok bagatellizálásaként extrém következmények – „kinő a harmadik lábunk, a negyedik fejünk” – is említésre kerültek. A leggyakrabban mindazonáltal az emberi DNA-re vonatkozó potenciális hatásokat sorakoztattak („talán a mi génjeinket is stimulálja”, „a mi génjeink miképpen módosulnak?”, „hibát, torzulást okozhat az emberi fajnál is”, „ami engem aggaszt, az az örökítőanyag megváltozása. Ki tudja, hogy hányadik generációban fog ez kijönni?”) Egyetlen említéssel merült fel, hogy esetleg a visszafogottabb vegyszerhasználat egészségügyi szempontból elfogult lehet, és további egyetlen alkalommal hangzott el más pozitív egészségügyi hatás, ám negatív végkicsengéssel: „a betegségeket kiszűri, de továbbiakat generál”. Felmerült ugyanakkor, hogy „iszonyos mennyiséget, több mázsát kell megenni belőle ahhoz, hogy a szervezetben változásokat stimuláljanak”, habár mivel a „haszonállatok is génmódosított terményt esznek, valószínűsíthető a felhalmozódás” az emberi szervezetben. Ugyanebben a csoportban ezen immár technikai részletekbe menő latolgatást végül egy hétköznapi érveléssel zárta le az egyik résztvevő, mely szerint a génmódosított étel kockázat bizonyára „meg sem közelíti a pudingét”, merthogy annak a „színezéke mindent visz”.

Ez az idézet is alátámasztja, hogy e fogyasztók nem zéró kockázatot kívánnak meg. Ennek hiú ábrándját gyakorta tételezik a fogyasztókról iparági szereplők, kutatók. „Bizonyos dolgokat nem tudsz kikerülni” – fogalmazott egy résztvevő.

Ugyanakkor a résztvevők érvelésében a génmódosított élelmiszerekkel kapcsolatos egészségügyi kockázatok belesimulnak általában a nagyüzemi mezőgazdálkodás és az ételipar szolgáltatotta termékek egészségügyi kockázataiba. A fogyasztónak nincs rálátása, nincs ismerete a termények és a feldolgozott élelmiszerek előállítására vonatkozóan, amennyit érzékel belőle, az elsősorban külalak (nagyobb és egységes méretek) és az íz változás. Alapvető

feltételezés az, hogy ezek a termények és élelmiszerek műek, művi úton előállítottak, s nem tudható, hogy mi módon, milyen változtatások révén (technológia), milyen alap- és segédanyagok hozzáadásával.

Minthogy a mezőgazdasági biotechnológia, valamint általában a nagyüzemi mezőgazdálkodás és élelmiszertermelés nem válik élesen külön a fogyasztók észlelésében, az utóbbiak léte, pragmatikus legitimációja (a termékeiket fogyasztjuk) és kognitív legitimációja a biotechnológiára is rávetül. Noha a résztvevők a nem vásárlás, a GMO élelmiszerek elkerülése mellett tették le a saját voksukat – azaz többségükben éppen hogy delegitimáló véleményt fogalmaztak meg a legitimáció pragmatikus szintjén –, ám, kérdésre, határoztak meg olyan fogyasztói csoportokat, akik számára a GM élelmiszer vonzó, vagy legalábbis fogyasztható, -andó lehet (például éhínséggel sújtott területeken, speciális egészségügyi helyzetben). Valamennyi csoportban elhangzott, hogy bizonyára máris fogyasztjuk a génmódosított terményeket, még ha nem is tudunk róluk, és az is megfogalmazódott, hogy a megjelenésük és termesztésük egy olyan folyamat, amit „már nem állíthatunk le”, amibe „nincs beleszólásunk”. Ha azt kérdezzük, tehát, hogy mennyiben érzik magukat e kérdésben egyénileg cselekvőképesnek, a döntéseket befolyásolni képesnek a résztvevők, akkor azt láthatjuk, hogy álláspontjuk fatalista: az élelmiszeripar tendenciáinak sodrásában küszködik a fogyasztó. Egyéni „partizán” avagy „menekülési stratégiákkal” próbálhat ismert, megbízható forrásból termékekhez jutni (szedd maga akció, tejárus), de ezek aránya fogyasztásában marginális. A fogyasztó tehát vásárolja az iparosított mezőgazdálkodás és élelmiszertermelés produktumait, s mivel a géntechnológiát, illetve annak kockázatait az élelmiszertermelés trendjeinek részeként észleli, amelynek megváltoztatására nem lát esélyt, ezáltal a géntechnológiának máris kognitív legitimációt is kölcsönöz, az mintegy megteremtődött.

Bár e logikai fejtegetés impozánsnak tűnhet fel, nem hagyhatjuk figyelmen kívül a szabályozással kapcsolatos fogyasztói fejtegetéseket, ezen belül is a moratórium üdvözlését és minél további fenntartásának vágyát, valamint a címkézés szükségességét hangsúlyozó állításokat – mindkettőt a génmódosított termények és termékek elkerülésének érdekében.

Bizalom-Intézményrendszer. A résztvevők bizalmatlanságuknak adtak hangot a szervezeti mezőnek valamennyi, a beszélgetésekben felmerült tagjaival kapcsolatosan. A fókuszcsoportok során a résztvevőket a hazai „GMO-ügy”

meghatározó szereplői (hatóság, vállalat, kutató, civil szervezet) nyilatkozatainak értékelésére kértük úgy, hogy a válaszadók nem tudták, kitől származik az adott megnyilatkozás. Ezek alapján a résztvevők értékelése szerint hiteles a Földművelési és Vidékfejlesztési Minisztérium, s ugyanígy hiteles forrásnak – egy lehetséges védelmi vonalnak – sorolják a Greenpeace-t, míg kifejezetten hiteltelennek ítélték a Syngenta és a Monsanto illetékeseinek mondatait, valamint részrehajlónak, egyértelműen GMO-érdekelt nyilatkozónak tartották az idézett növénygenetikai kutatót.

Elsődleges problémaként – annak ellenére, hogy fogyasztóként az élelmiszervásárlásaikból, fogyasztásukból kiindulva kérdezték őket – „a természet rendjébe történő, kellően fel nem mért, emiatt kiismerhetetlen hatású beavatkozást” fogalmazták meg az egyik csoport résztvevői. Több párhuzamot vontak olyan fejlesztésekkel, innovációkkal, amelyek utóbb károsnak, végzetesnek bizonyultak (DDT, Contergan), azt is hangsúlyozva, hogy katasztrófák még úgyszólván előfordulnak, hogy a gyógyszeripari fejlesztéseknél rendkívül szigorú és körültekintő az eljárásrend. A gyógyszeripar adott termékeinél relatíve szűk az érintett fogyasztók köre, a GMO „rosszabb: mindenkit sújt”.

A fogyasztói kutatások arra is rámutatnak, hogy a személyes értékek is erős befolyást gyakorolhatnak a GM-termékek iránti attitűdre. Nevezetesen jellemző az az értékorientáció, amely a GM-növényeket és -élelmiszereket a természetbe történő nem kívánatos beavatkozásként értelmezi, a természet feletti kontroll megszerzésének hiú kísérletét látja. A fogyasztók, illetve a közvélemény egy részénél az elutasítás alapja ez az értékorientáció.

Mind a hazai, mind az európai fogyasztók véleményének és attitűdjének kvalitatív vizsgálataiból az derül ki, hogy a GM-termékek bevezetése mögött – a GMO-támogatók érvei ellenére – egyértelműen az üzleti érdekeket feltételezik, s nem látják a szélesebb értelemben vett társadalmi hasznokat. Külön kiemelésre érdemes, hogy a kvalitatív vizsgálatok arra is rámutatnak, hogy a fogyasztók nem pusztán a saját vagy mások gazdasági haszna alapján értékelik a GM-termékeket, hanem közösségi/társadalmi hasznokat is keresnek, s ennek hiányában erősödik elutasító hozzáállásuk. Szemben a biotechnológia egészségügyi alkalmazásaival (amit szintén nem érzékelnek veszélytelennek), az agrár-biotechnológia „vívmányait” egyértelműen a magánhaszon kategóriájához kötik, és hiányolják a társadalmi hasznosságot.

8. Legitimációs tanulságok

Az empirikus kutatás három pillére révén kiterjedt adatgyűjtést végeztem. Az eltérő adatgyűjtési módszerek és célpontok izgalmasan gazdagították a kutatást. A fókuszcsoportos beszélgetések szervezése, kipróbálása, az írásos dokumentumok elemzése megragadhatóbbnak bizonyult, ezek újdonsága a kutatás kifejezetten érdekes vonulatát eredményezte. A 43 interjú masszív alapanyagot jelentett, ugyanakkor a változatos érintettcsoportokkal folytatott beszélgetéseknél kevésbé sikerült elrugaszkodni az aktuális események, szakpolitikai, médiabeli fordulatok megvitatásától. E fejezetben három kérdéskörre kívánok kitérni. Egyrészt reflektálni a Suchmani-i legitimitás tipológiára. Másrészt az érintetti interjúk és kutatói viták alapján kirajzolódott argumentációs stratégiákat veszem elő újra annak érdekében, hogy a diszkurzív stratégiák és a legitimitás tipológia erőterében helyezzem el azokat. Harmadrészt a valamennyi kutatási pillérnél hangsúlyos téma, a tudományos tudás és laikus tudás kérdéskörét veszem elő újra, a GMO-król szóló döntéshozatal, valamint általában a technológia demokratizálódásának irányát felvetve.

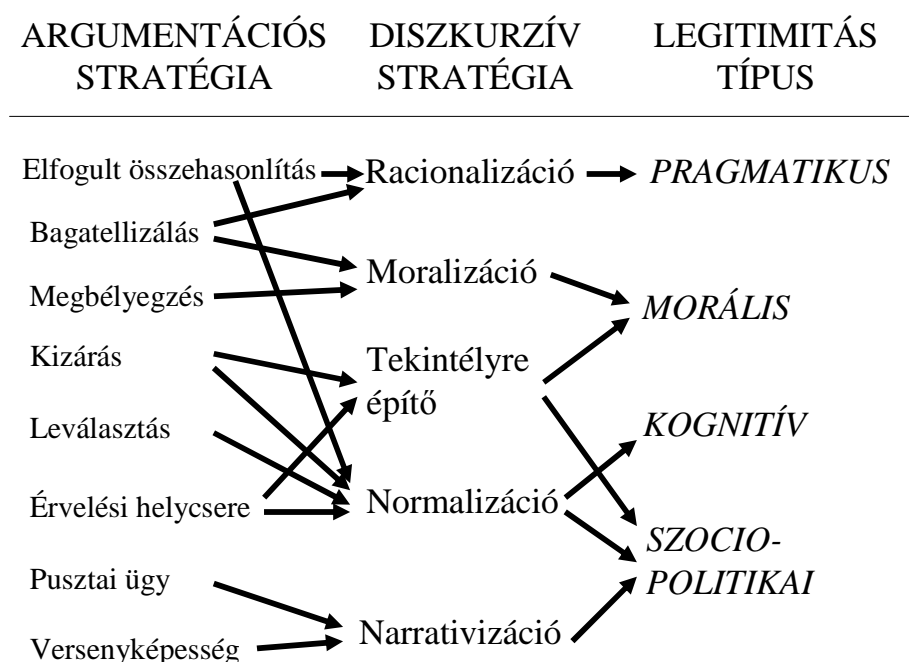
Legitimitás típusok. Az agrárbiotechnológia szervezeti mezőjét a 3. fejezetben vázoltam, a legitimitás formálásában aktív érintettek jellemzőiről, tevékenységéről és érvrendszeréről az 5-6. fejezetben számoltam be. Magyarországon tilos az Európai Unióban engedélyezett génmódosított vetőmagok importja, kereskedelmi forgalomba hozatala, szabadföldi vetése. Az aktusok szintjén a termék pragmatikus legitimitásáról ily módon nem beszélhetünk, annak a jogszabályi tiltás elejét veszi. Nem így az argumentációk szintjén: a pragmatikus legitimitás megteremtésére – a termék alkalmazásából nyerhető környezeti, gazdasági, versenyképességi előnyökre – irányul az érvek egy bizonyos csoportja. Suchman legitimitás tipológiájának másik két fő eleme ugyancsak alkalmasnak bizonyult a folyamatok és érvek megragadására, azonosítására. A kutatás eredményeképpen a szocio-politikai legitimitásra térek vissza. Megjegyzendő, hogy Suchmannak [1995] a dolgozat elején idézett legitimitás definíciója kiemeli az adott kontextus, abba ágyazottan látja értelmezhetőnek e fogalmat. Kiváltképp az intézményi és a diszkurzív megközelítések mintegy nevesítik is e dimenzió fontosságát, s magam is az empirikus kutatás módszertanát vázoló ábrán a négy legitimitás aspektust helyeztem egymás mellé. Az empirikus kutatás ugyanakkor rávilágított, hogy itt ne egy újabb legitimitás szintről van szó, hanem a legitimációs folyamatokat, s benne a többi három dimenziót átszövő, annak

keretet, értelmet, hátteret adó aspektusról, melynek híján a többi értelmezhetetlen. Az agrárbiotechnológia vonatkozásában akként ragadható meg ez, hogy az illető termék, technológia milyen termelési, agrár logikába, vízióba illeszkedik, s melyek azok, amelyeket a megteremtődésekor, a választások kizár, ellehetetlenít. A gén technológiára alapozott agrárium intenzív, iparosított mezőgazdaságot von logikailag maga után, egy a tudományt instrumentálisan kezelő, ennek az iránynak a továbbfejlesztését kiváltó és ösztönző víziót a több létező, versengő potenciális irány közül.

Diszkurzív és argumentációs stratégiák. A kutatás során azonosított argumentációs stratégiák az agrárbiotechnológiát övező kutatói médiavitákban mindkét oldal, az agrárbiotechnológiát támogató és az azt kritikusan szemlélő érvelők egyaránt alkalmazzák. Az elemzett viták során legerőteljesebben a megkérdőjelezés és kizárás argumentációs stratégiáit használják a felek. E két, sokszor egymásra épülő stratégia negatív, néhol lekezelő hangvételt kölcsönöz a cikkek jelentős részének. Az elemzett cikkek témáiban és érvrendszerében szintén sokszor (főként a gyógyszeripari és mezőgazdasági biotechnológia körüli érvelésben) fonódtak össze az elfogult összehasonlítás és a leválasztás stratégiái. Mindezen túl bagatellizálás, valamint érvelési helycsere volt a vitákban tetten érhető.

Ahogy az itt következő 7. ábrában, a szövegelemzésben is rámutattam két narratívára, amelyek a vitában legitimációs erőforrással szolgáltak. Mindkét fél létező narratívákat is használ és formál legitimitásszerzési (vagy megfosztási) igényei szerint: ez a narrativizáció diszkurzív stratégiája [Vaara et al, 2006]. Az elemzett két történetben (Pusztai-ügy és versenyképesség-narratíva) tulajdonképpen mítoszokhoz nyúl és mítoszokat gyárt: a jó tudós és a jó tudomány mítoszáit, valamint korunk egy fő gazdasági mítoszáit, a versenyképességét. (Ezért is nevezi van Leeuwen és Wodak [1999] az ilyen nyelvhasználati stratégiát mitopoézisnek, azaz mítosz teremtésnek.) E mítoszok megkönnyítik, hogy megértsük, illetve értelmet adjunk a vita tárgyának, ám egyúttal tükrözik (és konstituálják) az adott társadalmi-politikai (diszkurzív) rendet is, amelyben megszülettek. Ebben az értelemben a legitimáció diszkurzív stratégiái az uralkodó hatalmi viszonyokhoz kapcsolódnak – így jutunk el a mikro-szintű szövegektől a makro-szintű struktúrákig.

7. ábra A stratégiák és a legitimitás-típológia kapcsolata



Forrás: Vaara et al. [2006], Suchman [1995] és Oliver [1991] nyomán saját szerkesztés

A narrativizációs diszkurzív stratégiája az uralkodó társadalmi-politikai logikához és rendhez keresi az illeszkedést a legitimitás szerzése érdekében: a narratívák a domináns rend szülöttei és megerősítői. A „Pusztai-ügy” a tudomány, a tudás hatalmáról, a versenyképesség-narratíva a piacgazdaság rendjéről szól. Mindkettő nagyon is „modern” diskurzus. Ugyanakkor „renegát” elemek is felsejlenek mindkettőben, azaz részben a domináns rend ellen is mozgósíthatóak. A „Pusztai-ügyben” megkérdőjeleződik a tudomány mai szervezeti rendjének semlegessége: az anyagi éhség „parancsol” ma a tudománynak, s hihetünk még a tudomány függetlenségében?! A versenyképesség-narratívában a piacgazdaság uralkodó rendje nagyon halványan, de érintődik akkor, amikor „munkaigényes” és „a tájat megóvó” agráriumról vizionál (versenyképesség címen) az egyik vitapartner. Ezek ugyanis nem a mai piaci rend logikája által realizálhatóak, attól eltérő logikát képviselnek.

A CDA megközelítésben mikro-szintű szövegek elemzése (az itt feltárt diszkurzív csata) így kapcsolódik a makro-szintű társadalmi-gazdasági rendhez (a szocio-politikai hatalmi háborúhoz). Általánosabb tanulásként megfogalmazhatjuk azt is, hogy a technológiák körüli viták (beleértve a tudományos vitákat) az uralkodó társadalmi-politikai rend etikai és politikai aspektusait is felvetik. Ebben az

értelemben pedig sohasem lehetnek etikailag és politikailag semleges tudományos kérdések. A mikro-szintű szövegekben folyó diszkurzív pengeváltások nem függetleníthetők a makro-szinten zajló hatalmi csatáktól.

