



# Politisk forbrug og politiske forbrugere

Globalisering og politik  
i hverdagslivet

Jørgen Goul Andersen  
Mette Toblasen

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, 2004  
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](mailto:Magtudredningen@ps.au.dk)  
[www.ps.au.dk/magtudredningen](http://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

<b>Kapitel 1. Introduktion</b> .....	7
<b>Kapitel 2. Hvad er politisk forbrug?</b> .....	9
<b>Kapitel 3. Fortolkninger og forklaringer: globalisering, ‘refleksiv modernisering’ og ‘politisk mulighedsstruktur’</b> .....	20
<b>Kapitel 4. Marginalt fænomen eller megatrend: Hvor stor betydning har politisk forbrug?</b> .....	27
Hvordan måles politisk forbrug? .....	27
Hvor mange er politiske forbrugere? .....	28
Hvor effektivt opleves det? .....	37
<b>Kapitel 5. Hvem er de politiske forbrugere?</b> .....	45
<b>Kapitel 6. Politisk forbrug, andre deltagelsesformer, medborgerværdier og politisk tillid</b> .....	51
<b>Kapitel 7. Politisk forbrug og globalt politisk medborgerskab</b> ....	57
<b>Kapitel 8. Konklusioner og perspektiver: politisk forbrug som demokratisk udfordring</b> .....	63
<b>Litteratur</b> .....	69
<b>Om forfatterne</b> .....	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 adspurgte om deres politiske deltagelse, om deres orientering til politik og det politiske system, samt om et mindre udsnit af politiske holdninger.<sup>1</sup> 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.<sup>2</sup> 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 forbrugerboykot som aktionsform er et væsentligt ældre fænomen. Selve ordet boykot 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 boykot, hvor arbejderne også tog deres våben som forbrugere i brug over for arbejdsgivere, og specielt i USA har boykot-aktioner en lang historie som middel for enkeltsagsbevægelser (Friedman, 1999).

I Europa var det først og fremmest de nye ‘græsrodsbevægelser’, der bragte forbrugerboykot på banen, og siden 1970’erne har man da også i den politologiske litteratur analyseret forbrugerboykot 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 boykoter 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 allergite-stede 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)	<b>Boykot-aktion</b> (klassisk studieobjekt)	<b>Etisk forbruger</b> (køber for eksempel ikke æg af burhøns)
Tilvalg af varer (positivt politisk forbrug)	<b>Solidaritets-aktion</b> (sjældent)	<b>Grøn forbruger, bæredygtig forbruger</b> (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.<sup>3</sup>

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* forbrugere<sup>4</sup> (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.<sup>5</sup>

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).<sup>6</sup>

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.<sup>7</sup> 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

de i mellemtiden blev *politisk* inddæmmet som reaktion på verdenskrise og verdenskrige.

En afgørende forskel mellem den 'gamle' globalisering og i dag er, at 'almindelige mennesker' i dag har langt bedre mulighed for at forholde sig til udviklingen. Disse muligheder skyldes ikke mindst den *kulturelle* globalisering, der navnlig henviser til, at informationsstrømme flyder med umådelig høj hastighed til alle dele af kloden (Giddens, 1990). Revolutionen i kommunikationsteknologi, først og fremmest de elektroniske medier og internettet, giver en dramatisk vækst i potentialet for mobilisering på tværs af landegrænserne.<sup>8</sup>

Den *politiske* globalisering henviser til gensidig afhængighed og til beslutningstagen, der går på tværs af regioner eller grænser. Heller ikke dette er fuldstændig nyt – man behøver blot tænke på Romerriget, kirken i højmiddelalderen, osv. Men det mest afgørende nye er måske, at almindelige mennesker engagerer sig i sådanne spørgsmål, og at man har fået en slags verdensoffentlighed (Beck, 1998; Tobiasen, 2001a).<sup>9</sup> Et andet nyt træk er ideen om universelle menneskerettigheder, der skal beskyttes på tværs af

---

8. Man har også peget på muligheden for elektroniske netværk mellem folk, som er geografisk adskilt (Urry, 2000), gennem hvilke folk får informationer om issues og problemer fra hele verden (Giddens, 2000). Der er dog grund til at bemærke, at der er tale om en lang udvikling, hvor TV, radio, telefon og telegraf gik forud. Man kan også bemærke en interessant parallel til den teknologibejstrede Karl Marx' visioner allerede i Det kommunistiske Manifest (1848), hvor han netop betonede revolutionen i transport (jernbanerne) og kommunikationsteknologi (post og telegraf) og de nye potentialer, dette indbar for politisk mobilisering. Det gjorde det nemlig muligt for arbejderklassen at kommunikere og organisere sig på nationalt, ja endog på internationalt plan. Den (første) 'internationale arbejderassociation' blev organiseret netop i overensstemmelse med disse visioner – og det er i øvrigt også værd at bemærke, hvorledes den franske februar-revolution i 1848 på få måneder spredte sig til andre europæiske lande – herunder Danmark. Alt dette ændrer naturligvis ikke ved, at potentialet for mobilisering er accelereret, hvilket blandt andet blev synligt i de verdensomspændende protestbevægelser (for eksempel imod Vietnamkrigen) allerede fra 1960'erne.

9. Det hidtil mest radikale eksempel herpå er terrorangrebet på USA den 11. september 2001 og den efterfølgende krig i Afghanistan. Det paradoksale er, at det har været de islamiske fundamentalister, der bedst har forstået den kulturelle globalisering og mest radikalt har benyttet det 21. århundredes medieorienterede politiske virkemidler: Angrebet på World Trade Center var den ultimative 'event'-skabelse, og i den efterfølgende krig mod Afghanistan var fundamentalisternes strategi at vinde krigen i de islamiske landes medier – hvilket USA og den vestlige alliance paradoksalt nok var dårligt forberedt på.

grænserne. Og et tredje træk er den markante stigning i internationale retsregler, hvori individer og ikke stater er retssubjekter (Held, 1999). Det karakteristiske for politiske strukturer på globalt niveau er imidlertid, at de er svagere og mindre formaliserede end nationale institutioner. De kan karakteriseres som netværk – mange taler om ‘global governance’ (McGrew, 2000; Held et al., 1999) – men det er et lidet finmasket netværk med mange huller. Det står i kontrast til et stigende antal ‘globale problemer’, der går på tværs af landegrænserne: Den globale opvarmning, nedbrydningen af ozonlaget, overtrædelse af menneskerettigheder, og reproduktionen af fattigdom i det liberaliserede verdensmarked, for blot at nævne nogle få (Tobiasen, 2001b).

Som ovenstående stærkt forenklede billede viser, er der således en logisk forbindelse mellem globalisering og politisk forbrug: Den kulturelle globalisering betyder, at der er et stigende potentiale for handling blandt borgerne, og økonomisk og politisk globalisering betyder dels, at der er et stigende antal emner at mobilisere omkring, dels at politisk forbrug ofte er et nærliggende supplement eller ligefrem den eneste mulighed for at agere. Ydermere er omkostningerne ved en sådan deltagelse relativt små samtidig med, at den kan være ganske effektiv. Store virksomheder er sårbare over for boykot-aktioner, og selv mindre tab i markedsandele eller langsigtede tab i ‘corporate image’ er alvorlige sanktioner. På grund af eksportinteresser og indtægt fra turisme er regeringer også ofte ganske følsomme over for sådanne aktioner. Alt dette er først og fremmest en fortolkningsramme, der ikke i streng forstand kan efterprøves. Men det kan afprøves empirisk, om politisk forbrug overhovedet er knyttet til en mere international orientering og identitetsdannelse, hvilket vi skal gøre i kapitel 7.

