

**Budapesti Corvinus Egyetem
Szociológia és Társadalompolitika Intézet**

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Gulyás Emese

**Az etikus fogyasztás mint a közügyekben való
részvétel**

című Ph.D. értekezéséhez

Témavezető:

Dr. Wessely Anna

Tanszékvezető egyetemi docens, Eötvös Lóránd
Tudományegyetem

© Gulyás Emese

Tartalomjegyzék

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása	3
II. Alkalmazott módszerek	12
III. Az értekezés eredményei	14
IV. Főbb hivatkozások	21
V. Fontosabb saját és társszerzős publikációk a témában	26

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása

A disszertáció tárgya az etikus fogyasztás. A kifejezéssel manapság elsősorban a fejlett ipari országok lakói körében egyre népszerűbb magatartásokat jelölik, melyek során *az egyén és közössége számára fontosnak tartott értékek, követendőnek tartott normák tudatosan érvényesülnek a fogyasztói döntésekben.*

Az értekezés során az etikus fogyasztás azonosításához megfigyelt magatartásformákat veszem alapul. Ehhez Cooper-Martin és Holbrook 1993-as empirikus kutatása nyújt kiindulópontot, amely alapján az etikus fogyasztás cselekvési formái hat csoportba sorolhatók: a (1) nemfogyasztás, (2) értékelvű hétköznapi vásárlás, (3) bojkott, (4) pozitív bojkott (buycott), (5) óvatos, megóvó használat, és a (6) használat utáni gondos elhelyezés, ártalmatlanítás.

Az etikus fogyasztás, mint a közügyekben való részvétel

Az 1990-es évektől fokozatosan a globális problémákra reagáló nemzetközi mozgalommá szélesedő etikus fogyasztásnak az elméleti kutatómunka során hat értelmezését különítettem el. A helyenként egymással átfedő irányzatok más-más elméleti

modellel magyarázzák a magatartást, illetve eltérő hangsúlyokkal mutatják be, hogy az etikus fogyasztók milyen jelentést tulajdonítanak döntéseiknek. Ezek alapján a hat főbb megközelítés:

- (1) a jelenséget racionális fogyasztói magatartásként, önérdékkövető cselekvésként értelmező irányzat (például D'Astous és Legendre 2009, De Pelsmacker et al. 2006, Freestone és McGoldrick 2008, Harrison et al. 2005, Leigh et al. 1988, Sen et al. 2001, Shaw és Shiu 2002, Uusitalo és Oksanen 2004),
- (2) az etikus fogyasztást az értékek kommunikációjára irányuló folyamatként leíró kutatások (Adams és Raisborough 2008, Cherrier 2005 és 2007, Dombos 2008, Douglas 1996 és 1997, Douglas és Isherwood 1996, Lyon 2006,).
- (3) az etikus fogyasztást a fogyasztás, a fogyasztói társadalom (ön)kritikájaként értelmező elmélet (Kocsis 2002, Soper 2007),
- (4) „tisztes fogyasztás” a fogyasztói magatartás etikáját vizsgáló kutatások (Muncy és Vitell 1992, Al-Khatib et al. 1996, Chatzidakis et al. 2006, Phillips et al. 2005)
- (5) a felelős fogyasztásról értekező tanulmányok, melyek a fogyasztáson keresztüli felelősségvállalást és altruista cselekvést állítják középpontba (Anderson és Cunningham 1972, Antil

1984, Cooper-Martin és Holbrook 1993, Mohr et al. 2001, Miller 2001, Székely 2003, Freestone és McGoldrick 2008, Shaw et al. 2005, Watson 2006, Webster 1975),

(6) végül pedig a politikus fogyasztást tárgyaló, az etikus fogyasztást társadalmi szabályozó eszközként értelmező irányzat (Andersen és Tobiasen 2004, Beck 2005, Beck 2006b, Clarke et al. 2007, Dickinson és Carsky 2005, Dickinson és Hollander 1991, Gáti 2009, Goig 2007, Halkier és Holm 2008, Holzer és Sørensen 2003, Koos 2011, Micheletti 2003, Nelson et al. 2007, Shaw 2007, Schudson 2006, Youde 2009).

A disszertáció ez utóbbi irányzatba tagozódik. A választás oka, hogy a szociológia tudománya eddig kevés figyelmet szentelt a fogyasztás részvételi indíttatásainak megértésének, holott az egyik legrészletesebben kidolgozott kortárs szociológiai elmélet, Beck reflexív modernizáció és szubpolitika koncepciója kiváló támpontot és fogalmi keretrendszert kínál e feladathoz. Kutatásom célja, hogy hozzájáruljon az etikus fogyasztás részvételi indíttatásának minél alaposabb szociológiai megértéséhez.

