



Politisk forbrug og politiske forbrugere

Globalisering og politik
i hverdagslivet

Jørgen Goul Andersen
Mette Tøblasen

Magtudredningen

Politisk forbrug og politiske forbrugere
Globalisering og politik i hverdagslivet

Magtudredningen

Folketinget besluttede i marts 1997 at iværksætte en dansk magtudredning eller, som det officielle navn er, *En analyse af demokrati og magt i Danmark*. Projektet, der forventes afsluttet i 2003, ledes af en uafhængig forskningsledelse.

Magtudredningens forskningsresultater publiceres i en række bøger, som udgives på Hans Reitzels Forlag, og i en skriftserie, som udgives af Magtudredningen.

Lise Tøgeby
(formand)

Jørgen Goul Andersen

Peter Munk Christiansen

Torben Beck Jørgensen

Signild Vallgård

Jørgen Goul Andersen og Mette Tobiasen

Politisk forbrug og politiske forbrugere
Globalisering og politik i hverdagslivet

Magtudredningen

*Politisk forbrug og politiske forbrugere =
Globalisering og politik i hverdagslivet =*
© Magtudredningen og forfatterne, 2001
ISBN: 87-7934-840-8

Omslag: Svend Siune
Tryk: AKA-PRINT A/S, Århus

Magtudredningen
c/o Institut for Statskundskab
Aarhus Universitet
Universitetsparken
8000 Århus C
Danmark

Magtudredningen@ps.au.dk
www.ps.au.dk/magtudredningen

Alle rettigheder forbeholdes. Mekanisk, fotografisk eller anden gengivelse af eller kopiering fra denne bog er kun tilladt i overensstemmelse med overenskomst mellem Undervisningsministeriet og CopyDan. Enhver anden udnyttelse er uden forlagets skriftlige samtykke forbudt ifølge dansk lov om ophavsret. Undtaget herfra er korte uddrag til brug ved anmeldelser.

Indhold

Kapitel 1. Introduktion	7
Kapitel 2. Hvad er politisk forbrug?	9
Kapitel 3. Fortolkninger og forklaringer: globalisering, ‘refleksiv modernisering’ og ‘politisk mulighedsstruktur’	20
Kapitel 4. Marginalt fænomen eller megatrend: Hvor stor betydning har politisk forbrug?	27
Hvordan måles politisk forbrug?	27
Hvor mange er politiske forbrugere?	28
Hvor effektivt opleves det?	37
Kapitel 5. Hvem er de politiske forbrugere?	45
Kapitel 6. Politisk forbrug, andre deltagelsesformer, medborgerværdier og politisk tillid	51
Kapitel 7. Politisk forbrug og globalt politisk medborgerskab	57
Kapitel 8. Konklusioner og perspektiver: politisk forbrug som demokratisk udfordring	63
Litteratur	69
Om forfatterne	74

Kapitel 1

Introduktion

Begrebet 'den politiske forbruger' blev lanceret i midten af 1990'erne oven på blandt andet de meget medieomtalte aktioner mod den franske præsident Chirac's atomprøvesprængninger og Shell's planlagte dumpning af 'Brent Spar' i Nordatlanten. Det gav anledning til boykot-kampagner, som i tilfældet med 'Brent Spar' fik Shell til at opgive dumpningen (Jordan, 2001), og i tilfældet med Chirac ganske vist ikke opnåede sit mål, men nok gav præsidenten en alvorlig forskrækkelse og mange franske eksportører et mærkbart økonomisk tab.

I den udstrækning, statsledere ikke måtte vide det i forvejen, blev de gjort opmærksomme på, hvor smertefuldt det kunne være at blive udsat for internationale boykot-kampagner, og for mange private virksomheder blev det en påmindelse om, at man var nødt til at tænke politisk, specielt i forhold til virksomhedens image ('corporate image'), at nationale tilladelser ikke altid var nok, og at virksomhedernes øgede mulighed for at omgå snærende nationale reguleringer i en mere liberaliseret/globaliseret verden havde sine begrænsninger. Blandt politiske iagttagere og samfundsforskere var fænomenet interessant og inspirerende, fordi der pludselig tegnede sig nye deltagelses- og indflydelsesmuligheder, og fordi disse muligheder syntes at nedbryde vante skel mellem politik og økonomi.

Det er dog bemærkelsesværdigt, at da Østrig med optagelsen af Jörg Haiders Frihedsparti i regeringen fik resten af Europa's statsledere imod sig, gav det ikke anledning til nogen egentlig organiseret boykot-kampagne, og selv om der nok blev talt en del blandt europæiske feriegæster om, hvorvidt det var 'politisk korrekt' at holde ferie i Østrig dét år, så kunne den frygtede effekt på turismen stort set ikke mærkes (*Morgenavisen Jyllands-Posten*, 1.7.2000; 9.9.2000). Der er også mange eksempler på, at opskruede forventninger til økologisk forbrug ikke har kunnet indfries – således har der, i hvert fald midlertidigt, været konstateret tendens til fald eller stagnation i det økologiske forbrug i 2001 (*Politiken*, 9.5.2001; jf. dog *Børsen*, 29.10.2001). Derfor er der da også mange, som har slået koldt vand i blodet eller ligefrem hævdet, at politisk forbrug var et opskruet modefænomen: Boykot-aktioner er jo slet ikke noget nyt, men har eksisteret som et af græsrodsbevægelsernes virkemidler i mindst 30-40 år, ja måske i 100 år eller endnu mere, hvis man for eksempel regner den tidlige arbejderbevægelses brug af dette våben med. Og når det gælder økologiske forbrugere, så er spørgsmålet, hvor meget de adskiller sig fra vanlige forbrugere: Er der ikke

blot tale om, at de køber økologiske varer, fordi de mener, de smager bedre og/eller er sundere? Det er jo ikke et ukendt fænomen, at forbrugere betaler en overpris for et produkt, som antages at have nogle særlige kvaliteter, eller som der knytter sig en vis prestige til. Så hvor er egentlig det nye? – vil mange sige.