### *Refleksiv modernisering eller postmodernitet =*

Teorien om *refleksiv modernisering* og *risikosamfund* (Beck, 1994; 1997) præsenterer et alternativt udgangspunkt for at fortolke politisk forbrug, nemlig som en form for ‘sub-politik’. ‘Sub-politik’ skal forstås i en kontekst af ‘refleksiv modernisering’, som i Beck’s udlægning henviser til en kritisk stillingtagen til modernitetens eller industrialiseringens konsekvenser. Hvor moderniteten traditionelt har været forbundet med fremgang, velstand og frigørelse, er refleksiv modernitet defineret ved at fokusere på risiciene ved industrialiseringen.<sup>10</sup> Refleksiv modernitet er en ‘mod-modernitet’, en kri-

---

10. En del af argumentet er ikke nyt, bortset fra at det eksplicit nævner politisk forbrug og ‘sub-politik’ (Beck, 1994: 11, 13ff.). De negative (globale) sideeffekter, som er forbundet med industrialismen, og den form for rationalitet, som industrisamfundene traditionelt har bygget på, er en klassisk pointe i kritiske

tik af modernitetens succes. Omdrejningspunktet er de negative konsekvenser af moderniseringen, risiciene (for eksempel miljøproblemer og børnearbejde). Hvad, der defineres som risici, er ikke en 'kendsgerning' per se, men er i høj grad baseret på viden, der kan godtgøre, at noget er en systematisk effekt af moderniseringsprocessen. En del af argumentet er også, at staten ikke har den fornødne kapacitet til at løse den nye type af risikoproblemer, hvilket fører til legitimitetskrise, mistillid til det etablerede politiske system, og at folk flygter fra de traditionelle politiske kanaler (se også Micheletti, 2001: 9). I stedet deltager folk i 'sub-politik' (Beck, 1994: 13ff.; 1997: 94-110), der er kendetegnet ved at foregå uden for de traditionelle politiske kanaler og ved at være en individuel frem for en kollektiv handling. Deltagelsen i 'sub-politik' udspringer af en risiko-bevidsthed og er som sådan knyttet til individets livsfortælling og identitet. Man kan sige, at sub-politik er en personliggørelse af det politiske ansvar.

Et alternativ til Beck's teori er en række argumenter, som kan sammenfattes under betegnelsen 'naturligt supplement'. I dette perspektiv vil man se politisk forbrug som en supplerende deltagelses- og indflydelsesmulighed på linje med græsrodsdeltagelse. Disse deltagelsesformer kan ses som en naturlig udvidelse af den politiske deltagelses standardrepertoire, fint tilpasset et individualiseret samfund, hvor borgerne har flere politiske ressourcer (bortset fra tid), hvor konflikter går for meget på tværs, eller hvor stridsspørgsmål ikke lever længe nok til at kunne repræsenteres af partier og foreninger, og hvor medier og offentlig opinion spiller en afgørende rolle i politik (Goul Andersen & Hoff, 2001: 168).

Den sidstnævnte fortolkning adskiller sig fra Beck's derved, at den stort set har de modsatte empiriske implikationer. Nu er Beck's teori ikke møntet på empirisk efterprøvning – snarere det modsatte, fristes man til at sige. Men man kan alligevel udlede nogle få empirisk testbare udsagn fra hans ideer om sub-politik. For det første skulle man forvente, at politiske forbrugere havde større mistillid til politikere og politiske institutioner end de, der ikke engagerer sig i politisk forbrug. For det andet skulle man forvente, at politiske forbrugere er mindre tilbøjelige end andre til at deltage i de 'traditionelle' politiske kanaler, fordi de ikke anses for effektive (Beck er dog noget inkonsistent på dette punkt, jf. Beck, 1997: 102). Endelig skulle vi forvente, at andelen af politiske forbrugere er højest blandt de bedre uddannede (fordi risici i udpræget grad er vidensbaseret) og de bedre stillede – det

---

analyser af industrialismen (se for eksempel Kumar, 1980). Beck's risikobegreb mister også en del af sin prægnans, fordi det er knyttet for snævert til denne industrialismeforståelse.



## Forbrug som politik eller politik som forbrug?

Diskussionen om, at forbruget bliver politisk, kommer paradoksal nok samtidig med, at ganske mange samfundsforskere diskuterer, om og hvordan politik bliver til en slags forbrug, eller i hvert fald kan ansues på nogenlunde samme måde som forbrug. Således hævder Turow (1997), at dannelsen af identiteter i stigende grad sker omkring forbrugeraktiviteter, i takt med at andre identitetsdannende aktiviteter og institutioner svækkes: Klasseidentifikation, partiidentifikation, samt foreninger (i hvert fald blandt de unge, jf. Putnam, 2000). Individualiseringen betyder, at mennesker selv skaber deres eget 'livsprojekt', selv vælger de fællesskaber, de vil indgå i, og i stigende grad selv vælger deres egen identitet (Giddens, 1991). Argumentet er, at forbrugerrollen og vælgerrollen/medborgerrollen i så henseende rykker nærmere hinanden (Bennett, 2001).

Argumentet er videre, at den politiske deltagelse forskyder sig fra aktiv, forpligtende og langsigtet deltagelse i partier og foreninger til ad hoc-orienteret deltagelse i aktioner (og kortvarigt partimedlemskab), til uforpligtende støttemedlemskab i og økonomiske bidrag til foreninger: Borgerne shopper rundt, med skiftende eller sammensatte identiteter. Tilsvarende shopper vælgerne rundt mellem partierne i det politiske supermarked og finder det, der her og nu passer dem bedst.

Med hensyn til de politiske partier er det i dag blevet almindeligt at se disse som professionel-bureaukratiske organisationer (Anderen, 1981, Mair, 1994; Panebianco, 1988; Blumler & Kavanagh, 1999; Pedersen, 1989). Illustrationerne er mange: Anvendelsen af målrettede mediekampanjer, baseret på segmentanalyser, brugen af spin doctors etc. (Morris, 2000).

Disse fortolkninger virker plausible og har vel også en del for sig; men de kan også være forførende. For det første er beskrivelserne ofte overdrevne: Partierne er stadig andet og mere end professionelle mediemaskiner (Bille, 1998); foreningerne har stadig mange aktive medlemmer (Torpe, 2000; Goul Andersen, 2001b), osv. Og nogle steder går regnestykket ikke op. Selv om vælgerne i stigende grad *vælger* ved valgene og ikke blot stemmer i overensstemmelse med overleverede identiteter, så er det ikke at ligne med forbrugeres valg i et supermarked. Vælgerne antager tværtimod langt ad vejen en ansvarlig medborgerrolle (Goul Andersen, 1994) og stemmer i stigende grad i overensstemmelse med holdninger og værdier, som tilsyneladende bryder med tidligere tiders noget mere interessebaserede adfærdsmønstre (Andersen et al., 1999; Borre, 2001). Selv om professionelle markedsføringsmetoder tages i brug i politik, er der i dansk sammenhæng heller ikke ført bevis for, at dette er specielt effektivt – i hvert fald ikke, hvis antagelsen er, at politik skal sælges lige som andre 'varer'.

Selv om der på politikens udbudsside sker en professionalisering, og selv om der på vælgerplanet er en vis sammenhæng mellem livsstil og politisk orientering (men er dette nyt?), så forekommer det i dansk sammenhæng ikke at være et hensigtsmæssigt perspektiv på politisk forbrug at se det som udtryk for en gensidig tilnærmelse eller ligefrem sammensmeltning af forbrugerrolle og vælgerrolle: Det er forbrugerrollen, der bliver mere politisk, næppe omvendt.

sidste er i hvert fald Beck's egen forventning. Teorien om politisk forbrug som en supplerende deltagelseskanal forudsiger ligeledes, at politisk forbrug er ressourcebestemt, men at det snarere samvarierer positivt med deltagelse på andre områder og med politisk tillid.

#### *Forklaringer på individniveau =*

Teoriene om refleksiv modernisering og 'naturligt supplement' slår bro til forklaringer på individniveau, hvor politisk forbrug navnlig kan søges forklaret med nye værdier, eller ud fra en rationel kalkule af omkostninger og udbytte. Disse hypoteser er enkle at efterprøve. Værdiforklaringen (Inglehart, 1990) forudsiger, at personer med post-materielle værdier (dvs. personer, som prioriterer livskvalitet, selvrealisering og ny-politiske spørgsmål som for eksempel miljø) er mere tilbøjelige til at handle som politiske forbrugere. Når det gælder omkostninger og udbytte, kan man med rimelighed antage, at omkostningerne ved at være politisk forbruger følger indkomsten: Omkostningerne føles hårdere blandt grupper med lav indkomst end blandt dem med høj indkomst. Derfor vil en rational choice tilgang forudsige, at politisk forbrug er indkomstbestemt.