Az *etikus fogyasztást politikus fogyasztásként* értelmező irányzat a fogyasztói döntések instrumentális jellegére, politikai nyomásgyakorló lehetőségeire helyezi a hangsúlyt. Ezek a

tanulmányok a fogyasztókat nemcsak piaci, hanem politikai cselekvőként is szerepeltetik.

A politikus fogyasztás elemzőinek egy része a kínálati oldal intézményeit – a különböző minősítési rendszereket, etikus befektetési alapokat, termékcímkéket, szektorokon átívelő partnerségi projekteket – vizsgálja. Mások az etikus fogyasztói és a politikai attitűdök közötti kapcsolatra hivatkoznak és igyekeznek mikro-szintű empirikus érvekkel is alátámasztani ezt (Andersen és Tobiasen 2004, Clarke et al. 2007, Gáti 2009, Halkier és Holm 2008, Klein et al. 2002, Koos 2011, Low és Davenport 2007, Nelson et al. 2007, Shaw 2007).

A mikroszinten megfigyelt jelenséget Ulrich Beck reflexív modernizáció és szubpolitika elmélete írja le a makroszociológia nyelvén (Beck 2003, 1997a, 2005). Beck elmélete egységes keretben foglalja össze a fogyasztók/állampolgárok változó környezeti érzékenységét, a globalizáció hatását, és mindennek politikai jelentőségét. Ráadásul Beck maga is sokszor hivatkozik a fogyasztókra és a fogyasztói mozgalmakra elméletének kifejtése során.

Az értekezés előzményei tehát az említett, az etikus fogyasztást politikus fogyasztásként értelmező kutatások: ezen belül is a

mikro-szintű vizsgálatokat folytató munkákhoz csatlakozik. Elméleti és fogalmi szinten pedig Beck reflexív modernizáció és szubpolitika elméletét veszi alapul.

Kutatási kérdés

Az értekezésben megválaszolt fő kutatási kérdés így hangzik: *értelmezhető-e az etikus fogyasztás a közügyekben való részvételként?* A válasz két hipotézis igazolásával születik meg. Zárójelben azokra a munkákra hivatkozom, amelyek korábban hasonló eredményre jutottak

- (1) Az etikus fogyasztói döntések indíttatásai közé tartozik, hogy azok változások eléréséhez járuljanak hozzá a fogyasztó számára fontos ügyekben (Andersen és Tobiasen 2004, Clarke et al. 2007, Halkier és Holm 2008, Klein 2002, Low és Davenport 2007, Shaw 2007).
- (2) Az etikus fogyasztók aktívan politizálnak, azaz
 - (a) más politikai részvételi formákat is gyakorolnak (Clarke et al. 2007, Gáti 2009, Nelson et al. 2007, Koos 2011, Schor és Willis 2009),
 - (b) érdeklődnek a politika iránt (Nelson et al. 2007),

(c) másokkal is megvitatják politikai nézeteiket (Nelson et al. 2007).

A hipotéziseket fogyasztás jelentésadó és jelentésközvetítő szerepéből kiindulva (Douglas és Isherwood 1996), illetve az etikus fogyasztást politikus fogyasztásként vizsgáló kutatások eredményei alapján fogalmaztam meg.

Az első hipotézis Beck következő elméleti megállapításaira épül: (1) a szubpolitizált társadalom olyan civil társadalom, amely saját kezébe veszi problémáinak megoldását (1997a), (2) a demokrácia eszméi oly mértékben internalizálódtak, hogy a politika az egyéni élet színtereire is beszivárgott (Beck 1997a, 2003), illetve hogy (3) a fogyasztók/állampolgárok érzékelik a globalizációval összefüggő gazdasági folyamatok negatív mellékkövetkezményeit (Beck 1998).

A hipotézis további elméleti megalapozásához hozzájárult, hogy az etikus fogyasztás célelérési, instrumentális indíttatását tartják e magatartás megkülönböztető jegyének azok a munkák, amelyek az értékorientált fogyasztást politikus fogyasztásként értelmezik. Végül a feltételezés empirikus előzményeül szolgáltak azok a korábbi kutatások, amelyek igazolták az etikus fogyasztás célelérési indíttatását, például Klein és szerzőtársai (2002),

Andersen és Tobiasen (2004), Halkier és Holm (2008), Shaw (2007) munkái.

Tekintettel arra, hogy a fogyasztói döntések soha nem egyetlen okra vezethetők vissza, hanem több körülmény interakciójában születnek, az empirikus munka során azt is vizsgáltam, *hogy a részvételi mellett milyen más indíttatásai lehetségesek az etikus fogyasztásnak, és hogy ezek hogyan viszonyulnak egymáshoz.* Van-e olyan, amelyik esetleg jobban érvényesül a többinél. A hipotézisek vizsgálata során ezért kitértem annak a kérdésnek a megválaszolására is, hogy az etikus fogyasztók motivációi közé tartozik-e, hogy ezzel a magatartásukkal: felelősséget vállalnak másokért (közeli és távoli érintettek, családtagok stb.), kivívják mások elismerését, közösségi élményben lehet részük, kényelmesebbé teszik életüket, jobb áron juthatnak termékekhez, egészségesebben élhetnek, változatosabbá tehetik fogyasztásukat? A lehetséges alternatív magyarázókat a fogyasztói magatartás általános irodalma alapján válogattam ki.