Részvétel. Ahogy azt az 5-7. fejezetek mindegyikében láthattuk, a tudás kérdésköre valamennyi vizsgált érintetti körben jelentős témát képvisel. Az interjúk során a szakpolitikák formálói, a minisztériumi illetékesek tudásának, kompetenciáinak kétségbe vonása, a civilek – környezet- és fogyasztóvédők – ismereteinek felszínessége, valamint az rajzolódott ki a legerőteljesebben, hogy a kutatók tudása, eredményei hogyan függenek össze a kutatói függetlenséggel.

A tudományos tudás vitájáról adott tájékoztatást a kutatói médiaviták elemzése. Ahogy azt a kizárás argumentációs stratégiájánál láthattuk a kutatókat – a genetikai módosításról, illetve annak jelenlegi eredményeiről alkotott véleményközlésük alapján a tudományosság szemszögéből elfogadható és nem elfogadható kategóriákba sorolják egymást. Azaz nem csupán a laikusok, szakpolitikások, a civilek kerülnek az érzelm-tudás dichotóm felosztásában a rációmentes érzelm végletbe, hanem végső soron a kutatók önnön magukat (a kutatói körön belül az ellenoldalt) is oda számúzik. Ezáltal mintegy megerősítik azt a fogyasztói (heurisztikus) tudást, hogy végső soron a tudósokat is a nem tudás jellemzi, de legalábbis olyan tudás hiánya, amely a fogyasztói döntéseket tartalmilag segítené. Következésképpen a fogyasztói tudás hiányát számon kérni méltánytalan.

Ugyanakkor a beható tudományos ismeretekkel valóban nem rendelkező fogyasztókat reflektált tudáshiány jellemzi, azaz tudják, hogy mit nem tudnak, s miről szeretnének információt kapni e fájó tudáshiány leküzdésére. Jellemzi továbbá a fogyasztókat egyfajta heurisztikus tudás is, amivel az immáron nagyon összetett élelmiszerekről és intézményrendszerről rendelkeznek.

A tudás(ok sokfélesége) tehát sokszorososan megkérdőjeleződik ebben a legitimációs vitafolyamatban. Tartalmukban, minőségükben, forrásokban, legitimitásukban egyaránt. A közelítésmód szinte kivétel nélkül a hiátusra fókuszál, arra, hogy kinek a tudása nem elegendő, illetve nem számít. Ennek ellenkezőjére – arra tehát, hogy milyen tudás és kinek a tudása számít(hatna) – csak rendkívül marginalizált módon vonatkozik érvelés, kérdésfelvetés. Ahogy a 6. fejezetben fogalmaztam, a kutatók körében megnyitható lenne ez a tudományfilozófiai reflexió: mi a tudomány, ki a tudós, kinek a tudása számít? A biotechnológiáról folytatott tudományos vita résztvevői nem teszik föl ezeket a kérdéseket. Láttuk, hogy a

résztevő szakértők vitatják a „tényeket”, miként vallott értékeik legalábbis részben eltérnek. Ugyan a vitázó felek alig-alig érintik, de tagadhatatlanul ott van a kockázatok mellett, azokon túl a bizonytalanság helyzete: a lehetséges veszélyek, a működő mechanizmusok sem világosak, nem ismertek. Vitájukból sürgető társadalmi és szakpolitikai döntési helyzetek sejlenek fel (pusztuló természeti sokféleség, éghajlatváltozás, társadalmi feszültségek, népességrobbanás stb.). Mindez a leírás a poszt-normál tudomány helyzetének felel meg (lásd Funtowitz és Ravetz [1993]). A biotechnológia mezőgazdasági alkalmazásáról folyó tudományos vita azzal a tanulssal is szolgál, hogy a pozitivista tudományfelfogás, sőt a normáltudomány Kuhn-i elemzése [Kuhn, 2002] kevésbé segít e szituáció értelmezésében, illetve a konstruktív továbblépésben. A poszt-normál tudomány filozófiai koncepciója talán hasznosabbnak bizonyulna minderre.

A poszt-normál tudományfilozófia túlmutat a szűk tudományos közege – lévén sokféle érték és érintett, a nagyfokú bizonytalanság, a komplexitás és széleskörű hatások – az ún. *extended peer community* keretében képzei el az adott terület kutatását és végső soron a rá vonatkozó döntéshozatalt, röviden részvételt, érintetti bevonást feltételez.

Jóllehet az engedélyezés és szabályozás alkotás során tapasztalt társadalmi egyeztetést a kutatásban megkérdezett érintettek pozitívan értékelték, a részvételi döntéshozatal eszköztára és logikája mindettől távol áll. Az érintettek bevonásának mércéjéül szolgáló részvételi létrát idézve [Arnstein, 1969] számos érintett csoport a részvétel hiányát mutató legalsó létrafokokig jut csak fel: manipuláció és terápia a részük. Ahogy a 7. fejezetben láttuk, Arnstein [1969] értelmezése szerint ez azt jelenti, hogy a döntéshozók az érintettek ismereteinek hiányát, illetve a döntéshozó szándékával nem egybeeső véleményét egyfajta mentális problémaként értelmezik, amelyet gyógyítani szükséges. Azaz – a deficit modellel összhangban – (utólagos) informálás révén szükséges megszünteti azt az információ- és tudáshiányt, amely vélelmezhetően az ellenállást és ódzkodást kiváltja. A részvételi létra logikája szerint azon feljebb – a részvétel hiányán és a színleges részvételen is túl – egészen a valódi, érdemleges részvételig, aktív szerepvállalásig, partnerségig szükséges fellépdelni.

Ehhez kapcsolódik e kutatás közpolitikai tanulsága. A részvételi döntéshozatali technikák révén lehetőség nyílik az átláthatóság biztosítására, az

érintetti vélemények, a különféle tudások komplexitásának a döntéshozatalba való becsatornázására.⁶⁶

Az utóbbi években mindazonáltal már az egyszerű fogyasztói kutatásokban is elmozdulás történik abban, hogy a fogyasztót nem pusztán vevőként, a termék felhasználójaként értelmezik, hanem egyéb érintettsége, állampolgári mivolta is képbe kerül, legalábbis elnevezésében. A hívószót illetően úgy érhető mindez tetten, hogy a *consumer* kifejezés mellett, illetve helyett a *public* vagy a *stakeholder* vált több írásban központi fogalommal (ez utóbbi esetében jelen fejezetben természetesen csupán a fogyasztó, illetve állampolgár mint stakeholder kutatások szerepelnek). Ugyanakkor a fogyasztó és a közvélemény sok helyett továbbra is szigorúan szétválasztva szerepel, máshol szinonimaként használatos [lásd pl. Costa-Font et al., 2008], vagy kombinálva (*consuming public*) [Moses, 1999]. Ezzel a megállapítással azt a kritikát kívánom felvezetni, hogy az itt feldolgozott kutatások túlnyomó részét (konkrétan és/vagy általánosságban) az a kritika illeti, hogy szűk ez az alapvetően fogyasztói (*consumerist*) fókusz. Hiányzik az állampolgároknak a fogyasztói létükön túlmenő, civil, politikai szempontú vizsgálata e témakörben, és ennél is túlmenően az, hogy az agrárbiotechnológia körüli vitákba ők is aktívan részt vehessenek (*civic conception of public discourse*). E kutatásoknak a kiindulópontja – épült tovább a kritikai megállapítás – a tudomány és a technológia politikailag semleges, instrumentalista modelljének feltételezése [Davison et al., 1997]. Létezik ugyanakkor a módszereknek egy másik csoportja, amely politikai keretbe helyezi e kérdést és szereplőit, ugyanakkor nem (csupán) vizsgálódni kíván, hanem legalábbis döntés-előkészítő, alkalmasint döntéshozatali eszközként kerül alkalmazásra. A 17. táblázatban e két – azaz a fogyasztói és az állampolgári vizsgálódási – irányt vetem össze.

Az elsősorban Dániában és Nagy-Britanniában népszerű részvételi technikák biotechnológia vonatkozású alkalmazására bőségesen találunk példát ezekről lásd a 9. mellékletet. A részvételi eszközöket többek között Levidow [2007] elemzi, aki egyebek mellett rámutat, hogy a laikus és szakértői tudás mibenlétére és határvonalaira valamennyi vizsgált európai részvételi biotechnológia értékelési

⁶⁶ Az érintetti bevonás és részvételi döntéshozatal egyéb előnyeit lásd Bela et al [2004]; Pataki és Matolay [2010].

folyamat reflektált. Éspedig oly módon, hogy a fogyasztók és állampolgárok szerepét is szakértőként, laikus szakértőként értelmezte.⁶⁷

17. táblázat Fogyasztói kutatások és részvételi technikák

A résztvevőkre úgy tekintenek, mint	Fogyasztókra, vásárlókra, végső felhasználókra <i>gazdasági szereplőkre</i>	Állampolgárookra, a közösség tagjaira <i>politikai szereplőkre</i>
Alapvető céljuk	A fogyasztói vélemények, attitűdök, a fogyasztói választás tényezőinek feltárása	Döntés-előkészítés, szakpolitikák előkészítése
Alkalmazott módszerek	Standard piackutatás: kvantitatív és kvalitatív módszerek, mint kérdőíves felmérés, fókuszcsoportos beszélgetés	Részvételi technikák: állampolgári tanács, konszenzus konferencia, konstruktív technológia értékelés, vitázó közvéleménykutatás
Jellemző példái	Eurobarometer (EU, Európai Bizottság, 1991-2005) Consumerchoice (EU, Európai Bizottság, 2006, 2007)	Konszenzus konf. GM élelmiszerre (DK, Teknologiradet, 1999) Állampolgári tanácsok GM növényekre (UK, GM Nation, 2002)

Forrás: Saját szerkesztés

A laikusok bölcsességének és tudásának, a helyi tudásnak a szükségességét Wynne az immár klasszikus példáján (cumbriai juhászok esete a csernobili céziummal [1996]) túl biotechnológiai esettel is illusztrálja. Teszi ezt a brit kormány egyik tudományos tanácsadójának – egy kutatónak – a brit agrárbiotechnológiai bizottság előtti meghallgatásából idézett párbeszéddel Wynne [2002]. Arra a kérdésre, hogy vajon ésszerű-e, hogy a GM növényeket illetően az embereknek aggódnak az 'ismeretlen ismeretlenek' miatt, a kutató azt válaszolta, hogy ha a kérdező nem pontosítja mely ismeretlenekről van szó, akkor nem tud választ adni a kérdésre. S amikor a kérdező erre azt firtatta, hogy ebbe az esetben nem kellene a kutatónak a minisztereknek adott tanácsainál jelezni, létezhetnek olyan egészségügyi 'ismeretlen ismeretlenek', amelyeket a kutató vizsgál, céloz, kezel, a válasz a következőképpen hangzott. 'Nem, kutatóként konkrétaknak kell lennünk. Nem végezetjük a munkánkat valami lázas elme képzelődései alapján...' [p. 469]. Wynne a redukcionista tudomány önreflexió nélküli működését ostromozza, s ezzel azt, hogy

⁶⁷ Levidow [2007] elemzése a végbement részvételi folyamatok hátulütőire is rávilágít. Arra például, hogy valódi elszámoltathatóságot, a folyamatok átláthatóságát ezek az eszközök is csak oly módon biztosíthatják, ha – egyéb, itt most nem tárgyalt tényezők mellett – azokat ténylegesen a technológia demokratizálása céljával alkalmazzák (erről lásd például Stirling [2005]). A megvalósult folyamatok ehelyett vegyes – néhol ellentmondásos – célt tűztek ki, és jóval inkább a deficit modell

rákérdezés nélkül a tudomány is a főáramú sémát követi, ugyanabba a kontextusba, egyazon szocio-politikai sémába simul be, figyelmen kívül hagyva az adott tématerületnek a poszt-normál helyzetet teremtő jellemzői.

Összességében disszertációmban azt vizsgáltam, hogy a magyarországi agrárbiotechnológiai szervezeti mező tagjai milyen legitimációs és delegitimációs stratégiákat alkalmaznak a génmódosított növények vonatkozásában.

Mindenekelőtt a szervezetelméleti megközelítések legitimitás értelmezéseit tekintetem át és foglaltam rendszerbe. A stratégiai, a szociológiai intézményi és a diszkurzív megközelítéseknek egyazon legitimitás tipológia mentén való feldolgozását végeztem el, melynek eredményeként a pragmatikus, a morális és a kognitív legitimitást a szocio-politikai legitimitásba ágyazva, annak mintegy a kontextusában helyezem el.

Feldolgoztam a biotechnológiai közösség utóbbi években lezajlott integrációs és koncentrációs folyamatait, valamint a szövetségi kapcsolatait, kiemelve azoknak a legitimitás megteremtésére irányuló vonatkozásait.

Disszertációmban építettem a releváns hazai és nemzetközi empirikus kutatásokra, kiváltképp részletesen, teljes körűsége törekedve vizsgálom a génmódosított növények és élelmiszerek fogyasztói megítélésének vizsgálatait.

Az empirikus kutatásomnak félig strukturált interjúkra, kutatói médiaviták elemzésére és fogyasztói fókuszcsoportos beszélgetésekre épülő pillérei a következő fő eredményekre vezettek:

A mezőgazdasági biotechnológia által érintett, Magyarországon működő multinacionális vetőmag- és növényvédőszer gyártó vállalatok legitimációs stratégiái nem egységesek, jóllehet közös jellemzőjük a növénygenetikai kutatók révén remélt – legitimációs túlcsoportulásként megfogalmazható – legitimitásteremtés. A szakirodalomban feltárt legitimációs stratégiák alkalmazásában kombinációt mutatnak: egyszerre vannak jelen a komformitás, a kompromisszum, az elkerülés, a szembeszállás és irányítás stratégiáinak taktikai elemei.

A legitimációs érvek egyik központi témája a tudományos és laikus tudás, kérdésköre. A hazai legitimációs folyamatokban – jóllehet a GMO-k mezőgazdasági jelenlétét alapvetően meghatározó jogszabályok előkészítésében számos érintettcsoport képviseltette magát – részvételi döntéshozatalról nem beszélhetünk.

hagyományaira épülő informálásnak-nevelésnek, a fogyasztói hozzáállás felmérésének, a szélsőségesnek ítélt vélemények ellensúlyozásának stb. szándéka hagyott rajtuk nyomot.

Bibliográfia

- Adams, M. [2012]: Russia bans all GM corn imports. NaturalNews.com. September 26.
URL: http://www.naturalnews.com/037328_russia_gmo_monsanto.html. Letöltés dátuma: 2012. november 17.
- AKI – Agrárgazdasági Kutató Intézet [2005]: *A géntechnológiával módosított szervezetek magyarországi felhasználásának várható gazdasági hatásai (2006-2008). A GM kukorica, repce és cukorrépa várható elterjedése*. Budapest.
- Aldrich, H. és Fiol, M.C. [1994]: Fools rush in? The institutional context of industry creation. *Academy of Management Review*. 19(4):645-670.
- Anon, [1997]: Monsanto strategy. *The Guardian*. September 17.
- Anon. [2000a]: Agriculture and technology: growing pains. *The Economist*. Március 25. 63-67.
- Anon. [2000b]: Dry season. *The Economist*. November. 4. 69-71.
- Anderson, P. és Tusman, M. [1990]: Technological discontinuities and dominant designs: a cyclical model of technological change. *Administrative Science Quarterly*. 35:604-633
- Antaki, C., Billig, M., Edwards, D. és Potter, J. [2003]: Discourse analysis means doing analysis: a critique of six analytic shortcomings. *Discourse Analysis Online*. 1(1) Url: <http://extra.shu.ac.uk/daol/articles/open/2002/002/antaki2002002-paper.html>. Letöltés dátuma: 2010. augusztus 4.
- Arndt, M. és Bigelow, B. [2000]: Presenting structural innovation in an institutional environment: hospitals' use of impression management. *Administrative Science Quarterly*. 45:494-522.
- Arnstein, S. [1969]: A ladder of citizen participation. *Journal of the American Institute of Planners*. 35(4):216-224.
- Ashforth, B.E. és Gibbs, B.W. [1990]: The double-edge of organizational legitimation. *Organization Science*. 1(2):177-194.
- Astley, G.W. [1984]: Toward an appreciation of collective strategy. *Academy of Management Review*. 9(3):526-535.
- Astley, G.W. és Fombrun, C.J. [1993]: Collective strategy: social ecology of organizational environments. *Academy of Management Review*. 8(4):576-587.
- Augoustinos, M., Crabb, S. és Sheppard, R. [2010]: Genetically modified food in the news: media representation of the gm debate in the UK. *Public Understanding of Science*. 19(1):98-114
- Baarda, J.R. [2000]: A transgenic theory of the firm. in: Lesser, W.H. (ed.): *Transitions in Agbiotech: Economics of Strategy and Policy*. Food Marketing Policy Center, Department of Agricultural and Resource Economics, University of Connecticut and Department of Resource Economics, University of Massachusetts, Amherst. 228-256.
- Bakan, J. [2004]: *The Corporation. The Pathological Pursuit of Profit and Power*. Free press. New York NY
- Balázs Ervin és Fehér Attila [1998]: Tudományos műhelyek. In: Glatz Ferenc (szerk.): *Biotechnológia: Lépestartás Európával*. Magyar Tudományos Akadémia. Budapest. 48-52.