#### *Afslutning =*

Politisk forbrug og politiske forbrugere er ikke et forskningsområde, hvor stærke og veludviklede alternative forklaringer står over for hinanden og dermed parat til empirisk efterprøvning. Man kan højst tale om nogle fortolkningsrammer, hvoraf der kan udledes enkelte testbare udsagn. Det gælder både globaliserings- og governance-perspektivet og teorien om refleksiv modernitet. Fordelen ved at anvende sådanne fortolkningsrammer er, at de peger på nogle andre fokuspunkter end forklaringer på individniveau, og dermed på nogle andre problemfelter, som er forbundet til den samfundsmæssige udvikling. Men som anført skal vi dog også teste nogle mere umiddelbart målbare hypoteser om det politiske forbrugs sammenhæng med post-materielle værdier, og med en rationel økonomisk kalkule af omkostninger. I det store og hele er forskning i politisk forbrug dog et ret jomfrueligt terræn, og hovedopgaven her er da heller ikke at efterprøve en række præcise teoretiske forklaringer. Det er først og fremmest at tilvejebringe et overblik, herunder beskrive det politiske forbrugs omfang og fordeling, samt dens sammenhæng med andre deltagelsesformer og med orienteringer til politik og det politiske system. Desuden er det et vigtigt sigte at undersøge, i hvor høj grad politisk forbrug skal ses som en *politisk* handling, sådan som det er antagelsen her. Det er emnet for de følgende kapitler.

## Kapitel 4

# Marginalt fænomen eller megatrend: Hvor stor betydning har politisk forbrug?

I dette kapitel skal vi give et overblik over politisk forbrug i Danmark: Hvor udbredt er fænomenet? Er det tiltaget eller aftaget over tid? Er det rimeligt at tale om politisk forbrug som 'politisk'? Oplever de politiske forbrugere selv deres indsats som effektiv – og hvad mener befolkningen i øvrigt? I de efterfølgende kapitler ser vi nærmere på de politiske forbrugeres sociale og politiske profil, og på sammenhængen med andre former for politisk deltagelse.

## Hvordan måles politisk forbrug?

Politisk forbrug kan måles på mange måder. Men målingerne adskiller sig som regel en del efter, om de tager udgangspunkt i en interesse for forbrug eller en interesse for politik. Ud fra en interesse for forbrug har man ofte været interesseret i at måle *villigheden* til at købe bestemte produkter frem for at måle *faktisk* adfærd. For eksempel har man målt villigheden til at betale en overpris for økologiske varer, og efterspørgslens afhængighed af størrelsen af en sådan overpris (*AIM/Borsen*, 13.5.1991; *Gallup/Berlingske Tidende*, 19.6.1994). Ud fra en kommerciel interesse er betalingsvilligheden naturligvis afgørende. Der er dog også en tidsdimension i dette: I lighed med de første undersøgelser af deltagelse i aktioner i 1970'erne (Barnes, Kaase et al., 1979) var det navnlig første generation af undersøgelser, der lagde vægt på villigheden til at købe eller boykotte bestemte varer – også fordi omfanget var usikkert og udbuddet af varer begrænset. Det er dog ofte problematisk at slutte ud fra folks erklærede intentioner; for eksempel kan økologiske producenter godt få overdrevne forventninger ud fra forbrugernes erklærede villighed til at købe økologisk – faktiske handlinger lever ikke altid op til den gode vilje. Efterhånden bliver politisk forbrug da også fortrinsvist målt ud fra handlinger – og selv her kan der være en vis 'over-claiming', dvs. overdreven rapportering om omfanget.

En anden vigtig skillelinje i målingerne lever videre. Den går mellem de undersøgelser, der tager udgangspunkt i 'grønne' forbrugere, og de, der tager direkte udgangspunkt i politiske forbrugere. De førstnævnte undersøger først, hvor stort forbruget af økologiske og lignende varer er, og undersøger efterfølgende, om købsmotiverne er politiske eller andre. Det er blandt andet her, man støder på ivrige diskussioner om, hvorvidt det politiske for-

brug nu også er 'politisk'. For eksempel fandt Gallup i 1997 (*Gallup/Berlingske Tidende*, 12.02.1997), at kun 35 procent købte økologisk for miljøets skyld; 48 procent henviste til sundhed, 20 procent til smag, 19 procent til kvalitet og 20 procent til andet. Samme mønster genfindes i 1999 (*Gallup/Berlingske Tidende*, 7.4.1999). Også IFKA (2000) placerer sundheden i højsædet. Der samme gælder Beckmann et al. (2001), men her skal de 45 procent, der henviser til sundheden, dog sammenlignes med 39 procent, der henviser til miljøet og 25 procent til dyrevelfærd; samme undersøgelse påpeger endvidere, at det er svært at skille de politiske og ikke-politiske motiver ad, og at de politisk motiverede også for eksempel overbeviser sig selv om, at økologiske produkter er sundere og smager bedre.

I de målinger, hvor udgangspunktet er politisk adfærd frem for forbrugeradfærd, følger man oftest en anden fremgangsmåde, nemlig ved at spørge direkte om fra- eller tilvalg af bestemte produkter af politiske, etiske eller miljømæssige grunde. Det sætter så at sige pr. definition diskussionen om det komplekse forhold mellem det politiske og ikke-politiske lidt i baggrunden. Til gengæld giver det en mere præcis og sikker måling i forhold til definitionen af politisk forbrug, nemlig om det er baseret på (i bred forstand) politiske motiver eller ej.

## Hvor mange er politiske forbrugere?

### Målingen her =

Undersøgelsen her er baseret på sondringen mellem de to hovedformer for politisk forbrug: Fravalg og tilvalg – eller 'negativt' og 'positivt' politisk forbrug. Vi har således spurgt interviewpersonerne, om de inden for de sidste 12 måneder (1) havde 'boykottet bestemte varer' for at 'forsøge at opnå forbedringer eller modvirke forringelser i samfundet',<sup>11</sup> (2) 'bevidst (havde)

---

11. Vi har her i teksten generelt reserveret termen 'boykot' til at betegne 'organiseret boykot-aktion'. Der er dog ingen grund til at forvente, at svarpersonerne tolker ordet tilsvarende snævert; hensigten med ordet boykot har været at associere både til kollektive/organiserede og individuelle/uorganiserede fravalg af bestemte varer, og det har været antagelsen i det internationale projekt, som medborgerundersøgelsen indgår i, at dette bedst kunne opfanges med ordet 'boykot'. Men det *kan* give en lille indskrænkning af betydningen. Omvendt må man bruge en lang række kontrolspørgsmål, hvis man bevæger sig ud i den gråzone, hvor de fleste sikkert har ét eller andet produkt, de ikke ønsker at købe – (tilladte) sprøjtemidler, underlødige fødevarer, tobak, porno, sensationsaviser, benzinslugende biler, motorplæneklipper, eller hvad det nu måtte være. Kun undtagelsesvist vil der være tale om politisk forbrug. Her trækker ordet boykot en klarere grænse.

købt bestemte varer af politiske, etiske eller miljømæssige grunde'. Som yderligere kontrol blev svarpersonerne andetsteds i skemaet spurgt om, hvor ofte de 'vælger ... produkter ud fra holdninger til politiske, etiske eller miljømæssige spørgsmål'. Svarene er vist i tabel 4.1, hvor der også er medtaget svarfordelingen på et næsten enslydende spørgsmål om at undlade at købe bestemte varer fra 1990, hvor spørgsmålet imidlertid refererede til en periode på tre år.<sup>12</sup> Det skal tilføjes, at politisk forbrug i begge tilfælde optræder i en spørgsmålsserie vedrørende politiske påvirkningsforsøg, hvilket er med til at præcisere en korrekt forståelse af spørgsmålet.

Tabel 4.1. *Andel, der inden for de sidste 12 måneder har boykottet bestemte varer eller bevidst valgt bestemte varer ud fra politiske, etiske eller miljømæssige hensyn. 1990 og 2000. Procent (N=1640) =*

Der er mange måder, hvorpå man kan forsøge at opnå forbedringer eller modvirke forringelser i samfundet. Har De inden for de sidste 12 måneder gjort noget af følgende ...	1990 <sup>1</sup> (referenceperiode 3 år)	2000 (referenceperiode 1 år)
1. Boykottet bestemte varer?	22	21
2. Bevidst købt bestemte varer af politiske, etiske eller miljømæssige grunde?	.	45
3. Hvor ofte vælger De produkter ud fra holdninger til politiske, etiske eller miljømæssige spørgsmål?		
Ofte	.	23
Af og til	.	30
Sjældent	.	22
Aldrig	.	24
Ved ikke/ubesvaret	.	1
Total	.	100

1) Spm. På dette kort er nævnt en række aktivitetsformer, man kan benytte i forbindelse med en politisk aktivitet. Har De inden for de sidste tre år ... – ladet være med at købe bestemte varer?

Det viser sig, at 21 procent af danskerne havde boykottet bestemte varer inden for de sidste 12 måneder, mens væsentligt flere – 45 procent – bevidst havde tilvalgt bestemte varer af politiske, etiske eller miljømæssige grunde.