A második hipotézis elméleti szinten a szubpolitika elképzelés azon állításán nyugszik, hogy a szubpolitizálódás során a politikai rendszeren kívül egy új politikai kultúra formáiban (civil kezdeményezések, társadalmi mozgalmak) feltámad a politikai

részvétel igénye (Beck 2003). A feltételezés empirikus előzményeinek tekinthetők azok az kutatások, amelyek korábban rámutattak az etikus fogyasztók politikai aktivitására, illetve az etikus fogyasztás kapcsolatára más részvételi formákkal (például Clarke 2007, Gáti 2009, Nelson et al. 2007, Koos 2011, Schor és Willis 2009).

Az állítás igazolásával az világítható meg, hogy a változásokat elérni kívánó etikus fogyasztás együtt jár a politikai részvétel más formáival is, és a politikailag aktív állampolgárok gazdag részvételi eszköztárának részét képezi. E hipotézis vizsgálatának keretében foglalkoztam azzal, hogy az etikus fogyasztók milyen egyéb módon vesznek még részt a közügyekben, milyen részvételi formákat részesítenek előnyben.

A hipotézisben megfogalmazott politikai aktivitás lehetséges magyarázata, hogy az etikus fogyasztók nem bíznak a politikai intézmények hatékonyságában (Holzer és Sørensen 2003, Micheletti 2003), de a demokrácia eszméivel nagy mértékben azonosulnak és követik ezeket (Beck 2003). Ezért a második hipotézis vizsgálata során arra is kitértem, hogy az etikus-politikus fogyasztók mit gondolnak a reprezentatív demokrácia politikai intézményeinek és a gazdaság szereplőinek a közügyekre gyakorolt befolyásáról.

Első olvasatra talán nem tűnik túl ambiciózusnak, hogy az értekezés során mindössze egy két részből álló kutatási kérdést megválaszolására vállalkoztam. Ám a helyzetértékeléshez hozzátartozik, hogy 2004-ben, a doktori kutatás kezdetén, a patrióta indíttatású fogyasztást megemlítő történeti kutatásokat leszámítva szinte semmit nem lehetett tudni az etikus fogyasztás hazai helyzetéről, és nem voltak a témában hazai publikációk. Legjobb tudomásom szerint addig mindössze két tudományos igényű *elméleti* munka látott napvilágot hazai szerzőtől: Boda Zsolt 2000-ben megjelent tanulmánya a méltányos kereskedelem értelmezéseiről és Székely Mózes 2003-as általános összefoglalója. Dombos Tamás (2008) és Gáti Annamária (2009) *empirikus* munkái egészen az utóbbi időkig vártak magukra, s csak a második vállalkozott arra, hogy vizsgálja az etikus fogyasztás (pontosabban a bojkottok) összefüggéseit más részvételi formákkal. A legtöbb publikáció a külföldi tudományos életben is az elmúlt évtizedben született.

Ezért a kutatási kérdések megválaszolása mellett az értekezés arra is vállalkozott, hogy kialakítson egy összképet az etikus fogyasztás magyarországi helyzetéről, hagyományairól; az etikus fogyasztás hazai megjelenését is feltáró kutatás. A disszertáció

rendszerezi továbbá az etikus fogyasztásról az elmúlt évtizedekben született kutatásokat, ezek főbb megközelítésmódjait és eredményeit. Tudomásom szerint erre a feladatra nemzetközi szinten is kevesen vállalkoztak eddig (kivéteklként említhető Brinkmann 2004-es munkája, illetve a Journal of Consumer Behaviour 2007/6 számának szerkesztőségi bevezetője). Említést érdemel az is, hogy ismereteim szerint az első, kifejezetten *szociológiai* szempontú vizsgálatok az etikus fogyasztásról az utóbbi évekre datálódnak (például Adams és Raisborough 2008, Caruana 2007b, Koos 2011, részben Holzer és Sørensen 2003).

II. Alkalmazott módszerek

Az értekezésben három empirikus alfejezet található. Ezek közül az első az etikus fogyasztás magyarországi megjelenésével kapcsolatos adatok rendszerezését és szisztematikus bemutatását tűzte ki céljául, és különböző magyarországi felmérések adatainak felhasználásával ismerteti az etikus fogyasztás hazai helyzetét.