- Barbour, R. [2001]: Checklists for Improving Rigour in Qualitative Research: A Case of the Tail Wagging the Dog? *British Medical Journal*. 32:1115-1117
- Barbour, R. [2007]: *Doing Focus Groups*. Sage Publications. London.
- Barley, S.R., Freeman, J és Hybels, R.C. [1992]: Strategic alliances in commercial biotechnology. Chapter 12. In Nohria, N. és Eccles, R. (szerk.) *Networks & Organisations*. Harvard Business School Press. Cambridge. Mass. 311-347.
- Baron, D.P. [1995a]: Integrated strategy: market and nonmarket components. *California Management Review*, 37(2):47-65.
- Baron, D.P. [1995b]: Integrated market and nonmarket strategies in client and interest group politics. *Business and Politics*, 1(1):7-34.
- Bauer, M.W., Kohring, M., Allansdottir, A. és Gutteling, J. [2001]: The Dramatization of Biotechnology in Elite Mass Media. In: Gaskell, G. és Bauer, M.W. (szerk.): *Biotechnology 1996-200, The Years of Controversy*. Science Museum, London. 35-52
- Baum, J.A. [1996]: Organizational ecology. In: Clegg, C., Hardy, P. és Nord, W. (szerk.) *Handbook of Organization Studies*. Sage. London. 77-113.
- Baum, J.A. és Oliver, C. [1991]: Institutional linkages and organizational mortality. *Administrative Science Quarterly*. 36:187-218.
- Baum, J.A. és Oliver, C. [1992]: Institutional embeddedness and the dynamics of organizational populations. *American Sociological Review*. 57:540-559.
- Baum, J.A., Calabrese, T. és Silverman, B.S. [2000]: Don't go it alone: alliance, network composition and start-ups' performance in Canadian biotechnology. *Strategic Management Journal*. 21:267-294.
- Bandura, A. [1991]: Social cognitive theory of thought and action. In: Kurtines, W. M. és Gewirtz, J. L. (szerk.): *Handbook of Moral Behaviour and Development. Vol. I: Theory*. Laurence Erlbaum Associates. Hillsdale, NJ. 45-103.
- Bayer József [1997]: *A politikai legitimitás. Elméletek és viták a legitimitásról és a legitimációs válságról*. Napvilág Kiadó – Scientia Humana. Budapest.
- Bánáti Diána [2005]: A GMO fogyasztói megítélése az EU-ban és Magyarországon, Genetikailag módosított növények a takarmány- és élelmiszerláncban, Konferencia előadás, december 7., Budapest
- Bánáti Diána [2007]: A genetikailag módosított élelmiszerek megítélése Magyarországon és az Európai Unióban. *Magyar Tudomány*, Április. URL: www.matud.iif.hu/07apr/06.html. Letöltés dátuma: 2009. november. 2.
- Bánáti Diána [2008]: Fear of Food in Europe? Fear of Foods in Europe through Hungarian Experience. *Trends in Food Science & Technology*, 19:441-444.
- Bánáti Diána és Lakner Zoltán [2003]: Modern Biotechnology and the Hungarian Consumers. *Acta Alimentaria*. 32:5-23.
- Bánáti Diána, Popp József és Potori Norbert [2007]: A GM növények egyes szabályozási és közgazdasági kérdései. *Agrárgazdasági tanulmányok*. Agrárgazdasági Kutató Intézet. Budapest. 3. szám.
- Bánáti Diána, Szabó Erzsébet és Lakner Zoltán [2007]: A GM termékek előállításával és forgalmazásával kapcsolato stratégi az élelmiszerláncban. In: Bánáti Diána és Gelencsér

- Éva (szerk.): *Genetikailag módosított növények az élelmiszerláncban*. Központi Élelmiszer-tudományi Kutatóintézet. Budapest. 144-155.
- Bánáti Diána és Vértés Csabáné [2007]: A genetikailag módosított élelmiszerek szabályozása az EU-ban és Magyarországon. *Genetikailag módosított növények az élelmiszerláncban*. Központi Élelmiszer-tudományi Kutatóintézet. Budapest. 37-52.
- Beelitz, A. és Merkl-Davies, D.M. [2012]: Using discourse to restore organizational legitimacy: 'CEO-speak' after an incident in a German nuclear power plant. *Journal of Business Ethics*. 108(1):101-120.
- Bela Györgyi, Kelemen Ágnes és Pataki György [2004]: Társadalmi részvétel a környezetvédelmi döntéshozatalban. In: Kerekes Sándor (szerk.): *Környezetpolitikánk európai dimenziói*. MTA. Budapest. 65-71.
- Berger, P.L. és Luckman, T. [1998]: *A valóság társadalmi felépítése*. Tudászociológiai értekezés. József Kádár Kiadó. Budapest.
- Bijman, J. [2001a]: Life science companies: can they combine seeds, agrochemicals and pharmaceuticals? *Biotechnology and Development Monitor*. 40:14-19.
- BIO – Biotechnology Industry Organization [2000]: What is biotechnology? URL: <http://www.bio.org>. Letöltés dátuma: 2004. április 8.
- Boda, Zs [2009]: Legitimációs és bizalmi deficit a magyar politikai rendszerben. In: Bayer József és Boda, Zsolt. (szerk.) *A rendszerváltás húsz éve*. MTA Politikai Tudományok Intézete, L'Harmattan Kiadó, Budapest. 301-317.
- Boda Zsolt és Pataki György [1998]: Szabadkereskedelelem és a természeti környezet. *Working Paper*. Vállalatgazdaságtan tanszék. Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem. Budapest. 1.
- Boda Zsolt – Radácsi László (szerk.) [1997]: *Vállalati etika*. BKE. Vezetőképző Intézet. Budapest.
- Bohus Anita [2006]: A GMO-lobbi prése alatt hazánk. *Magyar Nemzet*. Május 24. 10.
- Bonfadelli, H., Dahinden, U. és Leonarz, M. [2002]: Biotechnology in Switzerland: high on the public agenda, but only moderate support. *Public Understanding of Science*. 11:113-130.
- Borgatti, S. [2012]: Introduction to grounded theory. URL: <http://www.analytitech.com>. Letöltés dátuma: 2012. január 20.
- Brennan, M.F., Pray, C.E. és Courtmanche, A. [2000]: Impact of industry concentration on innovation in the U.S. plant biotech industry, In: Lesser, W.H. (szerk.) *Transitions in Agbiotech: Economics of Strategy and Policy*. Food Marketing Policy Center. University of Connecticut. 151-174.
- Bresser, R.K. és Harl, J.E. [1986]: Collective strategy: vice or virtue. *Academy of management Review*. 11(2):408-427.
- Buhr, N. [1998]: Environmental performance, legislation and annual report disclosure: the case of acid rain and Falconbridge. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(2):163-189.
- Campbell, D., Craven, B. és Shrivies, P. [2002]: Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4):558-581.

- Castelló, I. és Lozano, J.M. [2011]: Searching for new forms of legitimacy through CR rhetoric. *Journal of Business Ethics*. 100: 11-29.
- Castro, P. és Gomes, I. [2005]: Genetically Modified Organisms in the Portuguese Press: thematization and anchoring. *Journal of the Theory of Social Behaviour*. 35(1):1-17.
- Cecil, M. [2004]: „Monotonous tale”: legitimacy, public relations, and the shooting of a public enemy. *Journal of Communication Inquiry*. 28(2):157-170.
- Charles, D. [2001]: Lords of the Harvest. Biotech, Big Money, And the Future of Food. Perseus Publishing.Cambridge.Mass.
- Charmaz, K. [2003]: Grounded Theory: Objectivist and Constructivist Methods. In: Denzin, N. K. és Lincoln, Y. S. (szerk.): *Strategies of Qualitative Inquiry*. Sage Publications. Thousand Oaks. 249-291.
- Chataway, J. és Tait, J. [2000]: *Monsanto monograph*. PITA Project: Policy Influences on Technology for Agriculture: Chemicals, Biotechnology and Seeds. Annex C11
- Chiesa, V. és Toletti, G. [2004]: Network of collaborations for innovation: the case of biotechnology. *Technology Analysis & Strategic Management*. 16(1):73-96.
- Chikán Attila [2002]: *Vállalatelméleti szemelvények*. Aula Kiadó. Budapest.
- Chikán Attila [2008]: *Vállalatgazdaságtan*. Alula Kiadó. Budapest.
- Clarke, J. és Gibson-Sweet, M. [1999]: The use of corporate social disclosures in the management of reputation and legitimacy: a cross sectoral analysis of UK top 100 companies. *Business Ethics: A European Review*. 8(1):5-13.
- Cook, G. Pieri, E. és Robbins, P.T. [2004]: ‘The scientists think and the public feels’: expert perceptions of the discourse of GM food. *Discourse and Society*. 15(4):433-449.
- Cook, T., Robbins, P.T. és Pieri, E. [2006]: „Words of Mass Destruction”: British Media Coverage of the Genetically Modified Food Debate, Expert and Non-Expert Reactions. *Public Understanding of Science*. 15(1):5-29.
- Costa-Font, M., Gil, J.M. és Traill, W.B. [2008]: Consumer Acceptance, Valuation of and Attitudes Towards Genetically Modified Food: Review and Implications For Food Policy. *Food Policy*. 33: 99-111.
- Crawley, C.E. [2007]: Localized debates of agricultural biotechnology in community newspapers – A quantitative content analysis of media frames and sources. *Science Communication*. 28(3):314-346
- Cunningham, S. [2004]: *Theoretical perspectives of corporate environmental disclosures in annual reports*. Mimeo. Central Queensland University. Australia
- Czakó Erzsébet [2007]: *Vállalati stratégia*. Alinea Kiadó. Budapest.
- Czepó Mihály [2005]: A gazdák rajonganak a biotechnológiáért. *Gyakorlati Agrofórum*. 16(10):15-16.
- Davison, A., Barns, I. és Schibeci, R. [1997]: Problematic publics: a critical review of surveys of public attitudes to biotechnology. *Science Technology Human Values*. 22(3): 317-348.
- Darvas Béla és Székács András [2010]: A géntechnológiai úton módosított növények megítélése az Európai Unió keleti határán. *Biokontroll*. 1(1) URL: [http://www.biokontroll.hu/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=848%](http://www.biokontroll.hu/cms/index.php?option=com_content&view=article&id=848%26amp;Itemid=26)

3Aa-gentechnologiai-uton-modositott-noevenyek-megitelese-az-europai-unio-keleti-hataran&catid=334%3Aszakcikk&Itemid=133&lang=hu. Letöltés dátuma: 2011. november 19.

- Deeds, D.L., Decarolis, D.M. és Coombs, J. [1999]: Dynamic capabilities and new product development in high technology ventures: an empirical analysis of new biotechnology firms. *Journal of Business Venturing*. 15(3):211-229.
- Deegan, C. és Gordon, B. [1996]: A study of environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business research*. 26(3):187-199.
- Deegan, C. és Rankin, M. [1997]: The materiality of environmental information to users of annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 10(4): 562-581.
- Deegan, C. [2002]: The legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 15(3): 282-311.
- Deegan, C., Rankin, M. és Tobin, J. [2002]: An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997. A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 15(3):312-343.
- Deephouse, D.L. [1996]: Does isomorphism legitimate? *Academy of Management Journal*. 39(4):1024-1039.
- Déjean, F., Gond, J-P. és Leca, B. [2004]: Measuring the unmeasured: an institutional entrepreneur strategy in an emerging industry. *Human Relations*. 57(6):741-764.
- DiMaggio, P.J. és Powell, W.W. [1983]: The iron cage revisited: institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociology Review*. 48:147-160.
- DiMaggio, P.J. és Powell, W.W. [1991]: *The New Institutionalism in Organizational Change*. University of Chicago Press. Chicago. IL.
- Donaldson, T. és Preston, L.E. [1995]: The stakeholder theory of the corporate concepts, evidence and implications. *Academy of Management Journal*. 20(1):65-91.
- Donaldson, T. és Dunfee, T.W. [1995]: Integrative social contracts theory. A communitarian conception of business ethics. *Economics and Philosophy*. 11:85-112.
- Dowling, G.R. [2004]: Corporate reputations: should you compete on yours? *California Management Review*. 46(3):19-36.
- Dowling, J. és Pfeffer, J. [1975]: Organizational legitimacy: social values and organizational behaviour. *Pacific Sociological Review*. 18(1):122-136.
- Dudits Dénes [1998]: A hazai növényi biotechnológiai kutatás rövid története. In: Glatz Ferenc (szerk.): *Biotechnológia: Lépestartás Európával*. Magyar Tudományos Akadémia. Budapest. 47-48.
- D&T Marketing [2000]: Kvalitatív felmérés. A GMO-val kapcsolatos ismeretek és attitűdök feltárása. Október. Budapest.
- D&T Marketing [2001]: Telefonos lakossági felmérés a génmódosítás és a génmódosított élelmiszerek megítéléséről. November. Budapest.
- Elms, H. és Phillips, R.A. [2009]: Private security companies and institutional legitimacy: corporate and stakeholder legitimacy. *Business Ethics Quarterly*. 19(3):403-432.

- Eriksson, P. és Kovalainen, A. [2008]: *Qualitative Methods in Business Research*. Sage Publications. London.
- ERS – Economic Research Service [2004a]: *Have Seed Industry Changes Affected Research Effort?* U.S. Department of Agriculture. URL: <http://www.ers.usda.gov/-AmberWaves/February04/Features/HaveSeed.htm>. Letöltés dátuma: 2004. április 7.
- ERS – Economic Research Service [2004b]: *Seed Industry Structure is Characterized by Growth and Consolidation*. U.S. Department of Agriculture. URL: <http://www.ers.usda.gov/publications/aib786/aib786g.pdf>. Letöltés dátuma: 2004. április 7.
- ERS – Economic Research Service [2008]: *What are pesticide use trends in the United States?* URL: <http://www.ers.usda.gov/Briefing/AgChemicals/Questions/pmqa4.htm>. Letöltés dátuma: 2010. április 16.
- Eichenwald, K., Kalota, G. és Petersen, M. [2001]: Biotechnology food: from the lab to a debacle. New York Times. January 25. URL: http://www.biotech_info.net/lab_debacle.html. Letöltés dátuma: 2003. november 2.
- Elkington, J. [1994]: Toward the sustainable corporation: win-win-win business strategies for sustainable development. *California Management Review*. 36(2):90-100.
- Elsbach, K.D. [1994]: Managing organizational legitimacy in the California cattle industry: the construction and effectiveness of verbal accounts. *Administrative Science Quarterly*. 39:57-88.
- Elsbach, K.D. és Sutton, R.I. [1992]: Acquiring organizational legitimacy through illegitimate actions: A marriage of institutional and impression management theories. *Academy of Management Journal*. 35(4):699-738.
- Enriquez, J. és Goldberg, R.A. [2001]: Az élettudományi forradalom üzleti hatásai. *Harvard Business Manager*. 2:57-65.
- European Commission [é.n.]: *GMOs in a nutshell*. URL: http://ec.europa.eu-food/biotechnology/qanda/a1_en.htm#a. Letöltés dátuma: 2012. november 17.
- ETC Group [2005]: Syngenta – The Genome Giant? *Communiqué*. URL: <http://www.etcgroup.org>. Letöltés dátuma: 2005. augusztus 7.
- ETC Group [2011]: *World's Top 10 Seed Companies*. URL: <http://www.etcgroup.org>. Letöltés dátuma: 2012. május 9.
- Falcon, W.P. és Fowler, C. [2002]: Carving up the commons – emergence of a new international regime for germplasm development and transfer. *Food Policy*. (27):197-222.
- Faragó Klára és Vári Anna [2005]: Kockázat. In: Zoltayné Paprika Zita (szerk.): *Döntésmélet*. Alinea Kiadó, Budapest. 447-483.
- Ferencz Zoltán, Hajdu Mariann és Vári Anna [2005]: Safe Food. Country Report of Hungary. European Union 6th Framework Program. Magyar Tudományos Akadémia Szociológiai Kutatóintézet.
- Fern, E.F. [2001]: *Advanced Focus Group Research*. Sage Publications. Thousand Oaks, California.
- Flick, U. [2007]: *Managing Quality in Qualitative Research*. Sage Publications. London.
- Fombrun, C. és Shanley, M. [1990]: What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*. 33(2):233-258.