12. Medmindre andet er anført, er alle data fra 2000-undersøgelsen vejret efter alder. Det skyldes, at vi for at få flere erhvervsaktive at arbejde med i undersøgelsen udtog en reduceret stikprøve blandt personer over 70 år. Derfor er de ældre i undersøgelsen efterfølgende vejret op (og de under 70-årige tilsvarende vejret lidt ned), så deres andel af svarpersonerne svarer til deres andel i befolkningen pr. 1.1.2000 ifølge Danmarks Statistiks opgørelse baseret på CPR-registret. I praksis er vejningen i øvrigt stort set uden betydning for resultaterne.

Det gør altså en betydelig forskel i opgørelsen af det politiske forbrug, at vi også regner de positive politiske forbrugere med. Svarene viste sig i øvrigt at være stort set kumulative, dvs. at næsten alle, der havde boykottet, også havde tilvalgt bestemte varer. Blandt de 21 procent, som havde deltaget i en boykot, havde de 19 procent også bevidst tilvalgt bestemte varer. Vi har derfor dannet en additiv skala ud fra de to spørgsmål, hvor 19 procent både er positive og negative politiske forbrugere, 28 procent er positive eller negative (i praksis næsten altid positive), og 53 procent slet ikke er politiske forbrugere, jf. tabel 4.2. Fordi skalaen kommer så tæt på et kumulativt mønster, behandler vi den i det følgende *både* som en klassifikation af forskellige typer af politiske forbrugere, og som et rangordningsmål for intensiteten af svarpersonernes politiske forbrug.

Tabel 4.2. Politiske forbrugere. Additiv skala. Medborgerundersøgelsen = 2000. Procent (N=1640)

	Procent
Ikke politisk forbruger	53
Kun positivt tilvalg (eller kun negativt fravalg)	28
Både positivt tilvalg og negativt fravalg (boykot)	19
Total	100

Næsten kumulativ skala, idet 19 ud af 21 procentpoint negative politiske forbrugere (boykottere) også har positivt tilvalg.

Disse tal svarer nogenlunde til dem, vi finder på et kontrolspørgsmål om, hvor ofte svarpersonerne tilvælger produkter af politiske grunde, hvor 23 procent svarer 'ofte' og 30 procent svarer 'af og til' (jf. tabel 4.1). Tabel 4.3 viser forbindelsen mellem de to mål for positivt tilvalg. Selv om sammenhængen er stærk og pålideligheden acceptabel, viser forskellige eksperimenter, at en kombination af alle tre spørgsmål ikke giver noget forbedret mål for politisk forbrug, hvorfor vi i det følgende stort set holder os til skalaen eller klassifikationen i tabel 4.2.

Når det gælder negativt politisk forbrug, har vi et stort set sammenligneligt spørgsmål fra 1990, jf. tabel 4.1. Andelen, der dengang havde undladt at købe bestemte varer var næsten den samme – 22 procent – men da det sidste tal refererer til en treårs periode, kan vi roligt gå ud fra, at deltagelsen i forbrugerboykot har været lidt stigende,<sup>13</sup> dog ikke markant.

13. Forskellen i spørgsmålsformulering kan i princippet påvirke resultaterne, men rent sprogligt måler de to formuleringer det samme, og det er vanskeligt at forestille sig, at forskellen har nævneværdig betydning.

Tabel 4.3. Sammenhæng mellem politisk forbrug inden for de sidste 12 måneder og selvrapporeret hyppighed, 2000. Procent vandret =

Deltagelse sidste 12 måneder	Hvor tit vælger De produkter ud fra holdninger til politiske, etiske eller miljømæssige spørgsmål?				Total	N
	aldrig	sjældent	af og til	ofte		
Ikke politisk forbruger	44	29	19	8	100	865
Kun tilvalg <sup>1</sup>	3	20	42	35	100	464
Både til- og fravalg	-	8	44	48	100	312
Total	24	23	30	23	100	1640

1) I denne og de følgende tabeller bruges denne korte formel 'Kun tilvalg' frem for 'Kun tilvalg (eller kun fravalg)' – som sagt drejer det sig i næsten alle tilfælde om tilvalg, mens de, der boykotter, som hovedregel også har politisk bestemt tilvalg af varer.

Ca. 1 procent ved ikke svar er udeladt fra den afhængige variabel.

### Udviklingen over tid =

Inden vi går videre, skal vi kort se på en række andre målinger, der kan belyse udviklingen over tid. De tyder på, at det politiske forbrug går ganske meget op og ned. Faktisk ser det ud til, at fænomenet toppede nogenlunde samtidig med, at begrebet blev opfundet. Det er ikke så underligt, for det skete i forbindelse med de to store boykot-aktioner omtalt i indledningen, aktionen mod Shell på grund af 'Brent Spar'-boreplatformen, og aktionen mod den franske præsident Chirac i anledning af atombombeprøvesprængningerne i Stillehavet.

Specielt de franske atomprøvesprængninger mobiliserede voldsomt. Ifølge Gallup (*Berlingske Tidende*, 6.8.1995) var 93 procent af danskerne imod prøvesprængningerne, 63 procent anså forbrugerboykot for en god idé, og 51 procent boykottede franske varer helt eller delvist (heraf 28 procent helt).<sup>14</sup> En måned senere erklærede 44 procent, at de ville boykotte franske varer helt, og 32 procent delvist (*GfK Observa/BT*, 5.9.1995). Der er ingen tvivl om, at disse tal overdriver, men de tyder på, at forbrugerboykot dengang var på toppen. Det bekræftes af en måling fra Greens Analyse-institut/Institut for Fremtidforskning i februar 1996, hvor 43 procent havde 'personligt boykottet en eller flere varer inden for det seneste år'; i april

14. Spm. 'Det er blevet foreslået at demonstrere mod de planlagte atomprøvesprængninger ved at boykotte franske varer i butikkerne. Mener De, at en sådan forbrugerboykot af franske varer er en god eller dårlig idé?' samt 'Afholder De Dem helt eller delvist fra at købe franske varer som en protest mod de franske atomprøvesprængninger, eller har det ingen indflydelse på Deres indkøb?'

1997 var tallet faldet til 37 procent, selv om andelen, der syntes, det var en god idé, i øvrigt var steget fra 45 til 52 procent (IFF, 1996, cit. i Jensen, 2000; *Greens/Børsen*, 29.2.1996; 14.4.1997).

Men derefter synes det at være gået hastigt tilbage. Institut for Konjunkturanalyse (IFKA, 1998, cit. i Jensen, 2000) spurgte i en serie målinger, om interviewpersonen inden for de sidste tre måneder havde undladt at købe bestemte varer, fordi de af politiske grunde var imod et land eller virksomhed. Her faldt andelen fra 29 procent i juni 1996, til 17 procent i september 1996, 12 procent i juni 1997 og 11 procent i september 1997. Da spørgsmålet kun henviser til en periode på tre måneder, bliver tallene naturligvis lavere. Men tendensen er meget entydig. Tilsammen tyder disse målinger på, at begrebet 'den politiske forbruger' har haft en helt forrygende start: Der har været et højdepunkt fra sommeren 1995 og frem til sommeren 1996, hvor det formentlig har været omkring dobbelt så højt som i år 2000. Herefter er det gået hastigt tilbage. Men alligevel synes forbrugerboykot at have stabiliseret sig på et noget højere niveau end i begyndelsen af 1990'erne.

Når det gælder tilvalg af produkter, er langtidstendensen formentlig den samme. Også her kan man konstatere et beskedent fald fra februar 1996 til april 1997 (*Greens/Børsen*, 14.4.1997), men en lille stigning i villigheden til at betale mere, og en stigning i forbruget, fra 1994 til 1999 (*Gal=lup/Berlingske Tidende*, 19.6.1994, henholdsvis 7.4.1999). Samme mønster finder man i Beckmann (2001), der sammenligner 2000 og 1992. Formentlig har det virket bremsende på det politiske forbrug, at der i slutningen af 1990'erne blev sået tvivl om økologi-mærkets troværdighed: I 1994 troede 46 procent, at 'det forekommer, at danske produkter, der ikke lever op til kravene for økologiske produkter, alligevel bliver mærkede med det særlige økologi-mærke', men i 1999 var andelen vokset til 74 procent (*Gal=lup/Berlingske Tidende*, 7.4.1999). Til gengæld har der siden været stor opmærksomhed omkring gensplejsede varer (*GfK Observa/BT*, 22.1.1999).