Az etikus fogyasztás és a politikai részvétel közötti kapcsolatot elsőként kvantitatív módszerekkel vizsgáltam. Az elemzés célja a két tényező közötti kapcsolat kimutatása volt, és nem oksági magyarázat felállítása. Az adatelemzés keresztáblás módszerrel

történt. 2005-ben alkalmam nyílt egy etikus fogyasztói attitűdöket vizsgáló kvantitatív kutatás vezetésére a Tudatos Vásárlók Egyesületénél, melynek kérdései alkalmasnak bizonyultak a kutatási téma vizsgálatára. A felmérés koncepcióját és a kérdőívet én dolgoztam ki, az adatfelvételt a Magyar Gallup Intézet végezte. A reprezentatív mintán készült kutatás adatbázisából az attitűdállítások alapján képzett etikus fogyasztói profilnak megfelelő, alacsony számú eseteket elemeztem. Bár a kapott eredmények nagy része statisztikailag szignifikáns és egybehangzanak az irodalom feltevéseivel, az alacsony elemszám miatt, és mert a mintát nem az etikus fogyasztók köréből vettem, további vizsgálatokba fogtam.

2009-ben 27 etikus fogyasztóval készítettem interjúkat. Az etikus fogyasztók Magyarországi populációjának jellemzői nem ismertek, ezért a megfogalmazott állítások érvényességét célzott mintavétellel igyekeztem biztosítani. Megfigyelt magatartásuk alapján olyanokat választottam ki, akik a lehető legközelebb állnak az etikus fogyasztó ideáltípusához (lásd fent és Cooper-Martin és Holbrook 1993). Az interjú módszer alkalmazását a kutatás feltáró jellege is indokolta, másrészt az, hogy az etikus fogyasztás motivációinak megértésében sokat segít, hogy kvalitatív módszerekkel részletesen megismerhető: az etikus

fogyasztók hogyan látják, hogyan értelmezik tevékenységeiket. A harmadik empirikus fejezet az interjúk eredményeit mutatja be.

III. Az értekezés eredményei

Az empirikus vizsgálatok során elsőként az etikus fogyasztás hazai megjelenésével, súlyával foglalkoztam. Megállapítottam, hogy az etikus fogyasztás magatartásformái közül viszonylag magas a bojkottok elvi támogatottsága, de ez a gyakorlatban kevésbé jeleik meg, amit az ezredfordulót követően meghirdetett bojkottok viszonylag alacsony száma is jelez. A pozitív és negatív bojkottokra mozgósító ügyek között sokszor fordulnak elő a környezettel, a patriotizmussal, a munkavállalói szolidaritással és a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos témák. Az értékelvű hétköznapi vásárlás elsősorban a helyi élelmiszerek iránti nyitottságban jelenik meg nagyobb arányban, elszigetelt csoportokra jellemző a méltányos kereskedelem ismerete és az ilyen termékek vásárlása. A környezeti vagy társadalmi megfontolásból történő fogyasztáscsökkentésre való hajlandóság is alacsony, de kisebb, elszigetelt csoportokban erősebb. Nagyobb a támogatottsága a médiában is rendszeresen szereplő és a közbeszédben is gyakran előforduló, hulladékkezeléssel

összefüggő magatartásformáknak, így az újrahasznosításnak és a szelektív gyűjtésnek.

Ezt követően kvantitatív módszerekkel igyekeztem igazolni a hipotézisben megfogalmazott állításokat. Ennek során megállapítottam, hogy az etikus fogyasztói attitűdökkel rendelkezők a felnőtt lakosság többi részéhez képest

- sokkal nagyobb eséllyel tartják fontosnak a politikai szavazásokon való részvételt, azaz nagyobb eséllyel tulajdonítanak jelentőséget a klasszikus részvételi eszközök és lehetőségek használatának, de
- kisebb eséllyel tartják hatékony érdekérvényesítési, és véleménynyilvánítási eszköznek a parlamenti választásokon való részvételt,
- nagyobb eséllyel tartják hatékony érdekérvényesítési és véleménynyilvánítási eszköznek a társadalmi fórumokat, párbeszédet,
- nagyobb eséllyel csatlakoznak bojkottokhoz, és nagyobb eséllyel gondolják, hogy ez hatékony érdekérvényesítési és véleménynyilvánítási eszköz.

A kvalitatív kutatás igazolta, hogy az etikus fogyasztás indíttatásai között hangsúlyosan megjelenik a közügyekben való részvétel.

- A fogyasztók döntéseik céljaként a tágabb környezetüket érintő ügyek megoldásában vállalt szerepüket említik. Elsősorban a közösség támogatása, a környezet védelme és a globalizációval szembeni rendszerkritika, illetve kulturális ellenállás jelenik meg tudatosan a fogyasztói döntésekben.
- Az etikus fogyasztók vásárlási döntéseiket egyrészt a gazdasági globalizáció káros hatásait enyhítő magatartásként élik meg, másrészt mint a globalizációval szemben megvalósított alternatívát.
- Az etikus fogyasztókra jellemző a jövőorientált gondolkodás: vásárlói döntéseikben szerepet játszik, hogy azokkal egy környezetileg fenntarthatóbb, méltányosabb társadalom létrejöttéhez járulhatnak hozzá.