- Fontana, A. és Frey, J.H. [2003]: The interview. From structured questions to negotiated text. In: Denzin, N.K. és Lincoln, Y.S. (szerk.): *Collecting and Interpreting Qualitative Materials*. Sage. Thousand Oaks. 61-106.
- Forrest, J.E. és Martin, M.J.C. [1992]: Strategic alliances between large and small research intensive organizations: experiences in the biotechnology industry. *R&D Management*. 22(1):41-53.
- Freeman, E.R. [1993]: Stakeholder-menedzsment. In: Czakó Erzsébet és Kocsis Károly (szerk.): *A vállalat és működése*. Aula Kiadó. Budapest. 81-94.
- Funtowicz, S.O. és Ravetz, J.R. [1993]: Science for the post-normal age. *Futures*. 25(7):739-755.
- Gambardella, A. [1995]: *Science and Innovation: The US Pharmaceutical Industry during the 1980s*. Cambridge University Press. Cambridge UK.
- Gaskell, G. [2000]: Individual and group interviewing. In: Bauer, M.W. és Gaskell, G. (szerk.): *Qualitative Researching with Text, Image and Sound*. Sage. Los Angeles. 38-56.
- Gaskell, G., Allum, N., Wagner, W., Kronberger, N., Torgersen, H., Hampel, J., Bardes, J. [2004]: GM foods and the misperception of risk perception. *Risk Analysis*. 24(1):185-194.
- Gaskell, G., Allansdottir, A., Allum, N., Corchero, C., Fischler, C., Hampel, J., Jackson, J., Kronberger, N., Mejlgard, N., Revuelt, G., Schreiner, C., Stares, S., Torgersen, H., és Wagner, W. [2006]: Europeans and Biotechnology in 2005: Patterns and Trends, Eurobarometer 64.3. A Report to the European Commission's Directorate-General for Research. May. URL: http://ec.europa.eu/research/biosociety/pdf/eb_64_3_final_report_second_edition_july_06.pdf. Letöltés dátuma: 2006. december 1.
- Gáspár Judit és Matolay Réka [2010]: Egyén, csoport, szervezet. In: Esse B., Gáspár J., Könczey K., Matolay R., Pataki Gy., Szántó R., Topcu K., Tóth F. Wimmer Á. és Zoltayné Paprika Z.: *Döntési technikák*. Harmadik, átdolgozott kiadás. Budapesti Corvinus Egyetem. Budapest. 8. fejezet, 209-237.
- Géring Zsuzsanna. [2005]: 3-6-12: Avagy összefoglaló művek a diskurzuselmélet területéről. *Szociológiai Szemle*. 2:130-142.
- Géring, Zsuzsanna [2008a]: Diszkurzív fordulat' a társadalomtudományokban. In: Némédi Dénes (szerk.): *Modern szociológiai paradigmák*. Napvilág Kiadó. Budapest. 387-406.
- Géring Zsuzsanna [2008b]: Ruth Wodak és a diskurzus-történeti iskola. In: Némédi Dénes (szerk.): *Modern szociológiai paradigmák*. Napvilág Kiadó. Budapest. 428-457.
- GfK Hungária [2002]: Lakossági ismeretek a biotechnológiáról. URL: www.gfk.hu. Letöltés dátuma: 2004. május 19.
- Giannakas, K. és Fulton, M. [2000]: *The Effects of Biotechnology on Concentration and Structure in the Agricultural Inputs Industry*. Cornhusker Economics
- Gillis, J. és Swardson, A. [1999]: Crop busters take on Monsanto backlash against biotech foods exacts a high price. *Washington Post*. October 27. URL: http://www.biotech-info.net/crop_busters.html. Letöltés dátuma: 2003. november. 2.
- Glazer, B.G. és Corbin, J. [1994]: Grounded theory methodology: An overview. In: Denzin, N.K. és Lincoln, Y.S. *Handbook of Qualitative Research*. Sage. London. 273-285.
- Glazer, B.G. és Strauss, A. [1967]: *The Discovery of Grounded Theory*. Aldine, Chicago.

- GMO-free Regions [é.n.]: *GMO-free regions by country*. URL: <http://www.gmo-free-regions.org>. Letöltés dátuma: 2012. november 17.
- Darvas Béla [é.n.]: A GMO-Kerekasztal résztvevői. URL: <http://www.bdarvas.hu/gmo/idn38>. Letöltés dátuma: 2011. november 17.
- Goffman, E. [1999]: *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Thalassa Alapítvány. Pólya Kiadó. Budapest.
- Golant, B.D. és Sillince, J.A.A. [2007]: The constitution of organizational legitimacy: a narrative perspective. *Organization Studies*. 28(8):1149-1167.
- Goodpaster, K.E. és Matthews, J.B. [1993]: Lehet-e a vállalatnak lelkiismerete? In: Czakó Erzsébet és Kocsis Károly (szerk.): *A vállalat és működése*. Aula Kiadó. Budapest. 49-60.
- Grant, L. [1997]: There's gold in going green. *Fortune*. April 17. 36-38.
- Granlund, M. [2002]: Changing legitimate discourse: a case study. *Scandinavian Journal of Management*. 18: 365-391.
- Guthrie, J. és Parker, L.D. [1989]: Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory. *Accounting and Business Research*. 19(76):343-357.
- Györi, Zsuzsanna [2011]: *CSR-on innen és túl*. Ph.D. disszertáció. Budapest Corvinus Egyetem. Gazdálkodástani Doktori Iskola. Budapest.
- Hannan, M.T. és Freeman, J.H. [1984]: Structural inertia and organizational change. *American Sociological Review*. 49:149-164.
- Hannan, M.T. és Freeman, J. [1988]: Density dependence in the growth of organizational populations. In: Carroll, G.R. (szerk.) *Ecological Models of Organizations*. Cambridge, MA. 7-31.
- Harper, K. [2004]: The Genius of a Nation versus Gene-tech of a Nation: Science, Identity and Genetically Modified Food in Hungary. *Science as Culture*. 13(4):471-492
- Hayenga, M.L., [1998]: Structural change in the biotech seed and chemical industrial complex. *AgBioForum*. 1(2):43-55.
- Heltai Erzsébet és Tarjáni József [2005]: A mélyinterjú készítése – és az elkövethető hibák forrásai. In: Letenyei László (szerk.): *Településkutatás*. Ráció. Budapest. 502-543.
- Heszky László [2012]: Transzgénikus (GM) fajták termesztésének helyzete Magyarországon. *Agrofórum*. Május. 82-86.
- Heyes, J.D. [2012]: GMO growing banned in San Juan County, Washington. NaturalNews.com. November 13. URL: http://www.naturalnews.com/037943_gmo_washington_banned.html. Letöltés dátuma: 2012. november 17.
- Henderson, A., Weaver, C.K. és Cheney, G. [2007]: Talking 'Facts': Identity and rationality in industry perspectives on genetic modification. *Discourse Studies*. 9(1):9-41.
- Hoffman, A.J. [1998]: *From Heresy to Dogma. An institutional History of Corporate Environmentalism*. The New Lexington Press. San Francisco. CA.
- Horlick-Jones, T.; Walls, J. és Kitzinger, J. [2007]: Bricolage in action: learning about, making sense of, and discussing, issues about genetically modified crops and food. *Health, Risk & Society*. 9(1):83-103.

- Human, S.E. és Provan, K.G. [2000]: Legitimacy building in the evolution of small firm multilateral networks: A comparative study of success and demise. *Administrative Science Quarterly*. 45(2):327-365.
- Hunt, M.S. [1972]: *Competition in the Major Home Appliance Industry, 1960–1970*. Harvard University, Cambridge, MA.
- INRA – International Research Associates [2000]: Eurobarometer 52.1: The Europeans and Biotechnology. Report by INRA(Europe)-ECOSA. EK DG10. Brüsszel
- IRT – Institute of Responsible Technology [2011]: *GM crops do not increase yield protection*. URL: <http://www.responsibletechnology.org>. Letöltés dátuma: 2012. november 17.
- Isaac, G.E. és Kerr, W.A. [2003]: Genetically modified organisms at the World Trade Organization: a harvest of trouble. *Journal of World Trade*. 36(7):1083-1095.
- James, C. [2012]: *Global adoption of biotech crops*. URL: <http://www.isaaa.org/kc/->
- Kalaitzandonakes, N. [1998]: Biotechnology and the restructuring of the agricultural supply chain. *AgBioForum*. 1(2):40-42.
- Kalaitzandonakes, N. és Hayenga, M. [2000]: Structural change in the biotechnology and seed industry complex: theory and evidence, In: Lesser, W.H. (szerk.): *Transitions in Agbiotech: Economics of Strategy and Policy*. Food Marketing Policy Center. University of Connecticut. 215-227.
- Kasza Gyula [2009]: *Kockázatkommunikáció az élelmiszerbiztonság területén*. Ph.D.. értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem. URL: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/449/1/kasza_gyula.pdf. Letöltés dátuma: 2011. augusztus 7.
- Kasza Gyula és Lakner Zoltán [2012]: Social trenches in the gm food battlefield: experiences of a survey series in Hungary. In: Robbins, P.T. és Huzair, F. (szerk.): *Exploring Central and Eastern Europe's Biotechnology Landscape*. The International Library of Ethics, Law and Technology. Springer Science & Business Media. (9):131-156
- Kemp, R., Schot, J. és Hoogma, R. [2004]: Technológiai rezsimváltások a fenntarthatóság irányába niche-képződések folyamatain keresztül: a stratégiai niche-menedzsment megközelítése. In: Pataki György és Takács-Sánta András (szerk) *Természet és gazdaság. Ökológiai közgazdaságtan szöveggyűjtemény*. Typotex Kiadó. Budapest. 360-392.
- Kieser, A. [1995]: *Szervezetelméletek*. Aula Kiadó. Budapest.
- Kindinger, P.E. [1998]: Biotechnology and the AgChem industry. *AgBioForum*. 1(2):74-75.
- King, J. L. [2000]: *Concentration and Technology in Agricultural Input Industries*. URL: <http://www.ers.usda.gov>. Letöltés dátuma: 2004. április 8.
- King, N. [1994]: The qualitative research interview. In: Cassel, C. és Symon, G. (szerk.) *Qualitative Methods in Organizational Research*. Sage. Thousand Oaks. 14-36.
- Kitzinger, J. [1995]: Qualitative Research: Introducing focus groups. *British Medical Journal*. 311:299-302.
- Klintman, M. [2002]: The genetically modified (GM) food labelling controversy: ideological and epistemic crossovers. *Social Studies of Science*. 32(1):71-91.
- Kohring, M. és Matthes, J. [2002]: The Face(t)s of Biotech in the Nineties: How the German Press Framed Modern Biotechnology. *Public Understanding of Science*. 11(2):143-154

- Kostova, T. és Zaheer, S. [1999]: Organizational legitimacy under conditions of complexity: the case of the multinational enterprise. *Academy of Management. The Academy of Management Review*. 24(1):64-81.
- Knodel, J. [1993]: The design and analysis of focus group studies – a practical approach. In: Morgan, D.L. (szerk.): *Successful Focus Groups – Advancing the State of the Art*. Sage Publications, Newbury Park, California. 35-50
- KSH – Központi Statisztikai Hivatal [2012]: A kukorica termelése. URL: http://www.ksh.hu/docs/hun/xstadat/xstadat_eves/i_omn013b.html. Letöltés dátuma: 2012. június 7.
- Kuhn, T.S. [2002]: *A tudományos forradalmak szerkezete*. Osiris Kiadó. Budapest.
- Kvale, S. [1996]: *InterViews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Sage. Thousand Oaks.
- Lakner Zoltán, Bánáti Diána és Szabó Erzsébet [2003a]: Új jelenségek a növényolajipari termékek piacán. A géntechnológia és a nemzetközi közvélemény. *Olaj, szappan, kozmetika*. 52(4):121-130.
- Lakner Zoltán, Bánáti Diána, Szabó Erzsébet és Kasza Gyula [2003b]: A magyar fogyasztó és az élelmiszerek biztonsága. *A hús*. 52(2):49-55.
- Lawrence, T.B., Wickins, D. és Phillips, N. [1997]: Managing legitimacy in ecotourism. *Tourism Management*. 18(5):307-316.
- Leitch, S. és Davenport, S. [2007]: Strategic ambiguity as a discourse practice: the role of keywords in the discourse on 'sustainable' biotechnology. *Discourse Studies*. 9(1):43-61.
- Letenyei László [2005]: Fókuszcsoporthozos interjú. in: Letenyei László (szerk.): *Településkutatás. A települési és térségi tervezés társadalomtudományos alapozása*. L'Harmattan – Ráció Kiadó. Budapest. 97-117.
- Lievens, F. [2005]: Organizational image/reputation. In: Rogelberg, S. és Reeve, C. (szerk.) *Encyclopedia of Industrial and Organizational Psychology*. Sage.
- Levidow, L. [2007]: European Public Participation as Risk Governance: Enhancing Democratic Accountability for Agbiotech Policy? *East Asian Science, Technology and Society: an International Journal*. 1:19-51.
- Loka Institute [2011]: Danish-style, citizen-based deliberative consensus conferences on science & technology policy worldwide. URL: <http://www.loka.org/TrackingConsensus.html>. Letöltés dátuma: 2012. január 9.
- Long, B.S. és Discroll, C. [2008]: Codes of ethics and the pursuit of organizational legitimacy: theoretical and empirical contribution. *Journal of Business Ethics*. 77(2):173-189.
- Lounsbury, M. és Glynn, M.A. [2001]: Cultural entrepreneurship: stories, legitimacy, and the acquisition of resources. *Strategic Management Journal*, 22:545-564.
- Maesele, P.A. és Schuurman, D. [2008]: Biotechnology and the Popular Press in Northern Belgium: A Case study of Hegemonic Media Discourses and the Interpretive Struggle. *Science Communication*. 29(4):435-471
- Mahon, J.F. [2002]: Corporate reputation. A research agenda using strategy and stakeholder literature. *Business & Society*. 41(4):415-445.

- Magyarország Alaptörvénye [2011]: URL: <http://www.kormany.hu/download/0/d9/-30000/Alaptörvény.pdf>. Letöltés dátuma: 2011. június 1.
- March, J.G. [1991]: Exploration and exploitation in organizational learning. *Organization Science*. 2(1):71-87.
- Margitay Tihamér [2007]: Az érvelés mestersége. Typotex. Szentendre
- Marks, L.A., Kalaitzandonakes, N., Wilkons, L. és Zakharova, L. [2007]: Massmedia framing of biotechnology news. *Public Understanding of Science*. 16(2):183-203
- Marris, C., Wynne, B., Simmons, P. és Weldon, S. [2001]: Public Perceptions of Agricultural Biotechnologies in Europe. Final Report of the PABE research project. URL: <http://www.pabe.net>, letöltés dátuma: 2006. január 5
- Matolay Réka [2005]: *A biotechnológiai közösségek*. Műhelytanulmányok. 69. szám. Budapesti Corvinus Egyetem. Vállalatgazdaságtan Intézet. Budapest. December.
- Matolay Réka [2006]: *Agrárbiotechnológiai vállalatok legitimációs stratégiái*. Ph.D. tézisztervezet. Budapesti Corvinus Egyetem. Budapest.
- Matolay Réka [2012]: *Génmódosított élelmiszerek és a fogyasztók: fókuszcsoportos vizsgálatok*. Műhelytanulmányok. 150. szám, Budapesti Corvinus Egyetem. Vállalatgazdaságtan Intézet. Budapest. December.
- Matolay Réka és Pataki György [2010]: Részvételi döntési technikák. In: Esse B., Gáspár J., Könczey K., Matolay R., Pataki Gy., Szántó R., Topcu K., Tóth F. Wimmer Á. és Zoltayné Paprika Z.: *Döntési technikák*. Harmadik, átdolgozott kiadás. Budapesti Corvinus Egyetem. Budapest. 10. fejezet, 261-289.
- Matolay Réka és Wimmer Ágnes [2008]: Corporate social and business performance. In: Csutora Mária és Marjainé Szerényi Zsuzsanna (szerk.): EMAN-EU 2008 Conference, 6-7 October: *Sustainability and Corporate Responsibility Accounting – Measuring and Managing Business Benefits*. Proceedings. Budapest. 39-42.
- Matolay Réka és Wimmer Ágnes [2009]: A fenntarthatóság kérdései. In: Wimmer Ágnes (szerk.): *Üzleti teljesítménymérés és -menedzsment az ellátási láncban*. Budapesti Corvinus Egyetem. Vállalatgazdaságtan Intézet, Budapest. 8. fejezet, 101-108.
- Maxwell, J., Rothenberg, S., Briscoe, F. és Marcus, A. [1997]: Green schemes: corporate environmental strategies and their implementation. *California Management Review*. 39(3):118-134.
- Meyer, J.W. és Rowan, B. [1977]: Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *American Journal of Sociology*. 83(2):440-463.
- Meyer, J.W. és Scott, R. [1983]: *Organizational Environments: Ritual and Rationality*. Sage. Beverly Hills. CA.
- Milne, M.J. és Patten, D.M. [2002]: Securing organizational legitimacy – An experimental decision case examining the impact of environmental disclosures. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 15(3):372-405.
- Mintzberg, H., Ahlstrand, B. és Lampel, J. [1998]: *Strategy Safari. The Complete Guide through the Wilds of Strategic Management*. Financial Times. Prentice Hall. Pearson Education. London.
- Morgan, D.L. és Krueger, R.A. [1997]: *The Focus Group Kit.1-6*. Sage Publications. Thousand Oaks.