Det er så nogenlunde yderpunkterne: Der er intet nyt under solen, mener nogle, mens andre mener, at vi skal til helt at ændre vores opfattelse af økonomi og politik i en globaliseret (og individualiseret) verden. Hvem skal man tro? Hvad er fup, og hvad er fakta? Det er hovedemnet for dette skrift, der dels vil præsentere nogle empiriske forskningsresultater, baseret på nye danske interviewundersøgelser, dels vil søge at afklare, hvad fænomenet i det hele taget drejer sig om. Endelig skal vi også gå lidt ud over, hvad vi har 'hårde' data på og diskutere i et lidt bredere perspektiv, hvordan fænomenet skal opfattes, og hvilken betydning det kan forventes at få fremover. I denne diskussion, der sigter mod at præcisere de vigtigste debatter, skal vi naturligvis også trække i betydelig grad på den internationale diskussion om emnet. Endelig skal vi også kort berøre den normative diskussion mellem dem, der ser politisk forbrug som en udvidelse af demokratiet med en slags folkelig økonomisk modmagt, og dem, der mener, at det forplumrer arbejdsdelingen mellem politik og økonomi, rammer 'uskyldige' producenter vilkårligt og styres af det 'medievredne' samfunds tilfældige stemningsbølger.

Analysen i det følgende er primært baseret på den såkaldte 'Medborgerundersøgelse', der blev foretaget af Magtudredningen i 2000 som en interviewundersøgelse med et repræsentativt udsnit på 1640 danskere, der er adspurgt om deres politiske deltagelse, om deres orientering til politik og det politiske system, samt om et mindre udsnit af politiske holdninger.¹ Spørgsmål vedrørende politisk forbrug udgjorde kun en lille del af spørgeskemaet; alligevel er det et af de datasæt herhjemme, der har den hidtil mest udførlige måling – og den mest omfattende mulighed for at sammenholde med svarpersonernes orientering til politik og deltagelse på andre områder.

1. Medborgerundersøgelsen indgår samtidig i et større internationalt samarbejde: ESF-netværket om "Citizenship, Involvement and Democracy" (CID) med deltagelse af en lang række europæiske lande. For nærmere orientering om den danske medborgerundersøgelse, se <http://www.ps.au.dk/magtudredningen/projekter/medborgerskab/jga2.htm>, samt for nærmere orientering [http://www.socsci.auc.dk/demos/dansk/projekter/cl\(goul\).htm](http://www.socsci.auc.dk/demos/dansk/projekter/cl(goul).htm). For information om CID-projektet se <http://www.mzes.uni-mannheim.de/projekte/cid/>.

Kapitel 2

Hvad er politisk forbrug?

Normalt har forbrug ikke været set som en politisk handling.² Når vi taler om 'forbrugerpolitik', handler det om noget ganske andet, nemlig om en politisk regulering, der beskytter forbrugeren, sikrer gennemsigtighed og konkurrence i markedet, tvinger producenter til varedeklarerationer osv. 'Politisk forbrug' handler derimod om politisk påvirkning via privat forbrug. Men hvordan? Den offentlige diskussion om politiske forbrugere har ikke været specielt tyngt af forsøg på at klargøre, hvad politisk forbrug egentlig er, og hvordan det nærmere skal afgrænses. Det er en ikke uvæsentlig del af forklaringen på den store uenighed om omfanget og betydningen af det politiske forbrug. Det er naturligvis afgørende her at få begrebet klart defineret og dernæst at få det afgrænset helt konkret, så man er i stand til at måle det. Det viser sig faktisk at være en ganske kompliceret opgave at definere og afgrænse politisk forbrug, specielt i forhold til 'normalt', ikke-politisk, forbrug.

Gammel vin på nye flasker? =

Selve udtrykket 'den politiske forbruger' er i dansk og international sammenhæng temmelig nyt og blev først introduceret af Institut for Fremtidssforskning i 1994 (Svendsen, 1995). Det er dog ikke ensbetydende med, at man aldrig før har diskuteret fænomenet – eller i hvert fald visse sider deraf – det skete bare under andre etiketter. Således opstod begrebet 'grønne forbrugere' allerede i 1980'erne (Halkier, 1993; 1994; Goul Andersen, 1993), og forbrugerboycot som aktionsform er et væsentligt ældre fænomen. Selve ordet boycot er helt fra 1880 og stammer fra Irland, opkaldt efter en vis kaptajn C.C. Boycott, som groft havde udnyttet sine lejere (Smith, 1989). Allerede fra arbejderbevægelsens tidlige historie kendes der ikke så få eksempler på boycot, hvor arbejderne også tog deres våben som forbrugere i brug over for arbejdsgivere, og specielt i USA har boycot-aktioner en lang historie som middel for enkeltsagsbevægelser (Friedman, 1999).

