

SZINOPSZIS

A kutatás tárgya

Az utóbbi években új szint hozott a gazdaságpolitikai lehetőségekről folyó vitákba az ún. nem növekedés-központú (*de-growth*) szemlélet. Neves szakmai folyóiratok szenteltek teret e vitáknak (lásd *Ecological Economics* 2011, 70. évf., valamint *Journal of Cleaner Production* 2010, 18. évf.). A tudományos eszmefuttatások mellett gyakorlatias, nemzeti szintű koncepciók és ajánlások is születtek ebben a nem növekedés-központú szemléletben. Köztük a legismertebb a Tim Jackson, brit közgazdász vezetésével és neves brit társadalomtudósok közreműködésével készült *Prosperity without Growth?* (Prosperitás növekedés nélkül?) című jelentés (T. Jackson, 2009, Sustainable Development Commission, UK). Peter Victor közgazdász könyve a kanadai gazdaság nem növekedés-központú fejlődési útjait, lehetőségeit elemzi (P.A. Victor, 2008. *Managing without Growth. Slower by Design, Not Disaster*. Edward Elgar, Cheltenham, UK – Northampton, MA, USA). Már magyarul is olvasható a francia *Décroissance* mozgalom filozófiai manifesztója (Serge Latouche, 2011. *A nemnövekedés diszkrét bája*. Szombathely), amely ugyancsak az uralkodó gazdasági paradigma elvetésével, elsősorban is a növekedésre épülő modern piaci társadalom átalakításával véli megvalósíthatónak a fenntartható társadalmat.

A konvencionális növekedés-orientált és a nem növekedés-központú gazdaságpolitikai alternatívák egyaránt központi szerepet szánnak a fenntartható életmódnak, illetve a fenntartható fogyasztásnak. Mindegyik fő eszközt lát egy fenntartható társadalomba való átmenet során az egyéni életmódbeli és fogyasztói szokások, a fogyasztói magatartás megváltoztatásában. A tudatos (etikus, környezetkímélő) életmódok és fogyasztási minták terjedése megindult, ám nem látszik jele sem annak, hogy a fogyasztók többsége válna tudatossá fogyasztói döntéseiben, és az sem bizonyított, hogy a tudatos fogyasztók mérhető ökológiai hatásai (pl. ökológiai lábnyoma) szignifikánsan kisebb lenne a magukat tudatosnak nem valló fogyasztói csoportokhoz képest. Hazai kutatások is rámutattak a kibúvó stratégiák jelenlétére mind az egyéni fogyasztó, mind a vállalati szereplők, mind pedig a szakpolitikai megoldások szintjén (Csutora Mária, 2012. Fenntartható fogyasztás: közösségi, vállalati és egyéni kibúvó stratégiák. In: Kerekes S. és Csutora M. (szerk.), 2012. *Fenntartható fogyasztás? Trendek és lehetőségek Magyarországon*. Aula Kiadó, Budapest).

Az eddigi vizsgálatok többsége vagy az elméletépítésre, vagy pedig a nagymintás felmérésekre koncentrált. Keveset tudunk azonban arról, hogy hogyan áll össze az érintettek számára a fenntartható fogyasztás összefüggésrendszere. Mit gondolnak erről az ezzel a témával foglalkozó szakértők? Ők hogyan állítják össze a fenntartható fogyasztás összefüggésrendszerét? Mit gondolnak erről a laikus fogyasztók, akiktől várnánk a fenntartható fogyasztási minták követését? Ők hogyan rakják össze a fenntartható fogyasztás összefüggésrendszerét? Milyen hasonlóságok és eltérések vannak a szakértők és a laikusok fenntartható fogyasztásra vonatkozó kognitív térképei között? Ezek elemzésével milyen szakpolitikai tanulságok vonhatók le, s milyen beavatkozási lehetőségek azonosíthatók? Kutatásunkban e kérdések megválaszolására törekszünk.