Az etikus fogyasztók politikai aktivitását illetően a kvalitatív kutatás során az alábbi következtetéseket vontam le:

- Az etikus fogyasztók aktívan politizálnak, és differenciáltan használják a különböző eszközöket, amelyekről árnyalt véleményük van.

- Ismét megerősítést nyert, hogy fontosnak tartják a szavazásokon való részvételt és a civil, mozgalmi politizálás eszközei közül a közvetlen demokrácia intézményeihez közelebb álló módszereket tartják hatékonynak.
- A civil szervezetekben és a politikai tiltakozó szervezetekben a lakossági átlagnál jobban bíznak, míg a gazdasági szervezetekben kevésbé. A bizalom alapja, hogy a politikai szereplők céljai mennyire szolgálják a köz érdekét, és mennyire képesek hozzájárulni egy környezeti és társadalmi szempontból kedvező jövőkép megvalósításához.

Az etikus fogyasztók tehát tudatosan érvényesítenek bizonyos társadalmi és környezeti értékeket döntéseikben, amelyekkel egy-egy ügy szempontjából fontos változásokat szeretnének elérni: fogyasztóként és állampolgárként is aktív politikai szereplők. A fenti eredmények igazolják a hipotéziseket.

Beck politikaelmélete alapján az etikus fogyasztók mozgalma vagy maga az etikus fogyasztás szubpolitikának tekinthető (lásd erről még Holzer és Sorensen 2003):

- Beck azt állítja, hogy a környezeti kockázatok a modernizáció sikereinek melléktermékei, amelyek a második modernizációban társadalom- és politikaformáló erővé válhatnak (2003). Bizonyos szubpolitikai aktorokra jellemző a modernizációval és *globalizációval összefüggő gazdasági folyamatok negatív mellékkövetkezményeinek érzékelése* (Beck 1998), és az ezekhez való kritikus hozzáállás. A globalizációkritika, leginkább a környezeti fenntarthatósággal, illetve a méltányossággal és szolidaritással kapcsolatban az etikus fogyasztás egyik fontos indítéka.
- A szubpolitizálódás feltétele *a demokratikus eszmerendszer és gyakorlatok terjedése*. Illetve a reflexív demokratizálódás, és a szubpolitizálódás azt is jelenti, hogy új politikai kultúra formájában feltámad *a politikai részvétel igénye* (Beck 2003). Az etikus fogyasztókról megtudtuk, hogy aktívan politizálnak, és differenciáltan használják a különböző politikai eszközöket, ezekről árnyalt véleményük van. A lakosság többségénél fontosabbnak tartják a szavazásokon való részvételt és hatékonyabbnak tartják a közvetlen demokrácia módszereit.
- A szubpolitikák meghatározó tulajdonsága, hogy egy korábban nem politikai döntés, a vásárlás, politikaivá válik

(Beck 2003s). Az empirikus kutatás tapasztalata, hogy a mozgalom tagjai a globalizáció alternatívájaként és egy-egy ügy vagy az *egész társadalom szempontjából pozitív változások megtestesítőjeként*, a „világ gondjaira” legalább részben megoldást kínáló magatartásként értékelik bizonyos fogyasztói döntéseiket.

- Az előzőekhez kapcsolódóan az etikus fogyasztás mint szubpolitika fontos mobilizáló tényezője *a politikai és gazdasági szereplőkkel kapcsolatos bizalomvesztés* (Beck 1995, 2003, 2005, JCC 2001). Ennek fő oka, hogy az etikus fogyasztók nagyrészt a gazdasági szférát teszik felelőssé a környezeti és társadalmi fenntarthatósági problémák kialakulásáért, illetve, hogy a politikai szereplőket nem tartják alkalmasnak egy, a fenntarthatóság szempontjából kedvező jövőkép megvalósítására.
- *A fogyasztói szubpolitika szabályozó ereje* másrészt abban rejlik, hogy a fogyasztók *moralizálják a vásárlást* és megszervezik önmagukat. Ezáltal rákényszerítik a hatalmi erőter másikként pólusában lévő vállalatokat arra, hogy a döntéseik során figyelembe vegyék gazdasági tevékenységük externális hatásait (Beck 1997a). A vásárlás moralizálását az empirikus adatok is tükrözik. Az etikus fogyasztók körében

megfigyelhető, hogy „jó” és „nem jó”, avagy „káros” fogyasztásról beszélnek, melyek közül az előbbieket mások által is követendő fontos értéknek tartják.