Det rutinemæssige tilvalg af økologiske o.l. produkter udvikler sig dog forholdsvis stabilt og roligt. Det er deltagelsen i boykot-aktioner, der svinger voldsomt. Det skyldes naturligvis, at de helt store kampagner kommer ujævnt. I nogle perioder involveres meget store dele af befolkningen, men normalt er det langt færre. Eftersom der ikke var nogen mega-kampagner op til undersøgelserne i 1990 og 2000 – ikke nogen ny 'Brent Spar' kampagne eller kampagne mod atomvåben – kan man formentlig slutte, at disse målinger angiver et nogenlunde pålideligt billede af langtidsudviklingen i 1990'erne.



*Politiske investorer =*

Den politiske eller etiske investor bliver ofte set som en nær slægting til den politiske forbruger, og der er i øvrigt oprettet både 'grønne' og 'etiske' investeringsforeninger – det er tilmed blevet et område, EU-kommissionen opfordrer til at styrke gennem særlige regler for skattefritagelse mv. Det har også været diskuteret i mange pensionskasser og blandt deres medlemmer, om man skulle have en etisk profil i sine investeringer eller først og fremmest koncentrere sig om at tjene penge og så overlade det politiske til politikerne. Diskussionen er således ikke ukendt for svarpersonerne, og man kunne forvente, at de politiske investorer ville udgøre en nogenlunde lige så stor andel blandt investorerne, som de politiske forbrugere udgør blandt forbrugerne.

Vi har i 2000-undersøgelsen medtaget to spørgsmål om politiske investeringer, ét rettet til medlemmer af pensionskasser, et andet rettet til aktionærer. Der er mange aktionærer i Danmark – flere end i Thatcher's England efter det meget omtalte program for at skabe en 'folkelig kapitalisme' – men flertallet ejer udelukkende aktionærer i deres egen bank eller egen virksomhed (medarbejderaktier mv.). Derfor har vi også præsenteret resultater for den gruppe, man kunne kalde 'genuine investorer', som ejer aktier ud over dette; denne gruppe udgør kun omkring 11 procent af den voksne befolkning i Danmark og dermed under 1/3 af samtlige aktionærer.<sup>15</sup>

Andelen, der ønsker, at deres pensionskasse skal tage etiske eller politiske hensyn, selv på bekostning af forrentningen af medlemmernes penge, er forholdsvis høj – 40 procent, dvs. tæt på den andel, der er politiske forbrugere, jf. tabel 4.4.<sup>16</sup> Når vi spørger om personligt ejede aktier, jf. tabel

---

15. Andelen af svarpersonerne, der ejer aktier (35 procent), ligger nogenlunde på linje med den andel, man finder i undersøgelser foretaget for dagspressen mv. (se for eksempel *Greens/Borsen*, 19.2.1999).

16. Også her synes der at have været et toppunkt i midten af 1990'erne, jf. *So-nar/Morgenavisen Jyllands-Posten*, 9.10.1996; 23.6.1997; spørgsmålet, der også blev rettet til personer med opsparing i Lønmodtagernes Dyrtdsfond og ATP, lød: Mener De, at Deres pensionskasse først og fremmest bør se det som sin opgave at sikre pensionskasserne det størst mulige afkast, eller bør den tage politiske/etiske hensyn ved investering af pensionsmidler, selv om det kan medføre et mindre afkast? Her var tallene 56 mod 31 procent til fordel for politiske/etiske hensyn i 1996, men 46 mod 48 procent i 1997. Spørgsmålet i Medborgerundersøgelsen 2000 er ikke helt sammenligneligt, idet personkredsen er noget mere snæver, ligesom der henvises til at 'overlade etiske og politiske hensyn til politikerne'. Men det tyder alligevel på, at det snarere er gået tilbage end frem for de etiske investorer fra 1997 til 2000.

Tabel 4.4. *Etiske investorer. Pensionskassemedlemmer. Procent =*

Så vil jeg gerne høre, om De er mest enig med A eller mest enig med B:	Procent
A siger: Pensionskasserne skal tage etiske og politiske hensyn, når de investerer, også selv om det eventuelt kan betyde et mindre afkast	40
B siger: Pensionskasserne skal koncentrere sig om at sikre et ordentligt afkast til sparene og overlade etiske og politiske hensyn til politikerne	52
Ikke enig med nogen af parterne, ved ikke eller ubesvaret	8
Total (N=739; kun medlemmer af pensionskasser)	100
Opinionsbalance: (A minus B, i procentpoint)	-12

1) Eksklusive aktionærer, som kun ejer aktier i deres egen virksomhed eller bank.

4.5, er mønstret derimod et ganske andet. Den andel af aktionærerne, der 'tager ... betydelige etiske eller politiske hensyn, når (de) investerer i aktier', er meget lille. Selv om vi udelader de investorer, som reelt ikke kan vælge, fordi de alene ejer aktier i deres egen bank eller i deres egen virksomhed, er resultatet ikke anderledes. Kun 7 procent af dem, vi har kaldt 'genuine investorer', tager betydelige etiske eller politiske hensyn, og andelen, der alene går efter størst mulige afkast, er endnu højere end blandt samtlige aktionærer under ét. Der er altså en betydeligt lavere villighed til at tage politiske og etiske hensyn, når det drejer sig om investering af egne midler, end når det gælder politisk forbrug eller investeringspolitik i pensionskasserne. Og det bekræftes i øvrigt af, at tilslutningen til en nyoprettet etisk investeringsforening har været lavere end forventet (*Morgenavisen = Jyllands-Posten*, 21.4.2001).

Tabel 4.5. *Etiske investorer. Aktionærer. Procent =*

Tager De betydelige etiske eller politiske hensyn, når De investerer i aktier, eller koncentrerer De Dem om at få det bedst mulige afkast?	Alle aktionærer	Genuine investorer <sup>1</sup>
A. Tager etiske eller politiske hensyn	6	7
B. Først og fremmest bedst mulige afkast	58	66
C. Ingen af delene, ved ikke, ubesvaret	36	27
Total (N=581; 178 genuine investorer)	100	100
Opinionsbalance: (A minus B, i procentpoint)	-52	-59

1) Eksklusive aktionærer, som kun ejer aktier i deres egen virksomhed eller bank.

I tabel 4.6 har vi undersøgt sammenhængen mellem politisk forbrug og politiske investeringer. Der er som forventet en relativ stærk sammenhæng mellem det at være politisk forbruger og ønske, at pensionskasser skal tage etiske/politiske hensyn. Derimod er sammenhængen svag, når det kommer

til personlige investeringer i aktier. Selv blandt den femtedel af danskerne, der både er positive og negative politiske forbrugere (som altså både fra- og tilvælger varer af politiske grunde i bred forstand), er der kun 12 procent, som tager væsentlige etiske og politiske hensyn, når de investerer deres egne midler; 61 procent går efter pengene, hvilket giver en opinionsbalance imod politiske investeringer så høj som -49.

*Tabel 4.6. Sammenhæng mellem politik forbrug og politiske investeringer. = Opinionsbalancer til fordel for politiske investeringer. Procent=point*

	Politiske investeringer i pensionskasser	Politiske investeringer, egne aktier, alle aktionærer	Politiske investeringer, genuine investorer
Ikke politisk forbruger	-38	-56	-64
Kun tilvalg	+1	-49	-58
Både til- og fravalg	+19	-41	-49
N	341	295	80
	233	160	59
	170	126	41

Vi kan kun gisne om forklaringen. Man kunne naturligvis forestille sig, at aktionærerne – og specielt de genuine investorer – var et meget socialt og politisk skævt udsnit af befolkningen. Det ville det måske også være, hvis de blev vejet med størrelsen af deres investeringer. Men når vi alene tæller hoveder, så udgør selv de genuine investorer et ganske bredt udsnit af befolkningen, og svarfordelingen er næsten lige så skæv blandt den del af investorerne, der ligger til venstre for Socialdemokratiet. En nærliggende fortolkning af forskellen mellem synet på pensionskassens investeringer og egen investeringspraksis kunne være, at folk er mere egoistiske, når det kommer til deres egne penge. Selv om man nok ikke helt skal afvise denne forklaring, kan der dog også være en lidt mere flatterende fortolkning: Nemlig at folk ikke føler, de står i en position, hvor de kan tage store personlige økonomiske risici for at tjene et politisk/etisk formål; de potentielle omkostninger er langt større, end når vi taler om investeringer i pensionskasser, hvor risikospredningen pr. definition er stor, eller når vi taler om politisk forbrug, der måske nok koster lidt ekstra håndører, men ikke involverer nogen økonomisk risiko.