I Europa var det først og fremmest de nye 'græsrodsbevægelser', der bragte forbrugerboycot på banen, og siden 1970'erne har man da også i den politologiske litteratur analyseret forbrugerboycot som en særlig form for

2. En undtagelse er Petersson, Westholm & Blomberg (1989), der i forbindelse med undersøgelsen af 'det lille demokrati' inddrager konsumentrollen og følelsen af påvirkningsmuligheder dér.

græsrodsaktioner, ved siden af underskriftsindsamlinger, demonstrationer, blokader osv. (Svensson & Tøgeby, 1986; jf. også Barnes, Kaase et al., 1979; Dalton, 1988: kap. 4). Man kan derfor spørge, om 'den politiske forbruger' overhovedet er et nyt fænomen – og om man ikke blot som hidtil bør se politisk forbrug slet og ret som en form for græsrodsdeltagelse. Meget kunne umiddelbart synes at tale for det sidste. Som påpeget af Halkier (1993) er rødderne umiskendelige: Der er næppe tvivl om, at politisk forbrug er baseret på en direkte videreførelse af græsrodsbevægelsernes normer og værdier. Men deraf følger ikke nødvendigvis, at der også er tale om samme fænomen. For det første rækker politisk forbrug længere end til blot forbrugerboykot. Og for det andet får forbrugerboykot en noget anden betydning i et samfund præget af globalisering og individualisering. Begge dele kan begrunde, at man skiller politisk forbrug ud som særskilt fænomen.

For at begynde med det sidste, kan man faktisk trække en parallel netop til græsrodsbevægelser og græsrodsdeltagelse, der først i 1970'erne blev navngivet som selvstændigt politisk fænomen (Parkin, 1968; Marsh, 1977; Barnes, Kaase et al., 1979; Gundelach, 1980; Olsen & Sætren, 1980; Goul Andersen, 1981). Der havde også været aktioner i 1950'erne og endnu tidligere (Rasmussen, 1997), men indtil 1970'erne havde man typisk set aktioner som en del af det politiske repertoire for politiske partier og interesseorganisationer, ikke som en selvstændig deltagerform. Selv om partier og foreninger fortsat spillede en vigtig rolle som 'bagland' for mange aktioner, og selv om ikke så få af 1950'ernes aktivister gik igen i 1960'ernes og 1970'ernes aktioner (Rasmussen, 1997), var det alligevel en anden samfundsmæssig situation, det var til dels andre grupper af deltagere, forbindelsen til partier og foreninger var løsere, og aktionerne fik et væsentligt større omfang (Mikkelsen, 2001). Derved fik fænomenet en delvis anden betydning; kort sagt: Konteksten var afgørende, og græsrodsdeltagelse *var* noget nyt, selv om det måske isoleret set var et gammelkendt fænomen.

Tilsvarende med politisk forbrug. For det første er forbindelsen mellem aktionsgrupper og forbrugerboykot mere løs end i andre typer af græsrodsaktioner – det er forbrugernes helt individuelle forbrugshandlinger i hverdagen, der udgør aktionen, og der er formentlig også en tendens til, at aktionsgrupper er mindre synlige og har endnu mindre greb om forbrugerboykot end tidligere. For det andet kan det politiske forbrug ses i en globaliserings- og individualiseringssammenhæng. Således betyder liberaliseringen og de åbne grænser, at transnationale firmaer i højere grad end tidligere kan unddrage sig politisk kontrol, og her giver det politiske forbrug en mulighed for at påvirke, også i situationer, hvor ingen andre påvirkningsmuligheder er til stede (man har også talt om en 'stop gap'-forklaring). I modsætning til andre aktioner, der typisk retter sig mod offentlige myndigheder,

retter forbrugerboycot sig ofte direkte mod enkeltfirmaer og er ikke nødvendigvis ledsaget af krav om, at det offentlige må gribe ind. Endelig skal det politiske forbrug også ses i lyset af individualiseringen, og hvad der undertiden er kaldt 'livspolitik', dvs. at individer medtænker (globale) politiske spørgsmål i skabelsen af deres livsstil og identitet (Giddens, 1991); analytisk adskiller det politiske forbrug sig således klart fra den kollektive mobilisering i de fleste andre typer af aktioner (med mulig undtagelse af at underskrive en underskriftsindsamling på internettet).

Allerede når vi taler om boycott-aktioner, kan der således være grund til at se dette som et principielt selvstændigt fænomen. Men hertil kommer som nævnt, at politisk forbrug i stigende grad er andet og mere. Forbrugerne kan ofte handle helt på egen hånd, for eksempel når de rutinemæssigt køber økologiske produkter. Politisk forbrug omfatter således andet og mere end kollektive boycott-aktioner. Det omfatter også helt individuelle former, og det omfatter også tilvalg af varer, ikke kun fravalg som i boycott-aktioner. Endelig er også deltagelsens stigende omfang vigtig. Der er stor forskel på en situation som i den organiserede forbrugerboycot, hvor nogle forbrugere handler ud fra politiske værdier i en begrænset periode, og så en situation, hvor store grupper af forbrugere er rutinemæssigt påvirket af sådanne motiver stort set hele tiden. Der er kort sagt gode *analytiske* grunde til at skelne mellem politisk forbrug og græsrodsdeltagelse – uanset om deltagerne i nogen grad er overlappende, og uanset om de underliggende værdier er nært beslægtede. Disse grunde aktualiserer til gengæld spørgsmålet, om politisk forbrug overhovedet skal ses som et *politisk* fænomen, og om, hvor man i givet fald skal trække grænsen mellem politisk og ikke-politisk forbrug. Da dette må afhænge af, hvordan man definerer politik, skal vi også kort se på, hvordan definitionen af politik og politisk deltagelse må tilpasses, hvis vi skal se politisk forbrug som en form for politisk deltagelse.

Nogle eksempler og en definition =

Vi kan begynde med nogle konkrete eksempler: Der er ingen tvivl om, at der er tale om 'politisk forbrug', når borgere for eksempel udnytter deres magt som forbrugere til at lægge pres på den franske regering ved at boykotte franske produkter. Og der er også tale om 'politisk forbrug', når folk for eksempel boykotter bestemte firmaer, som baserer deres produktion på børnearbejde. Men hvad med forbrugere, der køber økologiske fødevarer – er de politiske forbrugere? Og hvis vi eventuelt lader dem slippe igennem definitionen, hvad så med vegetarer? Eller folk, der af religiøse grunde ikke spiser svinekød? Hvad med forbrugere, der undlader at købe fødevarer, der er sprøjtet? Hvad med forbrugere, der køber uparfumerede eller allergitestede produkter? Hvad med forbrugere, der af etiske grunde undlader at

købe kalvekød af sødmælkskalv eller æg af burhøns? Og hvad med dem, der *af princip* undlader at købe fødevarer med for højt fedtindhold, maskinudbenet kød, eller andre ‘underlødige’ fødevarer?