Az elméleti és empirikus kutatások tehát igazolták az etikus fogyasztás részvételi jellegét.

IV. Főbb hivatkozások

- Adams, Matthew – Jayne Raisborough [2008]: What Can Sociology Say About Fair Trade? Class, Reflexivity and Ethical Consumption. *Sociology*, 42: 1165-1182.
- Al-Khatib, Jamal A. – Scott J. Vitell – Mohammed Y.A. Rawwas [1997]: Consumer Ethics: A Cross-cultural Investigation. *European Journal of Marketing*, 31 (11-12): 750-767.
- Antil, John H. [1984]: Socially Responsible Consumers: Profile and Implications for Public Policy. *Journal of Macromarketing*, 4: 18-39.
- Andersen, Jørgen Goul – Mette Tobiasen [2004]: Who Are These Political Consumers Anyway? Survey Evidence from Denmark. In Michele Micheletti – Andreas Follesdal – Dietlind Stolle [eds]: *Politics, Products and Markets – Exploring Political Consumerism Past and Present*. Transaction Publishers: New Jersey, 203-221.
- Anderson, W. Thomas Jr. – William H. Cunningham [1972]: The Socially Conscious Consumer. *Journal of Marketing*, 36: 23-31.
- Beck, Ulrich [1995]: *Ecological Politics in an Age of Risk*. Polity Press: Cambridge
- Beck, Ulrich [1997a]: *The Reinvention of Politics: Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Polity Press: Cambridge
- Beck, Ulrich [1998]: *Democracy without Enemies*. Polity Press: Cambridge
- Beck, Ulrich [2003]: *A kockázat-társadalom – út egy másik modernitásba*. Andorka Rudolf Társadalomtudományi Társaság – Századvég kiadó: Budapest
- Beck, Ulrich [2005]: *Power in the Global Age: A New Global Political Economy*. Polity Press: Cambridge
- Beck, Ulrich [2006b]: *A választás téje*. Belvedere Meridionale: Szeged
- Boda, Zsolt [2000]: *Conflicting Principles of Fair Trade*, Business Ethics Papers (3), Budapest University of Economic Sciences Business Ethics Center: Budapest
- Brinkmann, Johannes [2004]: Looking At Consumer Behavior In A Moral Perspective. *Journal of Business Ethics*, 51: 129–141.
- Caruana, Robert [2007b]: A Sociological Perspective of Consumption Morality. *Journal of Consumer Behaviour*, 6: 287-304.
- Chatzidakis, Andreas – Sally Hibbert – Andrew Smith [2006]: Ethically Concerned, Yet Unethically Behaved: Towards an Updated Understanding of

- Consumer's [Un]ethical Decision Making. *Advances in Consumer Research*, 33: 693-698.
- Cherrier, Hélèn [2005]: Becoming Sensitive to Ethical Consumption Behavior: Narratives of Survival in an Uncertain and Unpredictable World. *Advances in Consumer Research*, 32: 600-604.
- Cherrier, Hélèn [2007]: Ethical Consumption Practices: Co-production of Self-Expression and Social Recognition. *Journal of Consumer Behaviour*, 6: 321-335.
- Clarke, Nick – Clive Barnett – Paul Cloke – Alice Malpass [2007]: The Political Rationalities of Fair-Trade Consumption in the United Kingdom. *Politics & Society*, 35 (4): 583-607.
- Cooper-Martin, Elisabeth – Morris B. Hoolbrook [1993]: Ethical Consumption Experiences and Ethical Space. *Advances in Consumer Research*, 20: 113-118.
- D'Astous, Alain – Amélie Legendre [2009]: Understanding Consumers' Ethical Justifications: A Scale for Appraising Consumers' Reasons for Not Behaving Ethically. *Journal of Business Ethics*, 87: 255-268.
- De Pelsmacker – Patrick Wim Janssens – Ellen Sterckx – Caroline Mielants [2006]: Fair-trade Beliefs, Attitudes and Buying Behaviour of Belgian Consumers. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 11 (2): 125-138.
- Dickinson, Roger A. – Mary L. Carsky [2005]: The Consumer as Economic Voter. In Rob Harrison – Terry Newholm – Deirdre Shaw [eds.]: *The Ethical Consumer*. Sage Publications: London, 25-38.
- Dickinson, Roger – Stanley C. Hollander [1991]: Consumer Votes. *Journal of Business Research*, 22: 335-346.
- Dombos, Tamás [2008]: "Longing for the West": The Geo-Symbolics of the Ethical Consumption Discourse in Hungary, *Research in Economic Anthropology*, 28: 123-141.
- Douglas, Mary – Baron Isherwood [1996 (1979)]: *The World of Goods – Towards an Anthropology of Consumption*. Routledge: London
- Douglas, Mary [1996]: *Thought Styles: Critical Essays on Good Taste*. Sage Publications: London
- Douglas, Mary [1997]: In Defence of Shopping. In Pasi Falk – Colin Campbell [eds.]: *The Shopping Experience*. Sage Publications: London, 15-30.
- Freestone, Oliver M. – Peter J. McGoldrick [2008]: Motivations of the Ethical Consumer. *Journal of Business Ethics*, 79: 445-467.