Uanset hvad fortolkningen måtte være, bekræfter tallene imidlertid, at politisk forbrug har en stor udbredelse i den danske befolkning, ligesom de bekræfter hovedindtrykket af debatten fra pensionskasserne, nemlig at en

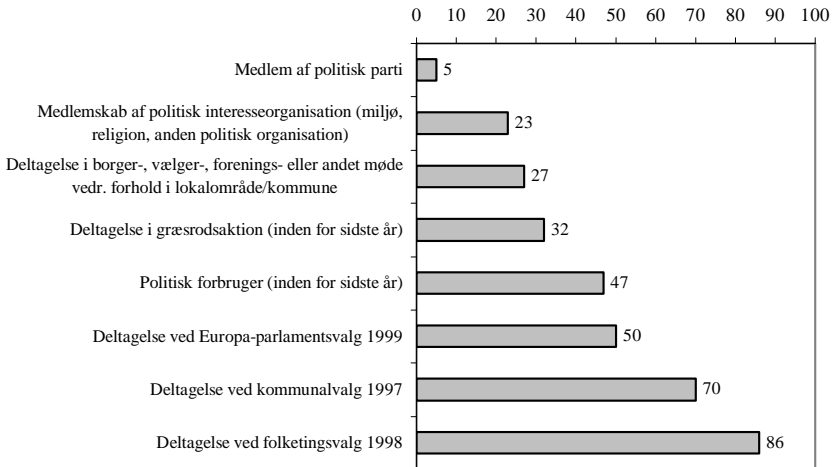
betydelig minoritet i pensionskasserne – men ikke et flertal – ønsker, at disse skal tage politiske hensyn, når de investerer. Derimod er private politiske investorer indtil videre en betydningsløs minoritet. Ca. én procent af den voksne befolkning kan betegnes som etiske investorer. Virksomhederne har altså grund til at frygte forbrugerne og ved grovere normbrud pensionskasserne, men ikke småsparerne, der investerer pengene i aktier. Resultatet er samtidig med til at øge tilliden til målingernes gyldighed: Man kunne frygte, at der ville 'gå inflation' i tallene for politiske forbrugere på grund af 'politisk korrekte' svar. Men denne tendens burde i givet fald være omtrent lige så stærk for politiske investeringer, og det er tydeligvis ikke tilfældet. Derfor er det formentlig et rimeligt retvisende billede, vi ovenfor har fået af udbredelsen af politisk forbrug og politiske forbrugere. Og selv om vi ikke har nogen indikation på, hvor en stor en del af de pågældendes forbrug, der er påvirket af politisk-etiske motiver, så er det i det mindste nok til, at det har væsentlig betydning, både ud fra en politisk og ud fra en økonomisk synsvinkel.

### *Relativ betydning som politisk deltagelsesform =*

Pensionskasserne kan ikke ventes at være totalt upåvirkede af, hvad en stor minoritet blandt medlemmerne mener. Det er meget vigtigt fra et indflydelsessynspunkt. Men fra et deltagelsessynspunkt er det udelukkende det politiske forbrug, der tæller. Det er til gengæld en meget udbredt form for politisk deltagelse, ikke alene i sammenligning med medlemskab af partier og politiske interesseorganisationer, men også i sammenligning med deltagelse i græsrodsaktioner, jf. figur 4.1. Således kan græsrodsaktionerne kun mønstre 32 procent – hvoraf det overvældende flertal kun har skrevet under på en underskriftsindsamling. 23 procent er medlem af en politisk interesseorganisation – hvor miljø- og dyreværnsforeninger mv. vejer tungest (Goul Andersen, 2001b). Og 27 procent deltager – når vi regner det hele med – i et møde vedrørende forhold i lokalområdet eller kommunen. Heroverfor står 47 procent politiske forbrugere – alt sammen opgjort på årsbasis. Det svarer til valgdeltagelsen ved Europa-parlamentsvalg, og kun deltagelsen ved folketings- og kommunalvalg ligger væsentligt højere.

Kort sagt: Rent kvantitativt set har politisk forbrug stor betydning som politisk deltagelsesform. Faktisk er det kun valgdeltagelse, der rangerer højere med hensyn til udbredelse. Men deraf følger jo ikke nødvendigvis, at det har stor betydning, endsi det giver stor politisk indflydelse. Man kan også forestille sig, at de politiske forbrugere selv er ganske uden illusioner med hensyn til betydningen af deres handlinger, og at det mere drejer sig om at efterleve nogle normer – eller slet og ret opfylde præferencer med hensyn til smag mv. – end om at forsøge at påvirke.

Figur 4.1. Deltagelse som politisk forbruger sammenlignet med andre politiske deltagerformer, 2000. Procent =



Kilder: Partimedlemskab: Officielle tal fra partisekretariaterne. Møde i lokalområde: Andersen (2000: 28). Valgdeltagelse: Statistisk Årbog (2000). Ellers: Medborgerundersøgelsen, 2000.

## Hvor effektivt opleves det?

Vi kan begynde med at se på, hvordan borgerne i almindelighed vurderer effekten af politisk forbrug. Efter en lang serie af spørgsmål om faktisk politisk deltagelse og påvirkningsforsøg blev svarpersonerne stillet spørgsmålet om, hvordan man som borger mest effektivt kan påvirke:

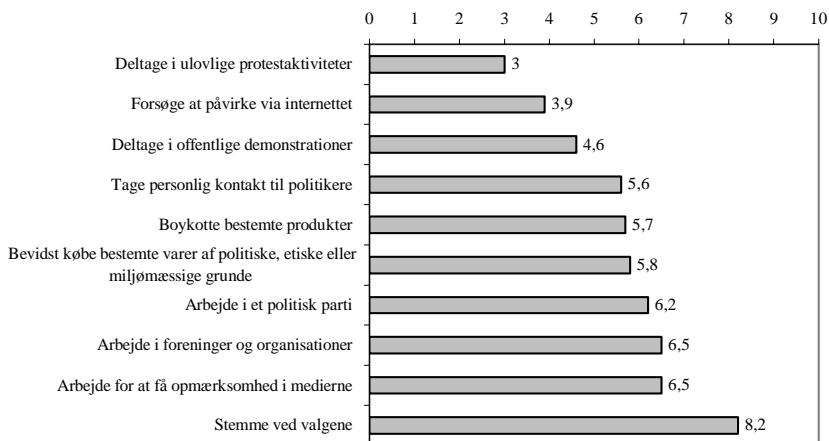
“Der findes forskellige opfattelser af, hvordan man som borger mest effektivt kan påvirke beslutninger i samfundet. Jeg har her en liste over nogle aktiviteter, og jeg vil så spørge Dem om, hvor effektive De synes, de er”.

Svarpersonerne kunne svare på en skala fra 0 (slet ikke effektivt) til 10 (meget effektivt).<sup>17</sup> Svarfordelingen for hele befolkningen er vist i figur 4.2.

Det viser sig, at det at stemme ved valgene klart opleves mest effektivt, efterfulgt af arbejde for at få opmærksomhed i medierne, i foreninger eller i et politisk parti. Men politisk forbrug følger lige efter – højere end for ek-

17. Spørgsmålsformuleringen, der henviser til at ‘påvirke beslutninger’, kunne tænkes at lede tanken i lidt for høj grad hen på politiske beslutninger, men i sammenhængen, hvor svarpersonen i forvejen er sporet klart ind på betydningen, skønnes dette ikke at være en fejlkilde.

Figur 4.2. Oplevelse af, hvor effektive forskellige aktiviteter er til at påvirke = beslutninger i samfundet. 2000. Gennemsnit på skala fra 0 (slet = ikke effektiv) til 10 (meget effektiv) =



Spm. Der findes forskellige opfattelser af, hvordan man som borger mest effektivt kan påvirke beslutninger i samfundet. Jeg har her en liste over nogle aktiviteter, og jeg vil så spørge Dem om, hvor effektive De synes, de er.

sempel personlig kontakt til politikere, eller deltagelse i demonstration. Påvirkning via internettet eller deltagelse i ulovlige protestaktiviteter opfattes ikke som effektivt.

Tabel 4.7 viser standardafvigelsen, som er et mål for, hvor stor spredning der er i svarene. Den viser, at der er forholdsvis begrænset uenighed mellem de adspurgte, når det gælder vurderingen af, hvor effektivt foreningsarbejde, valgdeltagelse og partiarbejde er. Derimod er der temmelig stor uenighed på de øvrige områder – og allerstørst uenighed, når det gælder synet på, om politisk forbrug er en effektiv påvirkningsmulighed eller ej.