Eksemplerne illustrerer, at det kan være svært at trække grænsen. Så længe, vi taler om organiseret forbrugerboykot, er det forholdsvis ukontroversielt at kalde sådanne handlinger ‘politiske’. Men det er straks vanskeligere at trække grænsen, når man kommer til handlinger, der ikke indgår i en egentlig organiseret aktion, og når vi taler om tilvalg af bestemte varer i stedet for fravalg. Vi skal begynde med konklusionen i form af en formel definition og derefter diskutere en række definitions- og afgrænsningsproblemer.

En politisk forbruger skal her defineres som en person, som tager væsentlige værdimæssige hensyn, når vedkommende bevidst køber eller afstår fra at købe bestemte varer med den hensigt at fremme et politisk mål (jf. også Micheletti, 2000: 3). Dermed adskiller den politiske forbruger sig fundamentalt fra den model af forbrugeren, som man opererer med i økonomiske lærebøger. Den sidstnævnte ‘almindelige’ forbruger bekymrer sig nemlig pr. definition ikke om de videre samfundsmæssige (de kollektive, eller mere præcist: ‘aggregerede’) konsekvenser af sit individuelle forbrugsvalg, der udelukkende sker med det motiv at maksimere sin egen nytte. For den politiske forbruger er det imidlertid netop disse ‘aggregerede’ konsekvenser, der er hovedmotivet. Derfor er politisk forbrug et fundamentalt brud på den traditionelle arbejdsdeling mellem økonomi og politik i et moderne samfund. Det er netop kendetegnende for det moderne samfund, at disse sfærer fungerer efter hver sit ‘sprog’ eller hver sin logik: Forbrugerne og andre økonomiske aktører handler ud fra markedets nyttemaksimerende logik. De skal ikke tage moralske hensyn – som for eksempel i middelalderen, hvor det var umoralsk at tage renter – og de overlader det til politikken at gennemføre regulering, for eksempel i tilfælde af, at de rene markeds kræfter fører til kollektivt uacceptable konsekvenser. Den politiske forbruger blander rationalitetsformerne sammen og anvender politisk rationalitet på markedet. Som vi skal se i kapitel 8, er der i øvrigt ikke så få, som finder denne sammenblanding uheldig – uanset om de i øvrigt måtte sympatisere med de politiske forbrugeres mål. Men først skal vi som sagt diskutere, hvorvidt politisk forbrug overhovedet skal forstås som en *politisk* handle og i den forbindelse introducere en række sondringer.

Som sagt er der ikke de store problemer med at karakterisere traditionel forbrugerboykot som en politisk handle. Det er en *kollektiv, organiseret* handle, der består i som forbruger at *fravælge* bestemte varer, med det formål at *påvirke andre aktører*. Afgrænsningsproblemerne opstår, når vi åbner for en udvidelse på disse dimensioner, dvs. når vi ser på *individuel*, =

ikke-organiseret handlen, når vi ser på *tilvalg* af bestemte produkter, og når vi ser på mulige *andre motiver* end at påvirke andre aktører, herunder at tilfredsstille personlige præferencer, jf. figur 2.1.

Figur 2.1. Tre dimensioner i politisk forbrug =

Organisering	Kollektiv/organiseret	↔	Individuel/ikke organiseret
Fravalg/tilvalg	fravalg (boykot) af produkter	↔	tilvalg af produkter
Motiv	(politisk:) påvirke andre aktørers handlemåder	↔	(ikke politisk:) overholde personlig etisk eller religiøs norm
		↔	(ikke politisk:) personlige præferencer (behov, smag osv.)

Som nævnt er den første udvidelse i forhold til traditionel forbrugerboykot, at vi også inkluderer rent *individuelle* forbrugsvalg, der ikke foregår i tilknytning til en aktion, jf. figur 2.2. Det betyder, at vi bevæger os uden for feltet for kollektiv politisk handlen, svarende til, hvad man også har gjort inden for forskningen i politisk deltagelse, der i dag for eksempel medtager individuel myndighedskontakt eller uformel brugerindflydelse i offentlige serviceinstitutioner mv. – blandt andet ud fra den betragtning, at det er implementeringen, dvs. den praktiske iværksættelse af love og regler, der tæller, og denne iværksættelse fuldbyrdes ofte først i mødet mellem ‘street-level bureaucrats’ og brugerne/klienterne. Også dér er der problemer med at afgrænse, hvad der er politisk; men problemet er større, når det gælder politisk forbrug. Her er det nemlig ikke mødet mellem myndigheder og borger, men mødet mellem producent/forhandler og forbruger, vi taler om.