- Moses, V. [1999]: Biotechnology products and European consumers. *Biotechnology Advances*. 17:647-678.
- Motion, J. és Doolin, B. [2007]: Out of the Laboratory: Scientists' Discursive Practices in their Encounters with Activists. *Discourse Studies*. 9(1):63-85.
- Murányi István és Berényi Zoltán [2004]: Public debate on biotechnology in Hungary. In: Kiss Gabriella, Csoba Judit és Czibere Ibolya (szerk.): *Idővonat – Tanulmányok a társadalomtudományok köréből*. Kossuth Egyetemi Kiadó. Debrecen. 301-327
- Nielsen [2010]: Fogyasztói bizalom és élelmiszerbiztonság. URL: <http://hu.nielsen.com/site/20100224.shtml>. Letöltés dátuma: 2010. május 5.
- Nisbet, M.C. és Lewenstein, B.V. [2002]: Biotechnology and the American media. *Science Communication*, 23(4):359-391.
- Nisbet, M.C. és Huge, M. [2002]: Attention Cycles and Frames in the Plant Biotechnology Debate: Managing Power and Participation through the Press/Policy Connection. *Harvard International Journal on Press-Politics*. 11(2):3-40
- Oblath Márton [2007]: A fókuszcsoporth. In: Kovács Éva (szerk.): *Közösségtanulmány. Módszertani jegyzet*. Néprajzi Múzeum és PTE-BTK Kommunikáció- és Médiatudomány Tanszék. Budapest. 278-295.
- Oliver, C. [1991]: Strategic responses to institutional processes. *Academy of Management Review*, 16(1):145-179.
- Orsenigo, L., Pammolli, F. és Riccaboni, M. [2001]: Technological change and network dynamics: lessons from the pharmaceutical industry. *Research Policy*. 30:485-508.
- Palazzo, G. és Scherer, A.G. [2006]: Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework. *Journal of Business Ethics*. 66(1):71-88.
- Pataki György [1999]: Organisational greening as a process of learning. *Business Ethics Papers*. Business Ethics Centre. Budapest University of Economic Sciences. Budapest. 2. September.
- Pataki György [2000]: *Az ökológiailag fenntartható vállalat*. Ph.D. disszertáció. BKÁE Gazdálkodástudományi Doktori Iskola. Budapest.
- Pataki György és Matolay Réka [2008]: *A magyar mezőgazdaság jövője a GMO-mentesség szempontjából*. Tanulmány a Green Capital Zrt. megrendelésére, Budapest, október.
- Patten, D.M. [1992]: Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society*. 17(5):471-475.
- Paul, H. és Steinbrecher, R. [2003]: *Hungry Corporations. Transnational Biotech Companies Colonise the Food Chain*. Zed Books. London. UK.
- Pádár Kata [2002]: A GMO-val kapcsolatos ismeretek és attitűdök. Konferencia előadás, Növényi géntechnológia a környezetbarát mezőgazdaság szolgálatában című konferencián (szervezők: MTA Agrárszakosztályok Biotechnológiai Bizottsága, Barabás Zoltán Biotechnológiai Egyesület), Március 7.. MTA. Budapest.
- Pechlaner, G. [2012]: GMO-free America? Mendocino county and the impact of local level resistance to the agricultural biotechnology paradigm. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*. 19(3):445-464

- Pfeffer, J. [1981]: *Power in Organizations*. Pitman. Marshfield. MA.
- Pfeffer, J. és Salancik, G.R. [1978]: *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Harper and Row. New York.
- Popp József és Potori Norbert [2007]: A GM növények (elsősorban a kukorica) termesztésének és ipari felhasználásának közgazdasági kérdései Magyarországon. *Magyar Tudomány*. 4:451-461.
- Porter, M.E. [1993]: *Versenysstratégia. Iparágak és versenytársak elemzési módszerei*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Powell, W.W., White, D.R., Koput, K.W. és Owen-Smith J. [2005]: Network dynamics and field evolution: the growth of interorganizational collaboration in the life sciences. *The American Journal of Sociology*. 110(4):1132-1205.
- Powell, W.W. és Brantley, P. [1992]: Competitive cooperation in biotechnology: learning through networks? In: Nohria, N. és Eccles, R. (szerk.) *Networks & Organisations*. Harvard Business School Press. 366-394.
- Powell, W.W. [1996]: Inter-organizational collaboration in the biotechnology industry. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*. 120(1):197-215.
- Powell, W.W., Koput, K.W., and Smith-Doerr, L. [1996]: Interorganizational collaborations and the locus of innovation: networks of learning in biotechnology. *Administrative Science Quarterly*. 41(1):116-145.
- Power, M.K. [2003]: Auditing and the production of legitimacy. *Accounting, Organizations and Society*. 28:379-394.
- Pólya(a) Árpád [2009]: Egy mezőgazdasági alapanyagokat előállító cég társadalmi felelősségvállalása – Monsanto Hungária Kft. *Agrostratégia*. URL: http://agrostratega.blog.hu/2009/10/30/egy_mezogazdasagi_alapanyagokat_eloallito_ceg_tarsadalmi_felelossegvallalasa_monsanto_hungaria_kft. Letöltés dátuma: 2010. február 20.
- Pólya(b) Árpád [2009]: Egy mezőgazdasági alapanyagokat előállító cég társadalmi felelősségvállalása – Pioneer Hi-Bred Zrt. *Agrostratégia*. URL: http://agrostratega.blog.hu/2009/08/03/egy_mezogazdasagi_alapanyagokat_eloallito_ceg_tarsadalmi_felelossegvallalasa_pioneer_hi-bred_zrt. Letöltés dátuma: 2010. február 20.
- Prakash, A. [2000]: Responsible Care: an assessment. *Business & Society*. 39(2):183-209.
- Pringle, P. [2005]: *Food Inc. From Mendel to Monsanto*. Simon and Schuster Paperbacks. New York NY.
- RAFI [1999]: *Who Owns Whom?* URL: <http://www.etcgroup.org/article.asp?newsid=117>. Letöltés dátuma: 2004. április 15.
- Rao, H. [2004]: Institutional activism in the early American automobile industry. *Journal of Business Venturing*, 19:359-384.
- Reisigl, M. és Wodak, R. [2009]: The Discourse-Historical Approach (DHA). In: Wodak, R. és Meyer, M. (szerk.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. Sage Publications. London. 2. kiadás. 87-121.
- Reinhardt, F.L. [1998]: Environmental product differentiation: implications for corporate strategy. *California Management Review*. 40(4):43-73.

- Ritti, R.R. és Silver, J.H. [1986]: Early processes of institutionalization: the dramaturgy of exchange in interorganizational relations. *Administrative Science Quarterly*, 31:25-42.
- Roben, M-M. [2009]: *Monsanto szerint a világ*. Pallas Páholy Kulturális és Kiadói Kft. Budapest.
- Roundy, P.T. [2010]: Gaining legitimacy by telling stories: the power of narratives in legitimizing mergers and acquisitions. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict*. 14(1): 89-105.
- Ruef, M. és Scott, W.R. [1998]: A multidimensional model of organizational legitimacy: Hospital survival in changing institutional environments. *Administrative Science Quarterly*. 43(4):877-904.
- Räsänen, K. és Whipp, R. [1992]: National business recipes: A sector perspective. In: Whitley, R. (szerk) *European Business Systems: Firms and Markets in their National Context*. Sage.London. 46-60.
- Salazar, A. és Howells, J. [2003]: Creating knowledge structures in the pharmaceutical industry: the increasing significance of virtual organisation. *Health Administration Journal*
- Schepers, D.H. [2010]: Challenges to legitimacy at the forest stewardship council. *Journal of Business Ethics*. 92(2):279-290.
- Schot, J. [1992]: Creditability and markets as greening forces for the chemical industry. *Business Strategy and the Environment*. 1(1):35-44.
- Schulz Gábor [2012]: A biotechnológia klaszteresedésének lehetőségei Szegeden. In: Bajmóczy Zoltán., Lengyel Imre és Málovics György (szerk.): *Regionális innovációs versenyképesség és fenntarthatóság*. JATE Press. Szeged. 132-148.
- Scott, J. [1991]: *Social Network Analysis: A Handbook*. Sage. London.
- Scott, W.R. [1995]: *Institutions and Organizations*. Sage. Thousand Oaks. CA.
- Senker, J. és Sharp, M. [1997]: Organizational learning in cooperative alliances: some case studies in biotechnology. *Technology Analysis & Strategic Management*. 9(1):35-51.
- Sethi, S.P. [1979]: A conceptual framework for environmental analysis of social issues and evaluation of business response patterns. *Academy of Management Review*. 4:63-74.
- Shohet, S. és Prevezer, M. [1996]: UK biotechnology: institutional linkages, technology transfer, and the role of intermediaries. *R&D Management*. 26(3):283-298.
- Siipi, H. és Ahteensuu, M. [2011]: The deficit model and the forgotten moral values. *Nordicum-Mediterraneum*. 6(1) URL: <http://nome.unak.is/nm-marzo-2012/6-1x/29-conference-paper/84-the-deficit-model-and-the-forgotten-moral-values>. Letöltés dátuma: 2011. november 14.
- Silverman, D. [1993]: *Interpreting Qualitative Data*. Sage Publications. London.
- Síklaki, I. [2006]: *Vélemények mélyén. A fókuszcsoporthoz módszer a kvalitatív kutatás alapszerepe*. Kossuth Kiadó. Budapest.
- Sipos Katalin [2010]: WTO: Amerikai Egyesült Államok v. Európai Közösségek, GMO-vita, 2003-2009. In: Nótári Tamás és Török Gábor (szerk.): *Prudentia Iuris Gentium Potestate. Ünnepi tanulmányok Lamm Vanda tiszteletére*. MTA Jogtudományi Intézete. Budapest. 415-427.

- Skogstad, G. [2003]: Legitimacy and/or policy effectiveness?: network governance and GMO regulation in the European Union. *Journal of European Public Policy*. 10(3):321-338.
- Sonpar, K., Pazzaglia, F. és Komijenko, J. [2010]: The paradox and constraints of legitimacy. *Journal of Business Ethics*. 95(1):1-21.
- Solt Ottilia [1998]: Interjúzni muszáj. In: Solt Ottilia: *Méltóságot mindenkinek. Összegegyűjtött írások*. I. kötet. Beszélő. Budapest. 29-45.
- Suchman, M.C. [1995]: Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *Academy of Management. The Academy of Management Review*. 20(3):571-610.
- Sükösd Miklós, Kollár Eszter és Fonyó Attila [2008]: A genetikailag módosított szervezetek bevezetésének politikai tényezői magyar-olasz összehasonlító perspektívában. Kutatási beszámoló. URL: http://www.real.mtak.hu/1684/1/48777_ZJ1.pdf. Letöltés dátuma: 2011. november 19.
- Stirling, A. [2005]: "Opening up" and "closing down". Power, participation and pluralism in the social appraisal of technology. *Science, Technology and Human Values*. 33(2):262-294.
- Strauss, A. L. és Corbin, J. M. [1998]: *Basics of Qualitative Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory*. Sage Publications.
- Swissinfo – International Service of the Swiss Broadcasting Corporation [2012]: The GM plant debate. Scientists' findings don't satisfy politicians. September 28. URL: http://www.swissinfo.ch/eng/science_technology/Scientists_findings_don_t_satisfy_politicians.html?cid=33604154. Letöltés dátuma: 2012. november 17.
- Tahyné Kovács Ágnes [2012]: *A genetikailag módosított szervezetekre vonatkozó európai és magyar jogi szabályozásról - A környezetjogi alapelvek, különösen a fenntartható fejlődés tükrében*. Ph.D. disszertáció. Pázmány Péter Katolikus Egyetem. Jog- és Államtudományi Kar Doktori Iskola. Budapest
- Tari, E. [1998]: *Stratégiai szövetségek az üzleti világban*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest.
- Ten Eyck, T.A. és Williment, M. [2004]: The more things change...: milk pasteurization, food irradiation, and biotechnology in the *New York Times*. *The Social Science Journal*. 41:29-41.
- Thayer, A.M. [2001]: Life sciences. *Chemical and Engineering News*. 79:17:25-36.
- Tilling, M.V. [2004]: *Refinements to legitimacy theory in social and environmental accounting*. Commerce Research Paper Series, No.04-6. Flinders University, South Australia
- Tinker, T. és Neimark, M. [1987]: The role of annual reports in gender and class contradictions at General Motors. *Accounting, Organisations and Society*. 12(1):71-88.
- Tilt, C.A. [1994]: The influence of external pressure groups on corporate social disclosure: some empirical evidence. *Accounting Auditing and Accountability Journal*. 4(1):28-54.
- Titscher, S., Meyer, M., Wodak, R. és Vetter, E. [2000]: *Methods of Text and Discourse Analysis*. Sage Publications. London.

- Tombácz Endre [2003]: A GMO környezeti vizsgálat helye, szerepe az engedélyezési eljárásban. Előadás. Biotechnológia és környezetvédelem konferencia. Budapest. Június 25-26.
- Tóth Gergely [2009]: *The Truly Responsible Enterprise. About Unsustainable Development, the Tools of Corporate Social Responsibility (CSR) and Deeper, Strategic Approach.* KÖVET Association for Sustainable Economies.
- Tsang, E.W.K. [2001]: Annual report disclosure and corporate legitimacy management: A study of Singapore Companies' Responses to the Governments' Call for Venturing Abroad. *Asia Pacific Journal of Management*. 18:27-43.
- UNEP [2002]: *Risk Assessment and Management Systems and Public Awareness, Education and Participation.* URL: <http://www.unep.org>. Letöltés dátuma: 2005. február 20.
- UNEP [2005]: Public Participation and Decision-making Regarding GMO sin developing countries: How to effectively involve rural people? URL: <http://www.unep.org>. Letöltés dátuma: 2005. február 20.
- USDA – US Department of Agriculture [2004]: *Agricultural Biotechnology: Adoption of Biotechnology and its Production Impacts.* URL: <http://www.ers.usda.gov/-briefing/Biotechnology/chapter1.htm>. Letöltés dátuma: 2004. április 8.
- USDA – US Department of Agriculture [2012]: *Sweet corn production in 2011.* URL: http://www.ers.usda.gov/-briefing/corn_production. Letöltés dátuma: 2012. június 7..
- Vaara, E., Tienari, J. és Laurila, J. [2006]: Pulp and Paper Fiction: On the Discursive Legitimation of Global Industrial Restructuring. *Organization Studies*. 27:789-813
- Vaara, E. és Tienari, J. [2008]: A Discursive Perspective on Legitimation Strategies in Multinational Corporations. *Academy of Management Review*. 33(4):985-993
- Van Avermaet, E. [1995]: A társas befolyás kiscsoportokban. In: Hewstone, M., Stroebe, W., Codol, J-P. és Stephenson, G.M. (szerk.): *Szociálpszichológia. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.* Budapest. 380-411.
- Van Dijk, T.A. [2000]: A kritikai diskurzuselemezés elvei. in: Szabó M., Kiss B. és Boda Zs. (szerk.) *Szövegváltozatok a politikára. Nyelv, szimbólum, retorika, diskurzus.* Nemzeti Tankönyvkiadó, Universitas, Budapest. 442-477.
- Van Leeuwen, T. és Wodak, R. [1999]: Legitimizing Immigration Control: A Discourse-Historical Analysis. *Discourse Studies*. 1:83-118.
- Vicsek, L. [2006]: *Fókuszcsoport. Elméleti megfontolások és gyakorlati alkalmazás.* Osiris Kiadó. Budapest.
- Vicsek Lilla [2012]: „Gene-fouled or Gene-improved?” – Media Frames of GM Crops and Food in Hungary. *New Genetics and Society, iFirst*.
- Vidékfejlesztési Minisztérium [é.n.]: *Géntechnológia.* URL: <http://www.vm.gov.hu/main.php?folderID=1382>. Letöltés dátuma: 2012. június 7.
- Weissman, R. [1998]: Grim day for Monsanto. *Multinational Monitor*. Május-Június. 6.
- Wernerfelt, B. [1984]: A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*. 5(2):171-180.
- Whetten, D. és Mackey, A. [2002]: *Sorting out a conceptual mess: the case of organizational identity,*

- Wilmshurst, T.D. és Frost, G.R. [2000]: Corporate environmental reporting: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 13(1):10-24.
- Wodak, R. és Meyer, M. [2009]: Critical Discourse Analysis: History, agenda, theory and methodology. In: Wodak, R. és Meyer, M. (szerk.): *Methods of Critical Discourse Analysis*. Sage Publications. London. 2. kiadás. 1-33.
- Wood, L.E. és Kroger, R.O. [2000]: *Doing Discourse Analysis. Methods for Studying Action in Talk and Text*. Sage Publications. Thousand Oaks, California.
- Wynne, B. [1996]: May the sheep safely graze? A reflexive view of expert-lay knowledge divide. In: Lash, S., Szerszynski, B. és Wynne, B. (szerk.): *Risk, Environment and Modernity: Towards a New Ecology*. Sage. London. 165-198.
- Wynne, B. [2002]: Risk and environment as legitimacy discourses of technology: reflexivity inside out? *Current Sociology*. 50(3):459-477.
- Zoltayné Paprika Zita [2005]: Konfliktuselmélet. In: Zoltayné Paprika Zita (szerk.): *Döntéelmélet*. Második kiadás. Alinea Kiadó. Budapest. 301-332.
- Zombory, M. [2008]: Kritikai? Diskurzus? Elemzés? Teun A. van Dijk diskurzuselemzési elmélete és gyakorlata. 407-427.
- Zöldbiotech.hu [é.n.]: Az egyesületről. URL: <http://www.zoldbiotech.hu/rolunk>. Letöltés dátuma: 2012. november.17.
- Zucker, L. és Darby, M. [1997]: Present at the revolution: transformation of technical identity for a large pharmaceutical firm after the biotechnological breakthrough. *Research Policy*. 26(4):429-447.
- Zurek, L. [2006]: European Communities biotech dispute: how the WTO fails to consider cultural factors in the genetically modified food debate. *Texas International Law Journal*. 42:345-368.

Mellékletek

1. melléklet Szervezeti mező

E kifejezés az institucionalista iskola követőinek körében és a populációs ökológia híveinél egyaránt használatos, noha értelmezése eltérő. Az elsőként említett elmélet bővebb kört érint általa. Ahogy azt DiMaggio és Powell [1983] megfogalmazza, e mezőbe tartoznak mindazok a szervezetek, amelyek összességükben az intézményi élet egy felfogott, észrevett, tudatosult területét alkotják – a szállítók, a vásárlók, a szabályozó hatóságok, a hasonló termékek gyártói egyaránt idesorolandók. Vagyis a szervezeti mező nem csupán a versenyző cégeket tömöríti, mint a populációs ökológia egyes leírataiban, és nem is a szervezetek hálózatait jelenti, amelyek a szervezetközi hálózat (*interorganizational network*) megközelítésben egymással kapcsolatba kerülnek, hanem valamennyi releváns szereplőt érintik. E mezőket közösen osztott kognitív és normatív keretek vagy a közös szabályozó rendszer határozza meg. A mező megnevezés szervezetek közösségét jelzi, amelyek egyazon jelentésrendszerben (*common meaning system*) működnek, és amelynek tagjai egymással gyakrabban lépnek kapcsolatba, mint a mezőn kívüliekkel. Ez Scott szerint olyan szintet eredményez, ahol az intézményi erők kifejezetten erősek, hathatósak [Scott, 1995].