Det kan illustreres ved at se mere konkret på svarfordelingen, når det gælder henholdsvis synet på politisk forbrug og foreningsaktivitet, jf. tabel 4.8. Kun 3 procent mener ikke, foreningsaktivitet 'rykker' overhovedet (svarene 0-2) – på forbrugerspørgsmålene er det 14 procent. Og selv om foreningsaktivitet gennemsnitligt vurderes som mere effektivt, er der alligevel flere (henholdsvis 13 og 15 procent), som finder politisk forbrug super-effektivt, end de 10 procent, som tilskriver foreningsaktivitet så stor betydning (9-10). Sammenlagt er der altså kun 13 procent, som vælger de

Tabel 4.7. Spredning med hensyn til oplevelse af, hvor effektive forskellige aktiviteter er til at påvirke beslutninger i samfundet. 2000. Standardafvigelse

	Standardafvigelse
Deltage i ulovlige protestaktiviteter	2.45
Forsøge at påvirke via internettet	2.60
Deltage i offentlige demonstrationer	2.42
Tage personlig kontakt til politikere	2.47
<b>Boykotte bestemte produkter</b>	2.63
<b>Bevidst købe bestemte varer af politiske, etiske eller miljømæssige grunde</b>	2.66
Arbejde i et politisk parti	2.17
Arbejde i foreninger og organisationer	1.92
Arbejde for at få opmærksomhed i medieme	2.53
Stemme ved valgene	1.98

Tabel 4.8. Effektivitetsvurdering af politisk forbrug og foreningsaktivitet = (skala 0-10). Hele befolkningen. 2000. Procent (N=1640)

	Politisk forbrug: boykot (fravalg)	Politisk forbrug: tilvalg	Arbejde i foreninger
0-2	14	14	3
3-4	17	14	8
5-7	38	40	55
8	18	17	24
9-10	13	15	10
I alt	100	100	100
Gennemsnit	5.7	5.8	6.5

Spm. Der findes forskellige opfattelser af, hvordan man som borger mest effektivt kan påvirke beslutninger i samfundet. Jeg har her en liste over nogle aktiviteter, og jeg vil så spørge Dem om, hvor effektive De synes, de er.

nævnte yderkategorier, når det gælder foreningsarbejde, men henholdsvis 27 og 29 procent, når det gælder politisk forbrug.

Man kunne forestille sig, at det specielt var de unge, der tillagde politisk forbrug stor vægt, mens mere traditionelle aktiviteter som valg-, forenings- og partideltagelse samt politikerkontakt ikke blev vurderet som særligt effektivt. Men så enkelt forholder det sig ikke, jf. tabel 4.9. Godt nok tillægger de unge valgdeltagelse og politikerkontakt mindre betydning, men det gælder ikke forenings- og partiaktivitet, og ved vurderingen af, om politisk

forbrug er et effektivt påvirkningsmiddel, er det alene aldersgruppen over 70 år, der skiller sig ud. De aktiviteter, der navnlig tillægges effekt blandt unge, er i stedet demonstrationer, ulovlig protest og internettet – som dog ikke vurderes som videre effektiv af nogen aldersgruppe, heller ikke de unge.

Tabel 4.9. Oplevelse af, hvor effektive forskellige aktiviteter er til at påvirke = beslutninger i samfundet, opdelt efter alder. 2000. Gennemsnit = på skala 0-10 =

	18-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+	Effekt (eta) <sup>1</sup>
Stemme ved valgene	7.9	7.9	8.2	8.4	8.5	8.7	.15
Arbejde i foreninger	6.4	6.6	6.7	6.6	6.6	6.0	.10
Arbejde i parti	6.3	6.2	6.5	6.1	6.0	6.2	-
Kontakte politikere	5.2	5.7	6.0	5.9	5.6	5.0	.14
Opmærksomhed i medieme	6.5	6.8	6.9	6.7	6.5	5.3	.18
Politisk forbrug: boykot	5.7	5.9	5.8	5.9	5.7	5.1	.09
Politisk forbrug: tilvalg	5.9	6.0	6.1	5.9	5.8	4.8	.14
Offentlig demonstration	5.3	4.9	4.9	4.2	4.1	3.3	.26
Ulovlig protest	3.6	3.3	3.3	2.7	2.5	2.1	.21
Påvirke via internettet	4.5	4.1	4.0	3.4	3.2	3.1	.18
N	329	321	290	288	188	224	1640

Spm. Se figur 4.2 og tabel 4.8.

1) Eta angiver, hvor stærk sammenhængen er, og går fra .00 til 1.00. Kun anført for statistisk sikre sammenhænge.

Den mest iøjnefaldende forskel i vurderingen af politisk forbrug som påvirkningsmiddel er – ud over den politiske, som vi vender tilbage til – forskellen mellem mænd og kvinder (jf. tabel 4.10). Gennemgående har de to køn nogenlunde sammenfaldende vurderinger, men netop når det gælder politisk forbrug, er der en klar tendens til, at kvinder tillægger denne aktivitetsform større effekt end mænd – 6.0 versus 5.4, når det gælder boykot af varer, og 6.2 versus 5.4, når det gælder tilvalg. Til trods for denne forskel finder man dog samme rangordning af indflydelsesmuligheder blandt begge køn.

En af de faktorer, der er udslagsgivende for vurderingen af det politiske forbrugs effektivitet, er derimod folks egen adfærd som politiske forbrugere. Det er ikke så trivielt, som det måske kunne forekomme ved første øjekast. Man kunne godt forestille sig, at folk købte og fravalgte bestemte varer ud fra rent personlige moralske grunde eller ud fra 'politisk korrekthed',



Tabel 4.10. Oplevelse af, hvor effektive forskellige aktiviteter er til at påvirke = beslutninger i samfundet, opdelt efter køn. 2000. Gennemsnit på = skala 0-10

	Mænd	Kvinder	Effekt (eta) <sup>1</sup>
Stemme ved valgene	8.1	8.3	.06
Arbejde i foreninger	6.4	6.7	.08
Arbejde i parti	6.2	6.3	-
Kontakte politikere	5.7	5.5	-
Opmærksomhed i medieme	6.5	6.6	-
Politisk forbrug: boykot	5.4	6.0	.11
Politisk forbrug: tilvalg	5.4	6.2	.14
Offentlig demonstration	4.4	4.7	.06
Ulovlig protest	2.9	3.1	-
Påvirke via internettet	3.8	4.0	-
N	823	817	

Spm. Se figur 4.2 og tabel 4.8.

1) Eta angiver sammenhængens styrke og går fra .00 til 1.00. Kun anført for statistisk sikre sammenhænge.

uden at de på nogen måde mente, det havde større effekt. Det har som nævnt været en af skillelinjerne i diskussionen, om man skulle se politisk forbrug som (også) en instrumentel, målrettet handling. Men blandt de mest ivrige, der både har positivt og negativt politisk forbrug, finder man faktisk et gennemsnitsmål for effektivitetsvurdering på henholdsvis 7.0 og 7.3. I denne gruppe er det alene deltagelse i valg, der vurderes mere effektivt som middel til politisk indflydelse, mens medieopmærksomhed ligger nogenlunde på linje med politisk forbrug, jf. tabel 4.11. Det er også interessant at bemærke, at vi får de mest markante udslag på synet på tilvalg af produkter, ikke på fravalg/boykot, som jo inkluderer organiseret forbrugerboykot. Det sidste har nemlig altid været betragtet som en politisk handling; det er tilvalget af produkter – for eksempel køb af økologiske varer – som har været omstridt. Nu ser vi altså, at i hvert fald de politiske forbrugere selv ser dette som en ganske afgørende politisk indflydelsesmulighed.<sup>18</sup>

18. Det udelukker ikke, at vurderingen kan være overdreven og indeholde et element af efterrationalisering. Men det er netop bevidstheden om politisk forbrug som en indflydelseskanal, der kan skabe en sådan efterrationalisering, så dette taler på ingen måde imod tesen om, at politisk forbrug er en målrettet politisk handling, tværtimod. Om der så herudover indgår andre motiver, er i nærværende sammenhæng underordnet.