Figur 2.2. Forbrugerboykot og andre former for politisk forbrug. Nogle eksempler

	Kollektiv/organiseret	Individuel/ikke organiseret
Fravalg af varer (negativt politisk forbrug)	Boykot-aktion (klassisk studieobjekt)	Etisk forbruger (køber for eksempel ikke æg af burhøns)
Tilvalg af varer (positivt politisk forbrug)	Solidaritets-aktion (sjældent)	Grøn forbruger, bæredygtig forbruger (køber for eksempel økologisk)

Den næste udvidelse er, at vi ikke kun inkluderer fravalg af produkter, men også *tilvalg*. De to hovedformer går også under betegnelserne ‘negativt’ og ‘positivt’ politisk forbrug (Micheletti, 2000). Denne udvidelse sigter mod at

inkludere for eksempel 'grønne forbrugere' som 'politiske forbrugere'. Individuelt tilvalg kan også være begrundet i andre end miljømæssige hensyn, for eksempel principper om 'fair handel', hvorfor 'bæredygtige forbrugere' kan være en bredere og mere overordnet term. Spørgsmålet er så, om 'grønne' eller 'bæredygtige forbrugere' altid er politiske forbrugere. I hvert fald har vi brug for et kriterium, der kan skelne mellem 'politiske' og 'almindelige' forbrugere. For når vi medtager individuelle forbrugshandlinger og herunder både tilvalg og fravalg, har vi ikke nogen afgrænsning overhovedet: Det er forbrug, slet og ret. Vi er derfor nødt til at se på, hvad der er *motivet*: At påvirke andre aktørers handlemåde (regeringer, virksomheder mv.), eller at tilfredsstille personlige præferencer – den klassiske nyttemaksimering. Kun det første kan defineres som politisk forbrug. Efterlevelse af religiøse eller personlige normer handler heller ikke om at påvirke samfundet og falder ligeledes uden for definitionen.

Følger vi dén definition, har det som konsekvens, at ikke alle 'grønne forbrugere' eller 'bæredygtige forbrugere' kan betegnes som *politiske* forbrugere. Det er de ikke, hvis de for eksempel udelukkende køber økologiske varer på grund af deres bedre smag, eller fordi økologiske varer antages at være sundere. Man kunne indvende, at effekten er den samme: Økologisk produktion nyder fremgang, uanset om det skyldes personlige eller politiske præferencer hos forbrugeren. I begge tilfælde giver forbrugeren gennem sit forbrugsvalg nogle signaler om, hvilke varer der skal produceres. Men det sidste gælder jo netop al forbrug, så følger vi en sådan definition ud fra effekter, forsvinder kategorien politisk forbrug – så bliver alt forbrug politisk, og så er det meningsløst at hæfte betegnelsen 'politisk' på. Derfor kan politisk forbrug kun defineres ud fra forbrugerenes motiver, og det er da også netop her, man bryder med den traditionelle model af forbrugeren og det traditionelle skel mellem økonomi og politik: Forbrugere bekymrer sig om deres egen nytte, ikke om de samfundsmæssige (aggregerede) konsekvenser af deres forbrugsvalg.³

Når denne principielle grænse er trukket, skal man dog samtidig være opmærksom på, at verden ikke er sort og hvid: Grønne forbrugere vil typisk handle ud fra en blanding af politiske og personlige præferencer (Beckmann, 2001) – og grønt forbrug skal, uanset hvilke præferencer der ligger

3. Strengt taget er motivet kriterium for alle politiske handlinger, og også på andre områder kan der være en gråzone – for eksempel kan der være folk, der deltager i politiske foreninger udelukkende for at være sammen med andre. Men de deltager dog i foreninger, hvis aktiviteter retter sig mod myndigheder eller offentlighed, og det vil nok være sjældent, at politiske motiver slet ikke spiller ind. Forbrug er derimod typisk *ikke* en politisk aktivitet. Derfor bliver afgrænsningskriteriet synligt.

bag, ses i sammenhæng med mobiliseringen af politiske forbrugere. Man kan trække en parallel til 1970'ernes politiske musikfestivaler: Der er i sig selv intet politisk i at gå til musikfestivaler, og i dag kan tanken forekomme fjern, men netop i 1970'erne var de fleste musikfestivaler arrangeret af politiske aktører og del i en politisk mobiliseringsproces. Derfor blev det undertiden direkte regnet som en form for græsrodsdeltagelse (Svensson & Tøgeby, 1986). Så vidt vil vi ikke gå her: Der er en klar forbindelse, og de fleste 'grønne' forbrugere er formentlig påvirket både af politiske og personlige præferencer. Men at købe økologisk er ikke pr. definition en form for politisk deltagelse; i princippet kunne det udelukkende bunde i overbevisning om, at det var sundere, i bedre smag, eller måske endog i en livsstil, hvor man opbygger en del af sin identitet ved som forbruger udelukkende at omgærde sig med kvalitetsprodukter. Dermed er også sagt, at kvalitetsbevidste forbrugere, der for eksempel lægger vægt på ikke at købe 'underlødige' fødevarer, nok er *bevidste* forbrugere, men ikke *politiske* forbrugere⁴ (jf. også Stolle & Hoogh, 2001).

Spørgsmålet, om angiveligt politiske eller grønne forbrugere 'i virkeligheden' handler ud fra personlige eller politiske præferencer, har været et af de store stridspunkter i diskussionen om politiske forbrugere (Halkier, 1994; 2001). Vi har her i undersøgelsen anvendt en målemetode, der meget eksplicit henviser til det politiske sigte med at til- eller fravælge bestemte produkter, dog uden eksplicit at referere til ordet 'politik'. Desværre rummer undersøgelsen ikke mulighed for at undersøge direkte, hvor stor en andel af de mere eller mindre 'grønne' forbrugere, der i den forstand ser sig selv som politiske forbrugere.⁵

Et andet stridspunkt går ud på, om man overvejende skal se politisk forbrug som noget instrumentelt – som der her lægges op til – eller om man mere skal lægge vægt på det normbestemte, for eksempel en personliggørelse af det politiske ansvar. Her finder vi en anden gråzone, som vi heller ikke har haft muligheder for at måle, men som alligevel skal nævnes for fuldstændighedens skyld. Man kan nemlig forestille sig, at nogle forbrugere fra- eller tilvælger bestemte produkter, ikke så meget ud fra bevidste politiske motiver, men fordi deres personlige etiske, politisk-etiske eller religiøsetiske normer påbyder dem at gøre det. Typeeksempler kan være folk, der