Ilyen alapokra építkezik Hirsch iparági rendszere (*industry system*), vagy Meyer és Scott [1983] társadalmi szektora (*societal sector*) is, és még kevésbé tér el Räsänen és Whipp [1992] szektor megközelítése. A szerzők ezt az egymás mellett és egymással szoros összefüggésben, kiegészítő módon fejlődő gazdasági tevékenységek történelmi formációjának tételezik, olyannak, amely gyakran időben és térben egyaránt kötött egység. Szektor definíciójuk tehát a szervezeti mező institucionalista megközelítésével azonos, azaz mindama szervezeteket is magában foglalja, amelyekkel rendszeres kapcsolatban állnak és tranzakciókat bonyolítanak a szektor úgynevezett “elsődleges” tagjai.

A szervezeti mezőkön belül – bizonyos struktúrák, meghatározó elemek körvonalazása érdekében – alcsoportok elkülönítésére is sor került. Ezek közül a startégiiai csoportok (*strategic groups*) és a versenyző, avagy elsődlegesen versenyző csoportok (*primary competitive groups*) megközelítésekre utalok. Az előbbi felhasználási területe adott iparágon belüli különbözőségek magyarázata. Hunt [1972] e konstrukciójával arra igyekszik rávilágítani, hogy bár egy szektor elemei az

illető társaságok, köztük egyértelmű eltérések tapasztalhatók, amelyek hatással vannak például az iparági belépés eldöntésére [Porac, Thomas és Baden-Fuller, 1989]. E lehatárolás arra irányul tehát, hogy releváns csoportok meghatározásával az iparági szint által esetleg elkendőzött vállalati stratégiai aszimmetriák világossá váljanak. A stratégiai csoportok természetét, mint cég és a szektor között húzódó intermediális szintét azóta érte kritika; így például az, hogy azok csupán kutatók analitikus absztrakciói, amely a cégek közötti hasonlóságok és különbségek felbecsülésére alkalmas ugyan, ám csak akkor, ha stratégiájuk relevanciájától eltekintünk, mivel azokat csak érintőlegesen veszik eme elemzéseknél figyelembe. Amennyiben a hasonló cégekből álló csoportokon belüli és közötti stratégiai interakciók megértését kíséreljük meg, úgy a "csoport" szocio-pszichológiai valóságát is figyelembe kell venni. Ehhez pedig a kutatónak a tagszervezetek által osztott, vallott percepciókat is fel kell mérni, valamint azt, hogy ezek miként befolyásolják a stratégia kialakítását [Porac, Thomas és Baden-Fuller, 1989].

A szervezeti mező megközelítése összefüggésbe hozható az érintett-elmélet ún. *stakeholder*-térképével. Egy kellő érzékenységgel összeállított, valamennyi lehetséges érintettet, esetleg azok egymáshoz és az adott szervezethez történő kapcsolódását is tartalmazó vállalati érintett térkép jó kiindulási pont a szervezeti mező feltárásához. Fontos kitétel természetesen, hogy a *stakeholder*-térkép egyetlen szervezetre vonatkozik, amelyhez képest a szervezeti mező tagsága más, bővebb lehet. A párhuzam megteremtésére alkalmat ad ellenben az, hogy – legalábbis a külső – stakeholderek csoportja a maga jogaival, elvárásaival és legitim követeléseivel a külső környezet, struktúrát meghatározó, ahhoz adaptációt megkívánó közeg.

2. melléklet Interjú vezérfonal

Ez az interjú vezérfonal a kutatáshoz kapcsolódó induló kérdésköröket tartalmazza. Ilyenformán nem lekérdezhető, ugyanis nem mindegy, hogy milyen alanynak tesszük fel ezeket, illetve, hogy mennyi interjú áll már mögöttünk az adott vállalatnál, az érintettek közül, a szervezeti mezőben. Ezek alapján a vezérfonal tovább alakítandó.

A vezérfonalban a betűtípusok az alábbiakat jelentik:

TÉMAKÖRÖK, AMELYEK EGY-EGY VISZONYLAG ZÁRT BLOKKOT KÉPEZNEK, DE AMENNYIBEN AZ ALANY LOGIKAI MENETE MEGKÍVÁNJÁ, RÉSZLETEKRE IS BONTHATÓK.

A CSUPA NAGYBETŰVEL SZEDETT SZÖVEGEK OLYAN KÉRDÉSEK, AMELYEKET IGYEKEZZÜNK SZÓ SZERINT ELMONDANI, LEKÉRDEZNI. EZEK A FŐ TÉMÁK, KULCSKÉRDÉSEK. TÖBBNYIRE NAGYON TÁGAK, MIVEL AZT SZERETNÉNK, HOGY AZ INTERJÚALANY MESÉLJEN, MAGÁTÓL ADJA ELŐ, AMI AZ ADOTT TÉMAKÖRRŐL ESZÉBE JUT.

A vastagon szedett kérdések támpontok arra, hogy milyen, a témakörhöz kapcsolódó ügyekről volna jó, ha szót ejtene az interjúalany, illetve miként pontosítható, részletezhető a kérdés, ha máshová kalandozik, felületes, hadovál. Valamennyi kérdésnél PÉLDÁT, ESETET is szeretnénk hallani, van, ahol ez szinte elengedhetetlen, ott külön is jelöltük, máshol nem, de ez a „főszabály”.

E rásegítő kérdések és maguk a kérdések is a szükség és a beszélgetés lendülete szerint változtathatók, ezeknél nincs szigorú időbeni kötöttség. Mindenesetre ne siessünk velük, hadd beszéljen előbb az alany. Sose feledjük: az interjúalany szavaira, gondolatmenetére, értelmezéseire figyelünk.

A kérdésekhez, potenciális válaszokhoz néhol írtunk magyarázatot, csak magunknak (ezeket dőlt betűvel szedtük). Az interjúra olyan példányt vigyünk, amiben csak a kérdések vannak, se témamegjegyzés, se ezek a saját megjegyzéseink, azaz a „használati utasítás” ne legyenek benne.

1. AGBIOTECH TÖRTÉNET, FORDULÓPONTOK

HOGYAN ALAKULT MAGYARORSZÁGON A MEZŐGAZDASÁGI BIOTECHNOLÓGIA TÖRTÉNETE?

Milyen főbb események/fordulópontok azonosíthatók a GMO-k magyarországi történetében? Az Ön közvetlen környezetében? A szélesebb hazai agrárbiotechnológiai területen?

Mire vezethetők vissza ezek az események/fordulópontok? Ön szerint mi áll a háttérükben?

Mit hoz a (közeli) jövő Ön szerint?

2. GÉMÓDOSÍTOTT NÖVÉNYEK

MILYENNEK LÁTJA A GÉNMODOSÍTOTT NÖVÉNYEK MAGYARORSZÁGI HELYZETÉT?

Tapasztal-e változásokat az idők során? Milyeneket?

Ön szerint ezek mire vezethetők vissza?

HOGYAN JELLEMEZHETŐ A GÉNMODOSÍTOTT NÖVÉNYEK MAGYARORSZÁGI HELYZETE MÁS HELYSZÍNEKHEZ VISZONYÍTVA?

Izgalmas, hogy hogy e tag kérdéskörből milyen összehasonlítások felé indul el az alany önállóan, szükség esetén a következőkkel természetesen lehet segíteni, fókuszálni. Ny-eui vagy k-eui országok közül? Ugyanolyan mint általában az EU-ban, vagy vannak jellemző különbségek?

Leginkább mivel mutat hasonlóságot? Miben? Miért?

Leginkább mitől különbözik? Miben? Miért?

MILYEN AKADÁLYOK ÁLLNAK ÖN SZERINT A GÉNMODOSÍTOTT NÖVÉNYEK MAGYARORSZÁGI PIACI ELTERJEDÉSE ELŐTT?

MI(LYEN TÉNYEZŐ) SEGÍTI A GÉNMODOSÍTOTT NÖVÉNYEK MAGYARORSZÁGI PIACI ELTERJEDÉSÉT?

3. ÉRVEK

ÖN SZERINT MELYEK A LEGFONTOSABB ÉRVEK A GÉNMODOSÍTOTT NÖVÉNYEK MELLETT?

ÖN SZERINT MELYEK A LEGFONTOSABB ÉRVEK A GÉNMODOSÍTOTT NÖVÉNYEK ELLEN?

Váljon világossá, hogy az általa felsorolt érvekhez ő hogyan viszonyul, mivel ért egyet és mivel nem? Jó, ha az alany értelmezi számunkra, hogy ő mit ért a „legfontosabb” alatt.

4. ADOTT SZERVEZET TEVÉKENYSÉGE – VÁLLALATOK

MIT TESZ A VÁLLALAT A GMO-K BEVEZETÉSÉÉRT?

MIT TETT EDDIG A VÁLLALAT A GMO-K BEVEZETÉSÉÉRT?

MIT TEHET A VÁLLALAT A GMO-K BEVEZETÉSÉÉRT?

MI JELLEMZI A VÁLLALAT GMO STRATÉGIÁJÁT?

HOGYAN JELLEMEZNÉ A VÁLLALAT GMO KOMMUNIKÁCIÓJÁT?

Milyen a vállalati k+f és a gmo kapcsolata?

A vállalatnak milyen gmo vonatkozású szervezeti egységei vannak?

A vállalatnak milyen gmo vonatkozású stratégiai szövetségei vannak?

A VÁLLALAT MILYEN GMO VONATKOZÁSÚ SZERVEZETEKBE VESZ RÉSZT? (iparági, szövetségi, civil szervezeti, tanácsadó testületbeli tagság?)

5. SZERVEZETI MEZŐ, ÉRINTETTEK

MILYEN SZEREPLŐK VANNAK HATÁSSAL A GÉNMODOSÍTOTT NÖVÉNYEK HAZAI TÖRTÉNETÉRE?

KÉREM, HOGY RAJZBAN MUTASSA BE E SZEREPLŐK HELYZETÉT! Egy más közötti viszonyukat, kapcsolataikat, súlyukat, hatásukat stb.

MILYENNEK LÁTJA A VÁLLALATOK ÉS A KUTATÓK VISZONYÁT?

A GMO-k tekintetében. Más mint más területen, például nemesítésénél? Milyen kapcsolat van, mióta, miért, kivel (formális: szöv., lap, kut. megbízás, konferencia stb konkrétan; illetve informális...)

Ugyanezek a kérdések, ill. megfelelők a többi stakeholder vonatkozásában:

MILYENNEK ÉRTÉKELI A VÁLLALAT(OK) ÉS A HATÓSÁGOK, JOGSZABÁLYALKOTÓK VISZONYÁT?

MILYENNEK ÉRTÉKELI A VÁLLALAT(OK) ÉS A GAZDÁK VISZONYÁT?

MILYENNEK ÉRTÉKELI A VÁLLALAT(OK) ÉS A CIVILEK VISZONYÁT?

MILYENNEK ÉRTÉKELI A VÁLLALAT(OK) ÉS A MÉDIA VISZONYÁT?

6. FEL- ÉS LEVEZETÉS

Bemelegítésként esetleg:

Ön mire büszke a leginkább a saját tevékenységéből a génmodosított növényekkel kapcsolatban?

Elbúcsúzásképpen:

MIRŐL VOLNA MÉG ÉRDEMES BESZÉLNÜNK?

ÖN KIT JAVASOLNA INTERJÚALANYNAK A SZÁMUNKRA?

MILYEN PUBLIKUS (SZERVEZETI) DOKUMENTUMOK, KIADVÁNYOK, BESZÉDEK LÉTEZNEK EBBEN A TÉMAKÖRBEN?

3. melléklet Interjú összefoglaló forma

Alapadatok
Interjúalany neve:
Interjúalany szervezete, beosztása:
Interjúalany végzettsége, szakmája:
Interjúalany elérhetősége:
Interjú helye:
Interjú időpontja és időtartama:
Interjú készítője:

Általános megállapítások

Benyomásom az interjúalanyról:

Benyomásom az interjúról (tartalmilag és a körülményeket tekintve):

Érvrendszer

Melyek az interjúalany fő GMO legitimációs érvei?

Melyek az interjúalany fő GMO delegitimációs érvei?

Mennyiben tűnik konzisztensnek, határozottnak az érvrendszer? Hol igen, és hol nem?

Szereplők

Kit tartott az interjúalany a legfajsúlyosabb alanyoknak? Miért?

Milyen szereplőket említett? Hogyan? (további interjúalanyok javasolta? konkrét jelzővel illetve? csoportba sorolta stb.?)

Az erőviszonyokat, kapcsolatokat hogyan értékelte?

A vállalatokra vonatkozóan melyek voltak a megjegyzései, állításai?

A kutatókra vonatkozóan melyek voltak a megjegyzései, állításai?

Mely egyéb érintett csoportra vonatkozóan volt határozott véleménye? Milyen?

Kontextus

A (földrajzi, jogi-szabályozási, gazdasági, kulturális, attitűdinális stb.) környezet mely elemeiről beszélt? Hogyan?

Stílus, megfogalmazás

Érdekes/fontos/meglepő/stb. fordulatai, megjegyzései?

Következtetések

Melyek az interjú fő konklúziói a számodra?

Milyen kérdéseid merülnek fel az interjú nyomán?

Milyen ötleteid merülnek fel az interjú nyomán?

4. melléklet A GM élelmiszerekre vonatkozó nemzetközi fogyasztói kutatások módszertani jellemzői

A kutatás alanyai	
túlnyomó többségében	(élelmiszer-)fogyasztók
akiknek egyéb érintettségük is van, így	állampolgárok
	szomszédok, azaz a GM-termesztő vidék helyi közösségének tagjai
	fogyasztóvédő szervezetek tagjai
	génmódosítás ellenes aktivisták
összehasonlításban	kutatókkal (elsősorban az agrárbiotechnológiához a természettudományokban kapcsolódó kutatókkal), gazdákkal, üzletemberekkel, környezetvédőkkel, helyi képviselőkkel, helyi döntéshozókkal
A kutatás kiterjed a következő technológiákra, termékekre	
alapvetően	génmódosított élelmiszerek, génmódosított élelmiszer összetevők, génmódosított haszonnövények
különböző generációjú génmódosítás alapján	első generációs génmódosítás
	második generációs génmódosítás
	nem specifikált, nincs adat
létezése szerint	valós, ténylegesen termesztett, előállított vagy hipotetikus, fiktív termék, termék
a génmódosított élelmiszer részletezettsége szerint	génmódosított élelmiszer további specifikáció nélkül
	génmódosított haszonnövény, termés, zöldség: például alma, banán, brokkoli, burgonya, kiwi, kukorica, paradicsom, rizs stb.
	génmódosított állat: például lazac, csirke, marha
	génmódosított takarmánnyal etetett haszonállat, valamint abból készült, feldolgozott élelmiszer: például birka, lazac, marha, sajt, tej, tojás, vaj
	génmódosított összetevőt tartalmazó feldolgozott élelmiszertermék: csokoládé, keksz, kenyér, kukorica pehely tészta, növényi olaj (repce, szója), paradicsomszósz, tofu, tortilla chips stb.
tágabb élelmiszer kategóriák részeként	új élelmiszer (<i>novel food</i>) funkcionális élelmiszer
összehasonlításban	nem génmódosított élelmiszerekkel, alapanyagokkal, azaz génmódosítás-mentes élelmiszerekkel
	ezen belül az ökológiai termesztésben előállított élelmiszerekkel
	génmódosított összetevőt tartalmazó, biotechnológiát alkalmazó gyógyszerekkel, harmadik generációs, azaz gyógyszeralapanyagot termelő génmódosított növényekkel, összességében az egészségügyi géntechnológiával
	humán reprodukció területén alkalmazott géntechnológiával
	génmódosított mikroorganizmusokkal
	más új technológiával (információtechnológia, nanotechnológia stb.)