- Gáti, Annamária [2009]: Tudatos fogyasztás. Az élelmiszer-vásárlás és a fogyasztói szokások változása. In *Európai társadalmi jelentés*, TÁRKI: Budapest, 99-117.
- Goig, Ramón Llopis [2007]: Fair trade and Global Cognitive Orientation: A Focus on Spanish Fair Trade Consumers. *International Journal of Consumer Studies*, 31: 468-477.
- Halkier, Bente – Lotte Holm [2008]: Food Consumption and Political Agency: on Concerns and Practices among Danish Consumers. *International Journal of Consumer Studies* 32 (6): 667-674.
- Harrison, Rob – Terry Newholm – Deirdre Shaw [2005]: Introduction. In Rob Harrison – Terry Newholm – Deirdre Shaw [eds.]: *The Ethical Consumer*. Sage Publications: London, 1-10.
- Holzer, Boris [2006]: Political Consumerism Between Individual Choice and Collective Action: Social Movements, Role Mobilization and Signalling. *International Journal of Consumer Studies*, 30 (5): 405-415.
- Holzer, Boris – Mads P. Sørensen [2003]: Rethinking Subpolitics. Beyond the 'Iron Cage' of Modern Politics? *Theory, Culture & Society*, 20 (2): 79-102.
- Journal of Consumer Behaviour [2007]. Editorial. Studying the Ethical Consumer: A Review of Research. *Journal of Consumer Behaviour*, 6: 253-270.
- Klein, Gabrielle Jill – N. Craig Smith – Andrew John [2002]: Exploring Motivations for Participation in a Consumer Boycott. *Advances in Consumer Research*, 29: 363-369.
- Kocsis, Tamás [2002]: *Gyökereink. Örömről és gazdaságról egy világméretű fogyasztói társadalomban*. Kairosz Kiadó: Budapest
- Koos, Sebastian [2011]: Explaining Ethical Consumption Behavior in Europe. A Comparative Analysis. In Maria Nawojczyk [ed.]: *Economy in Changing Society: Consumptions, Markets, Organizations and Social Policies*. Cambridge Scholars Publishing: Cambridge 17-45.
- Leigh, James H. – Patrick E. Murphy – Ben M. Enis [1988]: *A New Approach to Measuring Socially Responsible Consumption Tendencies*. *Journal of Macromarketing*, 8 (5): 5-20.
- Low, William – Eileen Davenport [2007]: To Boldly Go ... Exploring Ethical Spaces to Re-politicise Ethical Consumption and Fair Trade. *Journal of Consumer Behaviour*, 6: 336-348.
- Lyon, Sarah [2006]: Evaluating Fair Trade Consumption: Politics, Defetishization and Producer Participation. *International Journal of Consumer Studies*, 30 (5): 452-464.

- Micheletti, Michele [2003]: *Political Virtue and Shopping: Individuals, Consumerism and Collective Action*. Palgrave Macmillan: New York
- Miller, Daniel [2001]: *The Dialectics of Shopping*. The University of Chicago Press: Chicago
- Mohr, Lois A. – Deborah J. Webb – Katherine E. Harris [2001]: Do Consumers Expect Companies to be Socially Responsible? The Impact of Corporate Social Responsibility on Buying Behaviour. *Journal of Consumer Affairs*, 35: 45-72.
- Muncy, James A. – Vitell Scott J. [1992]: Consumer Ethics: An Investigation of the Ethical Beliefs of the Final Consumer. *Journal of Business Research*, 24 (4): 297-311.
- Nelson, Michelle R. – Mark A. Rademacher – Hye-Jin Paek [2007]: Downshifting Consumer = Upshifting Citizen? An Examination of a Local Freecycle Community. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 611: 141-156.
- Phillips, Simon – Andrew Alexander – Gareth Shaw [2005]: Consumer Misbehavior: The Rise of Self-Service Grocery Retailing and Shoplifting in the United Kingdom c. 1950-1970. *Journal of Macromarketing*, 66 (25): 66-75.
- Sen, Sankar – Zeynep Gurhan-Cangli – Vicki Morwitz [2001]: Withholding Consumption: A Social Dilemma Perspective on Consumer Boycotts. *Journal of Consumer Research*, 28: 399-411.
- Schudson, Michael [2006]: The Troubling Equivalence of Citizen and Consumer. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 608: 193-204.
- Shaw, Deirdre [2007]: Consumer Voters in Imagined Communities. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 27 (3-4): 135-150.
- Shaw, Deirdre – Emma Grehan – Edward Shiu – Lousie Hassan – Jennifer Thomson [2005]: An Exploration of Values in Ethical Consumer Decision Making. *Journal of Consumer Behaviour*, 4 (3): 185-200.
- Shaw, Deirdre – Edward Shiu [2002]: Ethical Obligation and Self-Identity in Ethical Consumer Decision-Making. *International Journal of Consumer Studies*, 26 (4): 286-293.
- Schor, Juliet B. – Margaret Willis [2008]: *Conscious Consumption. Results from a survey of New Dream members*. *Kézirat*. Center for a New American Dream: Charlottesville