-
4. Afgrænsningen kan aldrig blive 100 procent entydig. Der har gennem de sidste 50 år været nogenlunde enighed om, at politik og det politiske system må defineres ved en aspektbetragtning, og det gælder også forbrug.
 5. Det er dog langt de fleste (87 procent), der på et eller andet tidspunkt har købt økologiske produkter (Beckmann, 2001: 76); for visse produkter som æg og mælk angiver op mod halvdelen af forbrugerne, at de køber økologisk 'hver gang' (Beckmann, 2001: 81).

ikke vil anvende sprøjtegifte i deres egen have; vegetarer; eller personer, der af religiøse grunde for eksempel ikke vil spise svinekød. De to sidste grupper har vi i figur 2.1 sammenstillet under motivet 'overholde personlig etisk eller religiøs-etisk norm'. Denne gruppe opfatter vi *ikke* som politiske forbrugere, for det er ikke de 'aggregerede' konsekvenser af deres forbrugsvalg for samfundet, der optager dem, men udelukkende overholdelse af en norm. Den anden gruppe, der for eksempel ikke personligt vil benytte sprøjtegift, købe produkter fremstillet ved børnearbejde etc., vil vi derimod opfatte som politiske forbrugere. Selv om overholdelse af en norm måske nok er det dominerende, så er denne norm åbenbart knyttet til bevidstheden om de kollektive samfundsmæssige effekter, som det individuelle forbrugsvalg har, at det kan sidestilles med politisk forbrug i mere snæver forstand.

Man kan i princippet lave typologier af politiske forbrugere ved at kombinere nogle af de ovennævnte kriterier, for eksempel de fire kombinationsmuligheder af individuel – kollektiv og fravalg – tilvalg, eller sondringen mellem politiske og ikke-politiske 'grønne' forbrugere. Da vi ikke har tilstrækkeligt detaljerede data til at kunne undersøge disse grupper nærmere empirisk, skal vi dog afstå herfra. Til gengæld skal vi kort diskutere, hvilken politikopfattelse der indirekte gemmer sig i de ovennævnte definitioner, samt hvorledes de påvirker vores opfattelse af politik og politisk deltagelse. Dette er dog en principiel diskussion, som læsere uden særlig interesse for dette emne kan springe over for i stedet at gå direkte videre til kapitel 3 om fortolkninger og forklaringer.

Politisk forbrug, politisk deltagelse og definitioner af politik =

Det strider mod de fleste traditionelle definitioner af politisk deltagelse at medtage folks adfærd som forbrugere på markedet. Definitioner af politisk deltagelse er gradvist blevet udvidet fra udelukkende at omfatte valgdeltagelse og deltagelse i partier og valgkampagner (Milbrath, 1965), til også at omfatte deltagelse i foreninger, græsrodsbevægelser, individuelle myndighedskontakter, formel og uformel brugerdeltagelse i den offentlige sektor, økonomiske bidrag, etc. (Verba & Nie, 1972; Verba, Nie & Kim, 1978; Damgaard et al., 1980; Parry, Moyser & Day, 1992; Andersen et al., 1993; Goul Andersen, Torpe & Andersen, 2000; Goul Andersen & Hoff, 2001). Årsagen er for det første, at perspektivet er skiftet fra deltagelse i de formelle politiske institutioner til deltagelse i de faktiske netværk, hvori politikken bliver til (nogle taler om et skift fra 'government' til 'governance'). For det andet – og i forlængelse heraf – fik man øje for politikens iværksættelses- eller 'implementeringsside' (Pressman & Wildavsky, 1973): Efter at en lov bliver vedtaget i Folketinget, ligger der mange handlinger og beslutninger,

før loven får virkning i samfundet. Ofte sker det i sidste ende først i mødet med borgeren som bruger eller klient (for eksempel er det i den enkelte klasse og i samspil med de enkelte forældre, folkeskolelovens bestemmelse om differentieret undervisning skal føres igennem – og der er ingen garanti for, at det sker, eller sker efter hensigten). Herudover har det en selvstændig interesse at undersøge, i hvor høj grad borgerne har kontrol over eller mulighed for at påvirke deres egen umiddelbare livssituation (Pettersson, Westholm & Blomberg, 1989 har i den forbindelse talt om det 'lille demokrati'). Formuleret i et medborgerskabsperspektiv (Goul Andersen, 2001a) kan dette ses som en måling af, i hvor høj grad medborgerne har magt som 'autonome medborgere'.

Men selv de bredeste definitioner omfatter ikke politisk forbrug. Et nyt eksempel på en definition på politisk deltagelse, der tager højde for de fleste aspekter af implementeringssiden, lyder således:

“... alle handlinger, der påvirker eller søger at påvirke, direkte eller indirekte, det politiske systems beslutninger og de videre effekter af sådanne beslutninger, eller som søger at påvirke beslutninger og deres effekter i sådanne 'parapolitiske systemer' som umiddelbart påvirker borgerne selv” (Goul Andersen & Hoff, 2001: 10).