A kutatás célja

Jelen kutatás túl kíván lépni a nem növekedés-központú gazdaság fenntartható fogyasztásra vonatkozó elveinek pusztá gyűjteményén, és azt vállalja, hogy a fenntartható társadalomba való eljutás legfőbb közpolitikai lépéseit fölvezetve a fenntartható fogyasztás területén. Szakértői és laikus fogyasztói csoportokkal kidolgozzuk a fenntartható fogyasztás uralkodó összefüggésrendszerét, kognitív térképét. Föltárva a szakértők, illetve a laikusok fenntartható fogyasztásról konstruált mentális modelljeit, rábukkanhatunk és rámutathatunk a fenntartható fogyasztás előtt tornyosuló kognitív szintű konstrukciók okozta akadályokra, valamint az ezek nyújtotta – eddig ki nem aknázott – szakpolitikai beavatkozási lehetőségekre

Ajánlatunkban azt javasoljuk tehát, hogy a kutatás során a fenntartható fogyasztás szélesebb elméleti kontextusának bemutatása mellett a fenntartható fogyasztás Magyarországon uralkodó mentális modelljeit tárjuk föl. Ezzel segítve a fenntartható társadalom felé való átmenet gazdaságpolitikai lépéseinek célzottabb kidolgozását.

A választott kutatási cél jelentősége, indoklása

A fogyasztó hagyományos képe azon alapul, hogy igyekszik minél inkább megnövelni a hasznosságát, amelyet legfőképpen anyagi, pénzben kifejezhető javak vásárlásával és felhalmozásával képes megtenni. Ez a fogyasztó autonóm módon, másoktól függetlenül dönt, tökéletesen informált és teljes mértékben az önérdék vezérelt hasznosságmaximalizáló döntéseiben – s ebben az értelemben racionális.

Mindazonáltal a közgazdaságtant az elmúlt két évtizedben számos olyan hatás érte, amelyek megkérdőjelezték ennek az emberképnek az egyszerűségét és valóságosságát. A fenntartható fogyasztás megértéséhez és elősegítéséhez szükséges egy reális és komplex fogyasztóképpel rendelkezni, így a kutatás során bemutatjuk a fenti hatások eredményeképpen létrejött közgazdaságtani irányzatokat és ezek legújabb eredményeit. Ezek közül három területet mutatunk be és elemzünk behatóan: a viselkedésgazdaságtan, az identitásgazdaságtan és a kompetitív fogyasztás irányzatait.

Míg a viselkedésgazdaságtan elsősorban az emberek kognitív korlátait és torzításait emeli ki (D. Ariely, 2011. *Kiszámíthatóan irracionális*. Budapest: Gabo; D. Kahneman, 2012. *Gyors és lassú gondolkodás*. Budapest: HVG; C.R. Sunstein & R.H. Thaler, 2011. *Nudge - Jobb döntések egészségről, pénzről és boldogságról - a pénzügyi válság után*. Budapest: Manager Könyvkiadó), addig az identitásgazdaságtan a különböző szereplők csoportokhoz tartozásának hatását és az ebből fakadó hasznosságot hangsúlyozza (G.H. Akerlof & R.E. Kranton, 2010. *Identity Economics: How Our Identities Shape Our Work, Wages, and Well-Being*. Princeton: Princeton University Press). A kompetitív fogyasztás elmélete pedig a társadalmi státusz elérésének motivációján és elvesztéséhez kapcsolódó szorongáson keresztül igyekszik megérteni a (túl)fogyasztás mintáit (R.H. Frank, 2007. *Falling behind. How Rising Inequality Harms the Middle Class*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press). Véleményünk szerint ezeket a területeket figyelembe kell vennünk, amennyiben olyan típusú kérdésekre keressük a választ, hogy miért fenntarthatatlanok a jelenlegi fogyasztási minták, és milyen módon lehet a fenntartható fogyasztói döntéseket elősegíteni.