- Soper, Kate [2007]: Re-thinking the 'good life': the citizenship dimension of consumer disaffection with consumerism. *Journal of Consumer Culture*, 7 (2): 205-229.
- Székely, Mózes [2003]: Az etikus fogyasztás: Mit tehetünk egyes globális problémák enyhítésére? In Hunyady György – Székely Mózes [szerk.]: *Gazdaságpszichológia*. Osiris Kiadó: Budapest, 766-795.
- Uusitalo, Outi – Reetta Oksanen [2004]: Ethical Consumerism: A View from Finland. *International Journal of Consumer Studies*, 2 (3), 214-221.
- Youde, Jeremy [2009]: Ethical Consumerism or Reified Neoliberalism? Product [RED] and Private Funding for Public Goods. *New Political Science*, 31 (2), 201-220.
- Watson, Matthes [2006]: Towards a Polanyian Perspective on Fair Trade: Market-based Relationships and the Act of Ethical Consumption. *Global Society*, 20 (4): 435-451.
- Webster, Frederick E. Jr. [1975]: Determining the Characteristics of the Socially Conscious Consumer, *Journal of Consumer Research*, 2: 188-196.

V. Fontosabb saját és társszerzős publikációk a témában

TANULMÁNYOK FOLYÓIRATBAN

Emese Gulyás: Interpretations of Ethical Consumption. *Review of Sociology of the Hungarian Sociological Association* 2008/1, Vol. 14, 25-44.

Gulyás Emese: Az etikus fogyasztás értelmezései. *Szociológiai Szemle* 2008/1, 106-127.

Vadovics Edina – Gulyás Emese: A fenntartható fogyasztás – honnan, hogyan, hová? *ÓKO XV*, 2007/1-4, 1-7.

Gulyás Emese – Farsang Andrea – Ujhelyi Katalin: A fenntartható fogyasztás kihívásai és lehetőségei Magyarországon: közlekedés, élelmiszerfogyasztás, lakás és lakhatás. Attitűdök, magatartás és infrastruktúra. *ÓKO XV*, 2007/1-4, 55-76, 2007.

Gulyás Emese: Az etikus fogyasztás mint a közügyekben való részvétel. *Politikatudományi Szemle* 2007/4, 111-129.

TANULMÁNYOK KÖTETBEN

Emese Gulyás: The Relationship Between Political and Consumer Attitudes: Emerging Patterns of Ethical Consumerism in Hungary. In Maria Nawojczyk (ed): *Economy in Changing Society: Consumptions, Markets, Organizations and Social Policies*. Cambridge Scholars Publishing, 45-70, 2011.

Zsolt Boda – Emese Gulyás: The Ethical Consumption Movement. In László Zsolnai (ed): *Business Ethics Interdisciplinary Yearbook*. Peter Lang Publishing, 143-155, 2006. Társszerző: Boda Zsolt

EGYÉB: KONFERENCIAKÖTET, RECENZÍÓ, ESSZÉ

Emese Gulyás: Relationship Between Political and Consumer Attitudes: Patterns of Ethical Consumerism in Hungary. *MTA – Sasakawa Young Leaders Fellow Fund – 20 éves jubileumi konferenciakötet*, CD melléklet, 2009.

Gulyás Emese: Fogyasztópolgár: hatékony politikai jelszó vagy beágyazott társadalmi jelenség? (recenzió a Mark Bevir és Frank Trentmann /eds./: *Governance, Consumers and Citizens. Agency and Resistance in Contemporary Politics*). *Politikatudományi Szemle* 2008/4, 175-182.

Gulyás Emese: Az etikus fogyasztó, *Korunk*, 2005. április, 109-116.

KONFERENCIA ELŐADÁSOK

Gulyás Emese: A fogyasztói mozgalmak mint politikai szereplők: változó intézmények és elvárások. *Változás.Válság.Váltás.HU. a Magyar Szociológiai Társaság éves konferenciája*. 2009. november 13-14., Debrecen.

Emese Gulyás: Emergence of Ethical Consumerism as a Form of Public Participation in Hungary. *Economy in Society. Actors, Relations, Institutions. The 2008 Interim Conference of the Research Network of Economic Sociology of the European Sociological Association*. 2-4 July 2008, Krakow.