Problemet med denne definition er, at begrebet 'politisk system' er for snævert. Easton's (1965) klassiske definition af politik som 'autoritativ værdifordeling' kommer til kort, fordi ordet 'autoritativ', selv i den bredeste forstand, ikke kan rumme alle former for politisk forbrug. Easton's politikopfattelse tager – i princippet – højde for, at politikken ikke blot foregår i de formelle politiske institutioner, men også i formelle eller uformelle netværk ('governance'). Ordet 'autoritativ' kan udmærket strækkes ud over de traditionelle politiske institutioner. På det arbejdsmarkedspolitiske område kan det for eksempel være ret forskelligt, hvornår en regel er vedtaget ved lov, og hvornår den er besluttet af arbejdsmarkedets parter (Rasmussen, 1971) – disse beslutninger er nogenlunde lige 'autoritative', dvs. de anerkendes som bindende og legitime eller efterleves af frygt for sanktioner. Så længe vi taler om faste netværk i form af korporative strukturer som på arbejdsmarkedet (Rasmussen, 1971), volder definitionen ingen problemer. Men det bliver sværere, efterhånden som vi bevæger os til de mere løse og uformelle netværk ('polycentric governance structures': netværk uden et klart centrum). Og begrebet kollapser, når vi kommer til markedet, hvor der nok foregår en fordeling ('allokering') af værdier, men ikke en 'allokering' der kan benævnes 'autoritativ'. Alligevel vil vi opfatte dele af denne adfærd som politisk. Derfor er det ikke nok at skifte fra et 'government' til et 'governance' perspektiv (eller 'approach'); vi har brug for en 'governance-

plus-marked' approach. Som en foreløbig løsning foreslår vi at definere politisk deltagelse simpelt hen som alle handlinger, der *sigter mod* at påvirke værdifordelingen ('outcomes' – de endelige effekter) for et samfund (jf. herom senere).⁶

Spørgsmålet er, om man hertil burde lægge en eller anden tillægsbetingelse om kollektiv handling. Som nævnt har det traditionelt været en eksplicit eller implicit antagelse, at politiske handlinger er af kollektiv natur. I hvert fald i bogstavelig forstand er der dog ikke nødvendigvis involveret nogen form for kollektiv handling i politisk forbrug (Micheletti, 2000: 6). Forskning i 'grønne forbrugere' har dog talt om en 'kollektiv identitet', som kan ses som et rum af processer. Det, der binder individer sammen i alle større bevægelser, er ligesom i tilfældet med nationer et 'forestillet fællesskab' (Anderson, 1990) – et begreb, der 'gør det muligt at forstå den flydende og fragmenterede kollektive aktør, som mange nye sociale bevægelser udgør' (Halkier, 1993: 48; 1994: 32). For 'grønne forbrugere' kunne man for eksempel tale om en fælles bevidsthed om miljøet og mulighed for at gøre noget praktisk ved det. På den måde kunne man fristes til at tale om politiske forbrugere som en særlig form for politisk bevægelse, hvor deltagerne er forbundet af et forestillet fællesskab i form af et værdifællesskab omkring en lang række emner. Det ville være i god overensstemmelse med betoningen af 'governance' og 'politiske mulighedsstrukturer' (se kapitel 3) – og det ville sikkert umiddelbart kunne hente støtte i empiriske analyser af de politiske forbrugere.

Hvor meget, der end kunne synes at tale for, har vi dog valgt at afstå fra en sådan definition undtagen i en meget mere minimalistisk forstand, der følger direkte af definitionen ovenfor. Ideen om 'forestillede fællesskaber' har nemlig sine svagheder som definitions-kriterium, da det risikerer at blive for snævert – i hvert fald hvis 'fællesskab' betyder, at politisk forbrug nødvendigvis udspringer af eller tjener til at reproducere en *fælles politisk identitet* – analogt med, hvad mange opfatter som et afgørende definitions-kriterium for en 'bevægelse'. Ved første øjekast kunne dette synes plausibelt også i relation til politisk forbrug, men det er værd at bemærke, at dette også fremstod som plausibelt i forbindelse med 'græsrodsdeltagelse' for et par årtier siden. Det sidste er imidlertid ikke længere tilfældet: Modsat de mange teorier om 'nye sociale bevægelser', der havde den antagelse til fælles,

6. Halkier (1994: 24; 29-36) stiller et tilsvarende spørgsmål i relation til grønne forbrugere, hvor hun opererer med tre definitions-kriterier: Et fænomen er politisk, såfremt det (1) knytter sig til en aktør, (2) udgør basis for dannelse af fællesskaber og (3) bevidst søger at påvirke eller forandre samfundet. (se også Halkier, 2001, hvor disse kriterier udvikles). Det første og det sidste kriterium er indeholdt i vores definition, mens vi lader det andet spørgsmål stå åbent.

at de mange bevægelser havde en fællesnævner og ville konvergere mere og mere mod denne fællesnævner, har vi i de sidste 20 år set græsrodsdeltagelsen og identiteterne sprede sig i alle retninger (Goul Andersen & Hoff, 2001; Goul Andersen, 2001b). Derfor er det nok mere hensigtsmæssigt at se dannelse af fælles identiteter som en afhængig variabel og dermed som et åbent spørgsmål: I hvilken grad tenderer politisk forbrug mod at skabe eller forstærke mere overgribende fælles identiteter? Og mere specifikt: Bygger politisk forbrug på, og tenderer det imod at forstærke elementer af et globalt medborgerskab som fælles identitet?

Altså vil vi ikke bruge fælles identitet som definitions-kriterium. Det kan også tilføjes, at opfattelsen af politik som kollektiv handlen allerede er fra-veget i den del af litteraturen om politisk deltagelse, der medregner individuel myndighedskontakt og individuel brugerindflydelse som politisk deltagelse (hvor det ligeledes er svært at fastholde begrebet 'autoritativ', jf. ovenfor). Til gengæld er det et afgørende definitions-kriterium, at forbrugeren søger at tilfredsstille andet og mere end rent personlige behov. En person, der køber økologiske produkter *udelukkende* for smagens eller sundhedens skyld, kan ikke ses som politisk forbruger. Som minimum må forbrugeren være optaget af de samfundsmæssige ('aggregerede') konsekvenser af sit forbrugsvalg – dvs. optaget af de ønskede eller uønskede konsekvenser, dette har for produktionen og dens indretning, og af muligheden for at bruge sin 'stemmeret som forbruger' (for at bruge en vending fra lærebøgerne), vel at mærke *bevidst* i et forsøg på at påvirke de aggregerede effekter. Det indebærer også et element af kollektiv handlen og fælles bevidsthed – men netop i en minimalistisk version: Bevidstheden om, at andre handler tilsvarende, og at man dermed i fællesskab kan påvirke. Som det fremgår nedenfor, korresponderer vore konkrete målinger umiddelbart med denne definition.