A kutatás témája ismert-e előzetesen az alany számára		
nem, legfeljebb tág kontextusában	technológiai újításokhoz való viszony	
	általában az élelmiszeripari fejlemények értékelése	
	általában a genetika az előzetesen megjelölt téma	
igen, génmódosított élelmiszerek jellemzése, értékelése	akár már a kutatás alanyainak kiválasztása, az előzetes szűrés során	
	indító kísérlet keretében	
A kutatás módszertana		
kvantitatív, kvalitatív kutatások és ezek kombinációi		
az adatgyűjtés módja szerint	személyes, telefonos, postai, illetve online kérdőívezés	
	kísérleti aukciók (WTA/WTP), szereprepertoár-teszt – a környezeti értékelés és a fogyasztói magatartás kutatási, értékelési technikáinak alkalmazása	
	fókuszcsoportos beszélgetés	
	mély-, félig strukturált, „laddering” interjú	
az elemzés módszere	diszkrét választási modellek	
	hatásdiagram, hálózati kapcsolatok	
	regresszió számítás, ordinális eredményváltozójú modell	
Kutatási háttér		
kockázatkutatók	fogyasztói magatartás kutatók	élelmiszerkutatók
Kinek szánja a kutató a következtetéseit?		
szabályozó hatóság (nemzeti, Európai Unió, nemzetközi)	elsősorban a génmódosított tartalom jelölésének, azaz címkézésnek a szabályairól (önkéntes-kötelező, milyen GMO-tartalom felett, stb.)	
	fogyasztói szuverenitásról, fogyasztói jogokról, azok tiszteletben tartásáról	
	az alkalmazandó kockázatelemzés, kockázatkezelés és kockázatkommunikáció módszereiről	
génmódosított vetőmagot termesztő vállalatok	a génmódosított élelmiszerek egészségügyi kockázatainak kommunikációjáról	
génmódosított élelmiszert előállító vállalatok	a tájékoztatás-informálás szükségességéről a fogyasztói felvetések, aggodalmak közvetlen megválaszolásáról	
Média	a génmódosított élelmiszerek egészségügyi kockázatainak kommunikációjáról	
biotechnológiai kutatók	a tájékoztatás-informálás szükségességéről, érdemleges módjairól, potenciális kutatási irányokról	
A kutatás terepe, helyszíne		
egy országra, régióra, területre koncentráló	Egyebek mellett Ausztrália, Dél-Afrika, Európai Unió, Egyesült Államok, Franciaország, Hollandia, Kanada, Katalónia, Magyarország, Nagy-Britannia, Németország, Írország, Új-Zéland	
összehasonlító	például Dánia-Svédország, EU-tagállamok, EU-USA,	

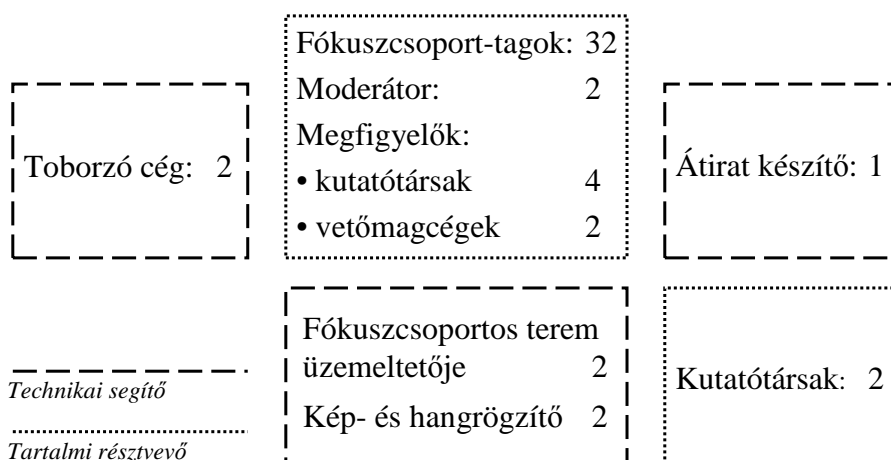
Forrás: Saját szerkesztés

5. melléklet A fókuszcsoporthoz készítésének szereplői

Az ábra a négy fókuszcsoporthoz beszélgetés előkészítésében, lebonyolításában és feldolgozásában résztvevő szereplőket mutatja be. Az ábra kitér a technikai támogatókra (toborzók, teremüzemeltetők, kép- és hangrögzítők, átiratot készítő), valamint azokra a tartalmi segítőkre, akikkel a vezérfonal megalkotása során konzultáltam, moderátorként részt vettek a beszélgetésben, megfigyelőként és az elemzés során közreműködtek a kutatásban. Az ábrában jómagam nem szerepelek. Ha tehát az ábra által érintett tevékenységeket az én részvételemmel teljes körűvé igyekeznék tenni, akkor a moderátorként (négy csoportból kettőt én moderáltam), átirat készítőként (2 fókuszcsoporthoz átirata, további két átirat részletes javítása), valamint kutatóként kerülnék az ábrába.

A fókuszcsoporthoz kutatási folyamat résztvevői

ELŐKÉSZÍTÉS ⇔ BESZÉLGETÉSEK ⇔ FELDOLGOZÁS



Forrás: Saját szerkesztés

6. melléklet Fókuszcsoporthoz toborzó kérdőív

A kutatás az élelmiszeralapanyag-gyártással foglalkozik, pontosabban az ezzel kapcsolatos kurrens lakossági ismeretekkel, attitűdökkel. Megalapozó, helyzetfelmérő, pilot-jellegű projektről van szó, ezért a beszélgetés résztvevői teljesen „átlagos” emberek.

Összesen 2 csoportot szervezünk, melyek résztvevői iskolázottságuk alapján különülnek el, egyéb szocio-demográfiai jellegzetességek alapján heterogén csoportokat szeretnénk.

Ami a fentiekben túl minden csoport minden résztvevője esetében igaznak kell lennie:

- (1) Valamelyest érdeklődik a világ eseményei iránt, és nem csak bulvárforrásokból tájékozódik, azaz
 - i. Politikai napilapok vagy
 - ii. Gazdasági hetilapok olvasója és
 - iii. Országos csatornák híradóinak rendszeres nézője.
- (2) Átlagos anyagi státusúak.
- (3) Fókuszcsoporthoz még sohasem vettek részt!

Jó napot kívánok! A Budapesti Corvinus Egyetem megbízásából csoportos beszélgetést szervezünk az élelmiszer termelés és fogyasztás aktuális kérdéseiről, erre szeretnénk meghívni. Kérem, szánjon 2 percet arra, hogy válaszol néhány kérdésemre. Kérem, mondja meg, hogy...

1. Neme		2. Hány éves Ön?	3. Mi az Ön anyanyelve?
<input type="checkbox"/> férfi → Kvóta! <input type="checkbox"/> nő → Kvóta!		Figyeld a kvótát! Ha nem 25 és 55 közt: FB	Ha nem magyar: FB
4. Hol lakik ténylegesen?		település:	kerület: Ha nem BP, vagy vonzáskörzete: FB
5. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége?	<input type="checkbox"/> Általános iskola (vagy kevesebb) → FB <input type="checkbox"/> Szakmunkás → FB <input type="checkbox"/> Érettségi → Kvóta! <input type="checkbox"/> Felsőfokú diploma, mégpedig: → Kvóta!	6/a Jelenleg mi biztosítja az Ön megélhetését? <input type="checkbox"/> Dolgozik <input type="checkbox"/> Tanul (felsőoktatásban) → Kvóta! <input type="checkbox"/> Gyes, gyed → Kvóta! <input type="checkbox"/> Katona, polgári szolgálatos, nyugdíjas, munkanélküli, egyéb eltartott → FB	
		6/b. Mi az Ön jelenlegi foglalkozása?	
7. Kivel él jelenleg közös háztartásban? (az összes vonatkozó választ jelöld!)		<input type="checkbox"/> Egyedül él <input type="checkbox"/> Partnerrel <input type="checkbox"/> Saját gyermekeivel. Gyerekek életkora:	
		<input type="checkbox"/> Szülőkkel <input type="checkbox"/> Egyéb:	

8. Kérem, sorolja fel azokat a napi- és hetilapokat, amelyeket rendszeresen - szinte minden számukat - olvas!	 <input type="checkbox"/> Nincs ilyen	
9.1 Szokott-e Ön televíziós hírműsorokat nézni? Melyik csatornán?		<input type="checkbox"/> Igen: <input type="checkbox"/> Nem	
9.2 Milyen gyakran néz híradót?		<input type="checkbox"/> Naponta <input type="checkbox"/> Hetente 3-4 alkalommal <input type="checkbox"/> Ennél ritkábban	
<p align="center"> Ha nem olvassa rendszeresen a Népszabadság, Magyar Nemzet, Népszava, Magyar Hírlap egyikét VAGY a HVG, Figyelő, ... minden számát VAGY nem néz legalább hetente 3-4 alkalommal híradót a mtv, RTL Klub vagy a tv2 valamelyikén, akkor FEJEZD BE! </p>			
10. Ha anyagi körülményeire gondol, mit mondana, melyik állítás illik Önre leginkább?		<input type="checkbox"/> Nélkülözések között élünk → FB <input type="checkbox"/> Hónapról hónapra anyagi gondjaink vannak → FB <input type="checkbox"/> Beosztással épphogy kijövünk <input type="checkbox"/> Elfogadhatóan élünk <input type="checkbox"/> Gondok nélkül élünk → FB	
11. Dolgozik, vagy dolgozott-e Ön, vagy valamelyik közvetlen hozzátartozója az alábbi területeken..?	<input type="checkbox"/> Újságírás, lapkiadás <input type="checkbox"/> Piackutatás <input type="checkbox"/> Szociológia, pszichológia <input type="checkbox"/> Marketing/Reklám <input type="checkbox"/> Élelmiszeripar (Bármelyik → FB)	12. Mikor vett Ön részt utoljára piackutatáson?	_____ hónapja (ha kevesebb mint 12 → FB) <input type="checkbox"/> Soha nem volt
<p> Ha minden feltételnek megfelelt, akkor kérd fel egy másfél órás csoportos beszélgetésre, ahol az élelmiszer termelés és fogyasztás aktuális kérdéseiről lesz szó. Kérd meg, hogy csak akkor jöjjön el, ha végig ott tud maradni! A csoport résztvevői érkezzenek a beszélgetés kezdete előtt 20 perccel! Résztvételüket 5.000 Ft értékű vásárlási utalvánnyal honoráljuk. </p>			

Az alany neve:

Mobilszáma:

.....

Lakcíme:

.....
.....

Melyik csoportra jön?

- ☐ 1. május 30. 17.00 óra (középfokú végzettségűek)
☐ 2. május 30. 19.00 óra (diplomások)

7. melléklet A résztvevők jellemzői és toborzásuk szempontjai

A táblázat a módszertani szakirodalomban tárgyalt szempontok mentén fogalmazza meg a lényegi módszertani megfontolásokat, szakmai-elméleti ajánlásokat, valamint ezek alapján a kutatásomhoz szervezett fókuszcsoporthoz jellemzőit.

Szempont	Lényegi megfontolás, szakmai-elméleti ajánlás	A kutatásom jellemzői
Csoportok száma	Tartalmi: A következő csoport már további lényegi elemet, szempontot, jellemzőt nem tárna fel. Hozzáférhetőségi: Finanziális, infrastrukturális keretek.	2-2 csoport 2006-ban és 2010-ben
Csoportméret	A klasszikusnak, ideálisnak mondott 6-10, 8-12 fő, de létezik minicsoport, triád, diád.	Minden alkalommal 8 fő
Heterogenitás-homogenitás (aránya)	Homogén csoport: közlékenységet elősegítő otthonosság-érzet (nem, kor, státusz). Heterogén csoport: több/minden perspektíva képviselője jelen van. Külső szegmentáció: csoportok közötti heterogenitás.	Nem és kor szerint vegyes csoportok, lakhely szerint fővárosiak, a homogenitást adott csoporton belül a legmagasabb iskolai végzettség jelentette.
Reprezentativitás	Általában nem a teljes lakosságra, hanem például jól körülhatárolt csoportot érintő feltárandó problémánál az adott csoportra (társadalomkutatás), vagy tesztelendő termék, reklám stb. célcsoportjára (piackutatás) vonatkozóan merül esetleg fel a reprezentativitás igénye.	A reprezentativitás nem volt cél, átlagos élelmiszerfogyasztók véleményét, véleményalkotási folyamatát vizsgáltam.
Ismeretség	Csoportdinamikai szempontból előnyösebb, ha ismeretség szempontjából homogén a csoport, azaz mindenki ugyanúgy nem ismeri vagy ismeri egymást, a fókuszcsoporthoz kívüli viszonyok befolyását ismeretlenek választása minimalizálja.	A tagok előzetesen ismeretlenek voltak egymás számára, először a fókuszcsoporthoz alkalommal találkoztak egymással.
Toborzás módja	Több lehetséges forrás, mód: nyilvános adatbázis; toborzó cég adatbázisa; spontán, utcai toborzás; hólabda módszer; egyéb.	Utcai toborzás

Forrás: Letenyei [2005], Síklaki [2006], Vicsek [2007] nyomán saját szerkesztés

A rekrutáció során a klasszikus sémát követtem, amennyiben négy, keresztkontrollálásra alkalmas [lásd például Oblath 2007] a végzettség és a

tájékozottság szempontjából homogén csoportot szerveztem. A fókuszcsoportos beszélgetéshez az alanyokat toborzó cég segítségével kerestem, kiválasztásukhoz szűrőkérdőívet használtunk. A kvantitatív kutatásokban alkalmazott kérdőívekhez hasonló szűrőkérdőívet a toborzás szervezettsége, a rekrutáció és adminisztráció egyszerűsítése érdekében alkalmazzák, statisztikai feldolgozás a szűrőkérdőív demográfiai adatai alapján, illetve mentén alapvetően nem történik [Oblath, 2007].

Valamennyi alkalommal professzionális toborzó cég szolgáltatásait vettük igénybe, de más vállalkozását 2006-ban és 2010-ben. A váltás mögött alapvető megfontolásként a toborzás problémái (főként a határidő-tartás, a kizárás alá eső szereplő meghívása, az arányok tartása a heterogén csoporttagság érdekében) ellenére sem a vállalkozás lecserélésnek igénye állt. Az ok elsősorban az volt, hogy a moderátori szerepet 2010-ben magam szerettem volna végigvinni, s nem komplex csomagban igénybe venni a fókuszcsoport előkészítését és a beszélgetés lefolytatását egyben kínáló korábbi cég szolgáltatását.

Összességében 19 nő és 13 férfi vett részt a csoportokban, a legfiatalabb tag 25, a legidősebb 55 éves volt, átlagéletkoruk összességében 41 év volt. A demográfiai alapadatokon túl szerepel a táblázatban a szűrőkérdőív kiemelt szempontja (médiafogyasztási szokások, tájékozódás forrása), valamint a fókuszcsoportos beszélgetés során feltárt étel- és italbeviteli helyszínek. De Cock Buning és szerzőtársai [2011] besorolják a résztvevőiket aszerint is, hogy a GMO témájában mennyire informáltak. Esetükben annak alapján teszik ez, hogy a résztvevőiknek e kérdés esetleg szakmájába vág (maguk is például mezőgazdasági termelők), valamint, hogy volt-e például az adott régióban helyi GMO-vita, amelyen a kutatási alanyaik részt vettek. A fogyasztói véleményeket vizsgáló fókuszcsoportos kutatásokban a kutatási céltól függően vegyes a kép az alanyok előzetes tudását és GMO-hozzáállását illetően. A kutatások túlnyomó része számára azonban nem ez a lényegi csoportszervezési megfontolás, hanem csakúgy mint e vizsgálat fókuszcsoportjainak esetében az átlagos fogyasztó, a hétköznapi étel- és italbeviteli véleményének a feltárása.

A fókuszcsoporthoz résztvevőinek jellemzői

Résztvevők	2006/1	2006/2	2010/1	2010/2
Szám (fő)	8	8	8	8
Átlagéletkor (év)	43	39,5	42,5	39
Legfiatalabb-legidősebb (év)	32-55	29-48	26-55	25-48
Nem (nő+férfi)	5+3	4+4	4+4	6+2
Lakhely	Budapest	Budapest	Budapest és környéke	Budapest
Legmagasabb isk. végzettség	középfokú	felsőfokú	középfokú	felsőfokú
Jövedelmi helyzet	elfogadhatóan élünk	elfogadhatóan élünk	elfogadhatóan élünk	elfogadhatóan élünk
Elsődleges bevásárlási helyszín	hipermarket piac	vegyes	vegyes hipermarket	vegyes hipermarket piac
További helyszín	piac	-	piac MAGOSZ bolt	piac
Élelmiszeripari, mezőgazdasági érintettség	nincs kertészkedés	nincs	nincs Szedd magad! kiskert	nincs zöldség ön-ellátás
Nézett TV-híradók	M1, TV2, RTL	M1	TV2, RTL	M1, TV2, RTL
	DunaTV	TV2, RTL, CNN	M1, Echo, HírTv	HírTv, ATV
	-	DunaTV	ATV	CNN
	HírTv, ATV	HírTv, ATV	DunaTV, CNN	BBC-News
Olvasott gazdasági, politikai újságok	Népszava Magy. Nemzet	Népszabadság Magy. Nemzet	Magyar Hírlap Magy. Nemzet	Magy. Nemzet Magyar Hírlap
	HVG Népszabadság	HVG, Figyelő	HVG	HVG, Figyelő
	168 óra	Magyar Hírlap	Figyelő	Népszabadság Népszava
	Magyar Hírlap	-	Népszabadság Népszava	-

Forrás: Szűrőkérdőívek és a fókuszcsoporthoz beszélgetések átiratai

8. melléklet Fókuszcsoporthoz vezérfonal

1 – bevezetés

10 perc

A moderátor bemutatkozik

Bemelegítő kör

2 – A mindennapi ételkészítés

20 perc

Gondoljuk végig közösen, hogy milyen változások jelentős történetek az utóbbi 10 évben az élelmiszerek termelésében MAGYARORSZÁGON! Szedjük össze, hogy miket tartunk jelentős változásoknak! (MODERÁTOR KÁRTYÁKRA ÍRJA EZEKET!)

Most menjünk végig egyenként a felsoroltakon, és döntsük el, hogy összességében ezek inkább jó, vagy rossz fejleménynek számítanak-e a MI SZÁMUNKRA!

[Minden felvetett témával kapcsolatban pro- és kontra érveket is igyekszünk gyűjteni, és azután a végén mindegyikről eldöntjük, hogy összességében a jó vagy rossz fejlemény csoportba kerülnek-e.]

Gondoljuk át még egyszer ezt a témát – a következő részterületekről eszetekbe jut-e még valamilyen fontos fejlemény?

[A moderátor rákérdez minden részterületre, és ha elhangzik újabb „fejlemény”, az előzőek szerint azt is besoroljuk a jó/rossz csoportok valamelyikébe.]