A kutatás módszertana

A kognitív vagy mentális térképek készítése és elemzése elsősorban a településkutatásban jelent meg Magyarországon, amely a különböző társadalmi csoportok térérzékelésének és ez alapján a térhasználatának összehasonlítását teszi lehetővé (Cséfalvay Z., 1990. *Térképek a fejünkben*. Akadémiai Kiadó, Budapest; Garda V., 2009. A szubjektív térérzékeléssel kapcsolatos vizsgálatok elméleti háttere és alkalmazási területei. *Tér és Társadalom*. (23) 1. 43-53). Számos olyan térképezési eljárás jelent azonban meg az elmúlt években a nemzetközi tudományos diskurzusban, amelyek nem a megélt tér, hanem egy összetett oksági rendszer feltérképezését teszi lehetővé. Említhetjük a részvételi modellezést (N. Videira et al. 2003. Participatory Modelling in Environmental Decision-Making: The Ria Formosa Natural Park Case Study. *Journal of Environmental Assessment Policy and Management* (5) 3. 421-447), a fuzzy-kognitív térképeket (B. Kosko, 1986. Fuzzy Cognitive Maps. *International Journal of Man-Machine Studies*. (24) pp. 65-75) és a többes oksági diagramokat (Open Univ. *System diagramming. Learning material*. URL: <http://openlearn.open.ac.uk/mod/oucontent/view.php?id=397793>).

Ezek mindegyike a valóság komplexitását kívánja leképezni, olyan módon, hogy az adott területen kiemel relevánsnak számító változókat és ezek kapcsolatát vázolja fel egy térképen. Meghaladja tehát a közvetlen oksági kapcsolatok szeparált elemzését és egy rendszert a maga összetettségében, holisztikusan próbál értelmezni. A kutatás során a többségi oksági diagramkészítés módszerét fogjuk részvételi módon alkalmazni.

Az ilyen típusú rendszertérképezésnek számos előnye van. Egyrészt képes egy rendszert a maga komplexitásában megjeleníteni, a változók közötti többes oksági kapcsolatokkal együtt. Az oksági kapcsolatok irányát is fel lehet tüntetni a rendszeren belül, amely az oksági utak végigkövetésével és elemzésével a változók rendszeren belül játszott szerepének jobb megértéséhez segíthetnek hozzá.

Ennek köszönhetően feltárhatóvá és azonosíthatóvá válnak olyan visszacsatolási mechanizmusok, amelyek a rendszer folyamatos működését fenntartják vagy esetleg a rendszer hosszú távú működését veszélyeztetik. A rendszeren belüli változók lehetnek heterogének, egyszerre terjedve ki többek között az intézményi és szabályozási keretekre, a technológiai adottságokra és a fogyasztói szokásokra.

A módszer alkalmazásának további előnye, hogy lehet csoportban, részvételi módon alkalmazni, amely hozzásegít, hogy a különböző típusú tudással rendelkező résztvevők össze tudják egyeztetni ismereteiket és egy közös ábrán keresztül meg tudják azt jeleníteni. Egy ilyen rendszer-térkép – elkészítése után – alkalmas gondolatkísérletek lefolytatására, hiszen változtatható (egyes változók kihagyása, felcserélése más változókkal) és kiegészíthető (új változók bevonása). Ez pedig elvezet olyan beavatkozási pontok azonosításához, amelyeket szabályozással és szakpolitikai eszközökkel kezelni lehet, valamint egy adott területen a szakpolitikai értékelés számára kijelöli a prioritásokat.

A kutatási folyamat szakaszai

A tervezett kutatás 5 fő részre oszlik, amelyek lépcsőzetesen egymásra épülnek:

1. A fenntartható fogyasztásra vonatkozó eddigi elméleti megközelítések bemutatása, a neoklasszikus fogyasztókép felülvizsgálata az új

közgazdaságtani irányzatok eredményeinek tükrében. A nem növekedés-központú megközelítések szakpolitikai ajánlásainak összefoglalása.

2. A fenntartható fogyasztás hazai empirikus eredményeinek értékelő összegzése annak érdekében, hogy a kognitív térképezéshez kiválasztandó szakértői és fogyasztói csoportok mintája releváns és alkalmas legyen.
3. Kognitív térkép kidolgozása szakértőkkel és laikusokkal a jelenlegi fogyasztás rendszerről, a fő beavatkozási pontok azonosítása.
4. Egy összetett értékelési szempontrendszer kidolgozása, amely figyelembe veszi a fogyasztási rendszer fő intervenciós pontjait, a felvázolt összetett fogyasztóképet és a fogyasztás társadalmi-gazdasági környezetét.
5. Összefoglaló kutatási jelentés készítése, visszacsatolása a résztvevőknek, további észrevételeik és javaslataik beépítése.