Kapitel 3

Fortolkninger og forklaringer: globalisering, ‘refleksiv modernisering’ og ‘politisk mulighedsstruktur’

Som påpeget i kapitel 2 er der mange grunde til at se politisk forbrug som en ny og selvstændig form for politisk deltagelse. Spørgsmålet er så, hvorledes denne deltagelse skal forklares. Her er det endnu ret sparsomt med teorier, og sigtet med analysen her er da også mere en indledende pejling, end det er afprøvning af teorier. Men vi skal kort diskutere nogle få aspekter. For det første kan man spørge, hvad der forklarer deltagelsen på individniveau: Hvorfor er der nogle, der handler som politiske forbrugere, mens andre ikke gør det?

Svaret på dét spørgsmål fortæller imidlertid ikke så meget om, hvorfor politisk forbrug (tilsyneladende) har fået stigende betydning. Derfor skal vi for det andet se på en række teorier, der forklarer politisk forbrug med mere overordnede tendenser i samfundsudviklingen: Politisk forbrug som (delvist) et svar på globaliseringen; politisk forbrug som en ‘naturlig’ udvidelse af de politiske deltagelsesmuligheder, der passer til et ‘postmoderne’ samfund; og politisk forbrug som en form for ‘sub-politik’ eller hverdagspolitik, der udtrykker mistillid til de ‘etablerede’ deltagelseskanaler. Disse makro-teorier er mest en slags fortolkningsrammer, der ikke uden videre kan efterprøves med ‘hårde data’. Men helt umuligt er det ikke, og det er under alle omstændigheder utilfredsstillende udelukkende at beskæftige sig med faktorer, der kan måles på individniveau.

Globalisering og politiske mulighedsstrukturer =

Der er mange grunde til, at det er naturligt at søge en del af forklaringen på det stigende politiske forbrug i globaliseringen. Nogle af de senere års mest iøjnefaldende forbrugerbojkot-aktioner har været rettet mod store, verdensomspændende virksomheder som Shell, Nike, Nestlé m.fl. Det er virksomheder, som i kraft af, at de opererer i mange lande, delvist kan unddrage sig nationalstatens regulering og kontrol, og der har netop været peget på, at internationalisering og liberalisering skaber et politisk tomrum.⁷ Andre

7. Sagen omkring Shell's ‘Brent Spar’-platform er i den sammenhæng ikke det bedste eksempel. Faktisk var dumpningen underlagt regulering, og blandt andet Danmark kunne endda have forhindret planerne på et tidligere tidspunkt.

tomrum opstår, når nationale regeringer træffer beslutninger, som har globale konsekvenser. Samtidig er det iøjnefaldende, at de nævnte boykotaktioner også har været verdensomspændende, blandt andet muliggjort af den globale nyhedsstrøm i medierne og de markant forbedrede muligheder for kommunikation på tværs af landegrænserne. Som beskrivelsen antyder, er det nærliggende at se den politiske forbruger delvist som et 'svar' på globaliseringens nye politiske 'mulighedsstruktur' ('*opportunity structure*'), herunder som en mulighed for at påføre virksomheder sanktioner, som nationalstaterne ikke er i stand til. I relation til diskussionen om globaliseringens konsekvenser for demokratiet forekommer det samtidig at være en noget mere interessant tilgang at tage udgangspunkt i de fænomener, der kan konstateres i den virkelige verden, frem for – som det sker i dele af den politiske teori (Held, 1995; Shapiro, 2001) – at tage normativt udgangspunkt i, hvad der ideelt *bør*-gøres for at sikre demokratiet i en globaliseret verden; karakteristisk nok har man i denne forskningsgren ikke 'opdaget' den politiske forbruger.

Nu er globalisering et modeord, der sjældent defineres og ofte forleder til overdrevne fortolkninger og forhastede slutninger – omkring år 2000 var der for eksempel mange, som i begejstring over e-handelens muligheder glemte at spørge, om det ikke blot var postordresalg på et højere niveau. Men når man skræller alt dette fra, står der en rationel kerne tilbage: Både på det økonomiske, politiske og kulturelle plan er der sket ændringer, som giver ny anledning til at handle politisk – og nye muligheder for at gøre det.

Overordnet kan globalisering defineres som massive transaktioner, forbindelser og netværk på tværs af landegrænserne. Eller sagt lidt mere udførligt:

“... [globalisation is] a set of processes that embodies a transformation in the spatial organization of social relations and transactions – assessed in terms of their extensity, intensity, velocity and impact – generating transcontinental or interregional flows and networks of activity, interaction, and the exercise of power” (Held et al., 1999: 16).

Herefter er det klagørende at sondre mellem økonomisk, politisk og kulturel globalisering. Den *økonomiske globalisering* henviser normalt til stigende varehandel, frie kapitalbevægelser og direkte investeringer på tværs af landegrænserne, herunder stigende vægt af transnationale virksomheder. Som ofte påpeget (Krugman, 1996; Hirst & Thompson, 2001) er globaliseringen i dag slet ikke så imponerende ved nærmere eftersyn, navnlig ikke i sammenligning med perioden fra 1870-1914, og både dengang og nu var baggrunden *politiske* beslutninger om at slippe markedskræfterne løs, mens