- a gazdálkodás
- az élelmiszer feldolgozás
- az elosztás, terjesztés, csomagolás, kiskereskedelem
- egészségügyi vonatkozások
- környezeti hatások
- az élelmiszeripar szabályozása (van-e bármi, ami erős, vagy hatékonyan érvényesül)
- az élelmiszer minőségben (például ízek, biztonság, kényelem, változatosság)

Elég sok dolgot összegyűjtöttünk az elmúlt percekben. Összefoglalva mit mondanátok, mindezek együtt eredményeztek-e markáns változásokat az élelmiszer-gyártásban? Miért?

Összességében milyen nyereségünk és milyen veszteségünk származott ebből nekünk, hétköznapi embereknek? Miért?

Végülis mit gondoltok, melyek azok a legfontosabb okok, amelyek e változások hátterében állnak?

Prompt: hogyan jelentkeznek ebben a fogyasztói igények, kereskedelmi érdekek, gyártók, gazdálkodók, agro-cégek, szabályzó hatóságok (országos vagy helyi, netán európai) szempontjai?

Mit gondoltok, hová vezetnek a változások? Merre tartunk? Mi lesz az élelmiszerekkel 10 év múlva?

Mitől vonzó, elfogadható egy élelmiszer?

Mitől gondoljuk úgy, hogy biztonságos? Hogy kedvező? Hogy egészséges? (Fontos-e ez, melyik fontos?)

Mitől gondoljuk azt, hogy nem az, hanem éppen ellenkezőleg, nem vonzó, nem elfogadható?

Honnan, kitől tudjuk ezt meg? Ki mondja ezt meg a fogyasztónak? Ki a hiteles ebben?

3 – GMO növények és élelmiszerek

15 perc

Vegyetek magatok elé egy papírt, mondani fogok egy kifejezést. Írjátok le, hogy melyek az első gondolataitok, amelyek eszetekbe jutnak erről! Ne gondolkozzatok, csak írjátok le mindent, ami eszetekbe jut! A kifejezés a **genetikailag módosított élelmiszer**.

1 perc után: olvassátok fel, hogy mit írtatok, és próbáljuk megfejteni, miért épp' ez jutott az eszetekbe!

Ha megnéznénk egy enciklopédiában a kifejezés értelmét, akkor valami ilyesmit találnánk ott:

[A moderátor felolvassa és megmutatja a definíciót.]

Definíció: Génmódosított élelmiszer

Génmódosított alapanyagot (például szóját) tartalmazó élelmiszer vagy maga a génmódosított termés (például csemegekukorica, paradicsom).

A génmódosítás során a növények örökítő anyagába más élőlényből – baktériumból, növényből, állatból – ültetnek át idegen génszakaszt. Ezzel az alapnövény bizonyos tulajdonságait változtatják. A ma forgalomban lévő génmódosított vetőmagvak túlnyomó része ellenálló a termesztése során felmerülő behatásokkal szemben, azaz túléli a vegyszerezést vagy ellenáll a legfőbb kártevőjének.

Miben más ez, mint amit Ti gondoltatok?

Emlékeztek-e arra, hogy korábban hol, milyen témában hallottatok erről a dologról?

Hallottatok-e eltérő véleményeket erről? Kiktől? Miket?

Végül is mit gondoljunk, milyen következményei vannak a genetikailag módosított alapanyag használatának az élelmiszergyártásban?

Összességében mi a Ti véleményetek a genetikailag módosított élelmiszerekről?

4 – konkrét példák

20-25 perc

Eddig általánosságban beszéltünk a genetikai módosításról az élelmiszeriparban. Most egy konkrét példát is szeretnék megbeszélni Veletek. Ez a következő:

Példa: Termesztett növények - szója, kukorica

Génmódosított növényeket a világ 21 országában tesztenek. Főleg génmódosított szóját: ma a Földön összesen termesztett szójamennyiségnek több mint a fele ilyen. A második legelterjedtebb a kukorica, esetében ez az arány 20 százalék. Messze a legnagyobb termelő az Egyesült Államok. Az EU-ban tavaly engedélyezték a génmódosított kukorica termesztését. A 25 tagállam közül Cseh-, Francia-, Német- és Spanyolországban, valamint Portugáliában vetettek belőle kis mennyiségben. Magyarország tavaly moratóriumot jelentett be, azaz egyelőre tilos bármilyen génmódosított vetőmag importja, vetése, használata. Feldolgozott állapotban, élelmiszerként azonban az EU-ban engedélyezett génmódosított termékek bekerülhetnek a magyar boltokba is. Ez esetben a csomagoláson jelölni kell, hogy a termék génmódosított összetevőt tartalmaz.

[Moderátor felolvassa a példát, átadja a leírást.]

Mit gondoltok ezekről a fejleményekről?

Mindez általában jó vagy rossz? Milyen szempontból értékelhető jónak és milyenből rossznak?

Milyen előnyöket hozhat? Kinek? (termelő, fogyasztó, stb.)

Kinek áll ez érdekében? Milyen termelőknek, gazdálkodóknak, cégeknek, vállalatoknak áll az érdekében? Miért?

Szerintetek kik fogyasztanak ilyen élelmiszert? Miben hasonlítanak ők hozzánk? ÉS miben térnek el?

Mennyire tartjátok kíváncsinak vagy szükségesnek a termesztett növények genetikai módosítását?

Prompt: Milyen megfontolások? (egészségi, biztonsági, etikai vagy környezeti megfontolások)

5 – bizalom

15-20 perc

Most néhány jellemző álláspontot ismertetek majd veletek a GMO-kkal kapcsolatban:

[A moderátor egyenként olvassa fel az alábbi álláspontokat. Ha a csoport igényli, a felolvasást megismétli.]

Jelenlegi szabályozás Magyarországon

„Bár még nem bizonyosodott be, hogy a génmódosított élelmiszerek károsak lennének az emberi egészségre, ennek ellenére olyan szabályozásra van szükség, amely biztosítja a fogyasztók szabad választását. Ezért szükség van a GM termékek külön jelölésére.” (FVM honlap)

GMO kukoricát előállító cég, Magyarországon

GMO kukoricát előállító cég, Mo-on: „Magyarországon az ellenpropaganda miatt termelői és fogyasztói oldalról is most még idegenkedés tapasztalható a GM növények iránt. Ugyanakkor egy tavalyi felmérés szerint a nagyobb területen dolgozó magyar gazdák 72 százaléka termelne genetikailag módosított növényeket.” (Bíró János (Syngenta) és Czepó Mihály (Monsanto), Greenfo)

Zöld szervezet

„A fogyasztók nem tudják, hogy mit vásárolnak. Egy hónappal ezelőtt hívtuk fel a hatóság figyelmét, hogy kapható a boltokban olyan húskonzerv, amelyik génmódosított összetevőkből készült és nincs címkézve... Azóta nem történt érdemben semmilyen lépés”
„Aggasztónak találjuk, hogy a mai napig nem készültek olyan független, részletes vizsgálatok, melyek a GM élelmiszerek biztonságát megállapították volna.” (Nemes Noémi, a Greenpeace kampányfelelőse, RTL Klub Híradó és Greenpeace honlap).

Génmódosított növények előállításával foglalkozó kutató

„A GM-ügyben hasonló történik mintha bármelyikünk, mint abszolút laikus, odamenne a Rolls-Royce gyárba, és azt mondaná a gyár főmérnökének: megtiltom magának azt, hogy a csavarhúzókat használja a gépkocsi összeszerelésekor. Tehát nem azzal foglalkozunk, hogy a Rolls-Royce jobb mint a Trabant, hanem azzal, hogy a csavarhúzó – a mi esetünkben a géntechnológia – használata a folyamatban betiltandó.” (A fogyasztói és civil ellenállásról Dudits Dénes, kutató, Szegedi Biotechnológiai Központ, IPM, 2006. április)

Élelmiszerbiztonsági kutatók

„Napjainkig a genetikailag módosított élelmiszerek fogyasztásának semmilyen egészségkárosító hatása nem ismert.” (WHO, in: Zöld Biotechnológia, 2005. augusztus, 7. o.)

Csak rövid – többnyire hat hetes – állatetelési kísérletek folytak, amelyek nem alkalmasak arra, hogy kimutassák, mi történik az emberben, ha egy terméket hosszú ideig, rendszeresen fogyaszt. (Magyar Élelmiszer-biztonsági Hivatal kutatója, személyes megbeszélés)

Minden esetben megbeszéljük:

- Összességében mit gondoltok erről az álláspontról? Miben értetek egyet és mivel vitatkoznátok?
- Szerintetek kinek az állásfoglalását hallottuk? Miért?
- [Miután a moderátor felfedte a nyilatkozatot tevőt:]
- Mennyire hiteles, amit mond?
- Mivel tehetné hitelesebbé a mondandóját?
- Milyen szerepe, felelőssége van GMO ügyben az adott szereplőnek, mi volna a feladata?
- Mennyire tud ennek az elvárásnak megfelelni?

A végén:

- Összességében Ti melyik állásponttal rokonszenveztek leginkább? Miért?
- Visszatérni a „mitől legitim a fogyasztó számára egy termék/élelmiszer” témára, immár GMO specifikusan:
- Mitől vonzó, elfogadható egy élelmiszer? Mitől gondoljuk úgy, hogy biztonságos? Hogy kedvező? Hogy egészséges? (Fontos-e ez, melyik fontos?)
- Mitől gondoljuk azt, hogy nem az, hanem éppen ellenkezőleg, nem vonzó, nem elfogadható?
- Honnan, kitől tudjuk ezt meg? Ki mondja ezt meg a fogyasztónak? Ki a hiteles ebben?

6 – társadalmi részvétel és cselekvőképesség

10 perc

Szerintetek nekünk mekkora beleszólásunk van a hasonló, GMO-val kapcsolatos ügyekbe? Miért?

Ti személy szerint igényelnétek nagyobb beleszólási lehetőséget? Pontosan mit-hogyan?

Szerintetek mennyit lehet megtudni hasonló esetekben a médiából? Honnan mennyire hiteles?

Ha Ti magatok szeretnétek tájékozódni, hogyan-honnan tennétek meg azt?

Ismertek-e olyan szervezetet, személyt, aki támogatja a genetikai módosítást, és nyilvánosan is beszél erről, közvetlen lépéseket is tesz ezügyben? Kiket?

Mi a véleményetek az akcióikról?

Ismertek-e olyan szervezetet, kezdeményezést, amely helyteleníti a genetikai módosítást és közvetlen lépéseket is tett ezügyben? Kiket?

Mi a véleményetek az akcióikról?

7 – Befejezés

5 perc

Van-e még valami, a témával kapcsolatban eszetekbe jutott és fontosnak tartanátok elmondani? Beszéljük meg!

Köszönjük a részvételeket, nagyon érdekes volt, amit elmondtatok!

9. melléklet Részvételi technikák a GMO döntéshozatalban

. A Loka Intézet gyűjteni igyekszik valamennyi olyan kezdeményezést, ahol – ahogy ők nevezik – dán típusú, állampolgárok részvételével történő, mérlegelő konszenzus konferenciát szerveznek. Ez nem minden esetben jelent valóban konszenzus konferenciát, lehetséges, hogy csupán az elveit és bizonyos lépéseit követi a helyi módszertan. Összességében ilyen típusú technológia-értékelésből közel nyolcvan tart számon a Loka Intézet, amelyek közül 20 mezőgazdasági, élelmiszeripari géntechnológiára vonatkozik [Loka, 2011].

Géntechnológia témájú konszenzus konferenciák

Téma	Helyszín, időpont
Génmódosított élelmiszerek	Nagy-Britannia, 1994; Norvégia, 1996; Franciaország, 1998; Dél-Korea, 1998; Dánia, 1999; Svájc, 1999; India, 2000; Japán, 2000; Argentína, 2000; Brazília, 2001; Belgium, 2003; Egyesült Államok, 2003
Géntechnológia az élelmiszerláncban	Ausztrália, 1999; Kanada, 1999
Génmódosított növények	Új-Zéland, 1996 és 1999; Belgium, 2003
Biotechnológiai növényvédelem	Új-Zéland, 1999
Transzgénikus, génmódosított állatok	Dánia, 1992; Hollandia, 1993

Forrás: Loka [2011] nyomán saját szerkesztés

A táblázat bizonyosan nem tartalmaz minden ilyen témájú részvételi eseményt, hiszen az irodalomban gazdagon tárgyalt Nagy-Britanniai GM Nation-t sem, annak ellenére, hogy a több pilléres folyamatban állampolgári tanácsokat is szerveztek. A fentieken túl Birner és Alcaraz [2004] konszenzusra irányuló részvételi módszerként mutatja be a “Discourse on Green Genetic Technology” érintetti párbeszéd sorozatot Németországban (2001), a GM növényekről és a szabadföldi kísérletekről szóló vitát Franciaországban (2002), valamint az EU élettudományi és biotechnológiai stratégiáját tárgyaló stakeholder konferenciát (2001). A részvételi módszereknek, a közösség bevonásának a szükségességét azóta több ENSZ dokumentum és konferencia is propagálja, kiváltképp a fejlődő országok vonatkozásában [UNEP, 2002, 2005].

Publikációk jegyzéke

A Ph.D. disszertáció témájához kapcsolódó munkáim.

Tanulmányok

Matolay Réka [2005]: *A biotechnológiai közösségek*. Műhelytanulmányok. 69. szám. Budapesti Corvinus Egyetem. Vállalatgazdaságtan Intézet. Budapest. December. 49 p.

Pataki György, Balázs Bálint, Matolay Réka és Szántó, Richárd [2008]: *Az agrár-biotechnológiai szektor társadalmi legitimációs stratégiái Magyarországon*. Zárótanulmány. OTKA. 13 p.

Pataki György és Matolay Réka [2008]: *A magyar mezőgazdaság jövője a GMO-mentesség szempontjából*. Tanulmány a Green Capital Zrt. megrendelésére, Budapest, október. 69 p.

Pataki György és Matolay Réka [2008]: *Economic Impacts of the Introduction of GMO-s in the Hungarian Agriculture*. (Ez „A magyar mezőgazdaság jövője a GMO-mentesség szempontjából” című tanulmány angol változata, amely az Európai Bizottság honlapján a „Genetically Modified Food and Feed” oldalán a Magyarország tanulmány. URL: http://ec.europa.eu/food/food-biotechnology/reports_studies/docs/Hungary_impact_GMOs_en.pdf)

Matolay Réka [2012]: *Génmódosított élelmiszerek és a fogyasztók: fókuszcsoportos vizsgálatok*. Műhelytanulmányok. 150. szám, Budapesti Corvinus Egyetem. Vállalatgazdaságtan Intézet. Budapest. December. 62 p.

Konferencia előadások

Matolay Réka és Balázs Bálint [2006]: *Food Safety Perceptions of GMOs by Hungarian Consumers: A Focus Group Analysis*. Poster for the First International Congress on Food Safety: „Nutrition and Food Safety – Evaluation of Benefits and Risks” of SAFE Consortium. 11-14 June. Budapest.

Matolay Réka [2006]: *Legitimacy Strategies of Agri-Biotechnology Companies in Hungary*. In: Corporate Responsibility Research Conference. Trinity College. 4-5 September. Dublin. Ireland.

Matolay Réka és Wimmer Ágnes [2008]: *Corporate Social and Business Performance*. In: Csutora, Mária és Marjainé Szerényi Zsuzsa (szerk.): EMAN-EU Conference. Sustainability and Corporate Responsibility Accounting – Measuring and Managing Business Benefits. 6-7 October. Corvinus University of Budapest. Budapest. 39-42.

Matolay Réka [2010]: *Consumer Perceptions on GMO-s*. In: 7th International Conference of PhD Students. University of Miskolc. 8-12 August. Konferenciakötet. Economics Section. Miskolc. 63-68.

Matolay Réka [2010]: *Legitimacy Strategies in Emerging Industries: The Case of Agri-Biotechnology*. In: 7th International Conference of PhD Students. University of Miskolc. 8-12 August. Konferenciakötet. Economics Section. Miskolc. 69-72.

Matolay Réka [2010]: *CSR in Agri-biotechnology: Managing a Highly Controversial Stakeholder Field*. In: Corporate Responsibility Research Conference. Euromed Management School. 15-17 September. Marseille. France.

Matolay Réka [2011]: *Legitimacy Argumentation of Stakeholders on Agri-Biotechnology: The GMO Debate in Hungary*. European Sociological Association (ESA) 10th Conference. Université de Genève. 7-9 September. Geneve. Switzerland.

Cikk

Matolay Réka [2010]: Vállalatok társadalmi felelősségvállalása: hatékonysági vonzatok. *Vezetéstudomány*. 7-8. szám. 43-50.

Könyvfejezet

Matolay Réka és Wimmer Ágnes [2009]: A fenntarthatóság kérdései. In: Wimmer Ágnes (szerk.): *Üzleti teljesítménymérés és -menedzsment az ellátási láncban*. Budapesti Corvinus Egyetem. Vállalatgazdaságtan Intézet. Budapest. 8. fejezet. 101-108.

Matolay Réka és Pataki György [2010]: Részvételi döntési technikák. In: Esse Bálint, Gáspár Judit, Könczey Kinga, Matolay Réka, Pataki György, Szántó Richárd, Topcu Katalin, Tóth Ferenc, Wimmer Ágnes és Zoltayné Paprika Zita: *Döntési technikák*. Budapesti Corvinus Egyetem. Döntésmélet Tanszék. Budapest (Harmadik, átdolgozott kiadás). 10. fejezet. 261-289.

Egyéb közlemények

Matolay Réka [2000]: Géntechnológia – Biobiztonság. *Figyelő*. Február 10.

Matolay Réka és Szirmai S. Péter [2001]: Veszélyes mesterséges táplálékok – Mit eszünk? *Figyelő*. Február 14.