Tabel 4.11. Oplevelse af, hvor effektive forskellige aktiviteter er til at påvirke = beslutninger i samfundet, opdelt efter politisk forbrug. 2000. = Gennemsnit på skala 0-10

	Ikke politisk forbruger	Kun tilvalg	Både til- og fravalg	Eta
Stemme ved valgene	8.1	8.3	8.3	-
Arbejde i foreninger	6.3	6.7	6.7	.10
Arbejde i parti	6.0	6.5	6.6	.14
Kontakte politikere	5.3	6.0	5.8	.14
Opmærksomhed i medieme	6.1	7.0	7.0	.18
Politisk forbrug: boykot	4.9	6.2	7.0	.31
Politisk forbrug: tilvalg	4.6	6.8	7.3	.44
Offentlig demonstration	4.1	5.0	5.2	.21
Ulovlig protest	2.8	3.2	3.5	.12
Påvirke via internettet	3.6	4.0	4.5	.14
N	865	464	312	

Spm. Se figur 4.2 og tabel 4.8.

1) Eta angiver sammenhængens styrke og går fra .00 til 1.00. Kun anført for statistisk sikre sammenhænge.

Der står uløste spørgsmål tilbage vedrørende den nærmere fortolkning af svarene – vi kan ikke udelukke, at svarene i nogen grad afspejler andet og mere end blot oplevet effektivitet: For eksempel kan der måske også indgå et element af oplevet legitimitet. Men resultaterne lader ingen tvivl om hovedkonklusionen, nemlig at politisk forbrug opleves som en forholdsvis effektiv påvirkningsmulighed i samfundet, og at politisk forbrug netop er stærkt sammenhængende med en opfattelse af, at man derved kan påvirke, altså at politiske forbrugere opfatter deres forbrug som en politisk indflydelsesmulighed, og en temmelig effektiv sådan.

Vi kan så i øvrigt konstatere, at det ikke kun er politisk forbrug, der opleves som en effektiv påvirkningsmulighed; politiske forbrugere er tilbøjelige til at se stort set alle påvirkningsformer som mere effektive, end den halvdel af borgerne, der ikke er politiske forbrugere. Det har blandt andet at gøre med den sociale og politiske sammensætning, som vi vender tilbage til om lidt. Først skal vi imidlertid kort vende os fra den oplevede til den faktiske effekt af det politiske forbrug.

### Faktiske effekter og indirekte indflydelse =

Den type af data, der er anvendt her, kan naturligvis ikke sige noget om de faktiske effekter af politisk forbrug. Men det forekommer alligevel rimeligt

at knytte nogle få bemærkninger hertil, fordi det også har betydning for fortolkningen af tallene ovenfor, såvel som for en samlet vurdering af, hvad politisk forbrug betyder for magt og demokrati, som vi vender tilbage til afslutningsvis. Eksempelvis er faldet i politisk forbrug fra 1995 til 2000 ikke ensbetydende med, at det politiske forbrug har fået mindre betydning.

Faktisk er dette netop et klassisk tema i den del af litteraturen om politisk forbrug, der beskæftiger sig med boykot-aktioner, og som studerer aktioner i stedet for individuel deltagelse (Friedman, 1999). Her skal blot anføres nogle få betragtninger fra denne litteratur. Greenpeace's aktion mod Shell's ønske om dumpning af 'Brent Spar'-platformen er et udmærket eksempel på, at boykot-aktioner kan tvinge selv giganter i knæ. Ligeledes har nyere forskning vist, at de franske atomprøvesprængninger i 1995 havde en negativ effekt på efterspørgslen af fransk vin i Danmark (Bentzen & Smith, 2001). Over for denne iøjnefaldende succes (hvis saglighed vi har mere at sige om i det afsluttende kapitel) kan man utvivlsomt finde mangfoldige eksempler på, at det ikke er lykkedes. Og navnlig kan man finde utallige eksempler på, at det slet ikke er lykkedes at skabe en mobilisering – ja, at man end ikke har gjort forsøget.

Der er da heller ingen tvivl om, at det hører til den absolutte undtagelse, at det overhovedet kommer til aktioner. Det er utrolig vanskeligt at skabe en verdensomfattende eller for den sags skyld blot en national eller lokal boykot-aktion. Forbrugere er en nærmest totalt uorganiseret gruppe, og det kræver både en enorm mediebevågenhed og en baggrundsgruppe á la Greenpeace, hvis det skal lykkes at mobilisere en overbevisende boykot. Men mindre kan gøre det: Virksomheder er meget sårbare over for selv beskedne fald i omsætningen og tab af markedsandele. Og de er meget sårbare over for tab i 'corporate image'; undertiden gøres der forsøg på at anslå værdien af selve navnet Coca-Cola, Harley Davidson, Nike, osv. Disse skøn – der kan være ret astronomiske – er ifølge sagens natur usikre. Men der skal ikke gå meget skår i en virksomheds image, før det har alvorlige konsekvenser, der stort set omgående kan aflæses på aktiekursen – i forventning om, at det også hurtigt vil kunne aflæses på indtjeningen, hvor det ofte er de små marginaler, der tæller.

Noget lignende kan siges om politiske investeringer, som er uinteressante ud fra et deltagelsessynspunkt, men ikke ud fra et indflydelsessynspunkt. Selv om det er et mindretal af pensionskassernes medlemmer, der ønsker at tilsidesætte forrentning til fordel for opfyldelse af etiske hensyn, så er dette mindretal stort nok til, at pensionskassernes administratorer formentlig vil søge at undgå de virksomheder, der har de mest synlige overtrædelser af gældende etiske retningslinjer – om ikke af hjertet, så i det mindste af frygt

for, at der ellers kan mobiliseres utilfredshed blandt pensionskassens medlemmer.

Det korte af det lange er, at pensionskasserne i hvert fald i nogen udstrækning vil foruddiskontere medlemmernes reaktion. Og det samme vil moderne virksomhedsledere: Man må hele tiden kalkulere med *muligheden* for, at forbrugere og investorer kan mobiliseres. Da det er negativ medieomtale, der kan udløse lavinen, er et første afgørende træk at være konstant beredt på en sådan og straks at kunne melde offensivt ud. Men der er grænser for, hvad selv det bedste medieberedskab kan dække over, og derfor er virksomhederne også nødt til undertiden og i en vis grad at foretage egentlige materielle tilpasninger. Det er således ikke så meget forbrugerboykot (og eventuel investeringsboykot), der giver indflydelse, men frygten for en sådan. Eller sagt på en anden måde: Forbrugerboykotten er et stærkt potentielt magtmiddel, der kan give en betydelig indirekte indflydelse. Det er da også netop hovedkonklusionen i den righoldige empiriske litteratur om boykot-aktioner i USA – hovedsagelig på lokalsamfundsniveau: Det er frygten for boykot, der er det vigtigste (Friedman, 1999). Denne foruddiskontering af mulige aktioner hos virksomheder og andre forudsætter naturligvis, at der foregår en aktivitet på forbrugerniveau, og det er i dét lys, at vore tal er vigtige: De viser, at politiske forbrugere er en magtfaktor, som virksomheder og andre må kalkulere med; at niveauet for den aktuelle deltagelse formentlig svinger meget op og ned i forbindelse med mediebevågenhed omkring bestemte aktioner, er en anden sag.

## Kapitel 5

### Hvem er de politiske forbrugere?

I dette kapitel beskrives de politiske forbrugeres sociale og politiske profil, med særlig vægt på forskelle mellem aldersgrupper og sammenhæng med økonomiske ressourcer: Er der tegn på en generationsforskel, så politisk forbrug glider ind som en ny deltagelsesform i den unge generation – som græsrodsdeltagelsen gjorde det 20 år tidligere? Og er politisk forbrug mest udbredt hos den velstillede del af befolkningen? – det koster jo typisk at være politisk forbruger, for eksempel at købe økologiske varer. Men også sammenhængen med køn er interessant, for eksempel kunne man forestille sig, at politisk forbrug i langt højere grad var en deltagelsesform, der tiltrak kvinder end mænd. Uddannelse er en faktor, der er interessant at sammenligne med indkomst: Er det velstand eller viden (og værdier), der bestemmer det politiske forbrug? Hvilke politiske kræfter tiltrækkes af politisk forbrug? Og endelig: Hvad betyder politisk interesse – er politisk forbrug overhovedet udtryk for politisk interesse, og hvis ikke: Giver det så nogen mening at tale om politisk forbrug som 'politisk'?

Tabel 5.1 beskriver nogle af de vigtigste sociale forskelle i politisk forbrug. Vi så ovenfor, at kvinder i noget højere grad end mænd anså politisk forbrug for at være effektivt, og kønsrolle-stereotyper kunne lede til en forventning om, at det navnlig var kvinder, der var politiske forbrugere. Men det viser sig, at andelen af politiske forbrugere kun er marginalt højere blandt kvinder end blandt mænd – 50 procent mod 44. Det er ikke større kønsforskel end den, man finder ved græsrodsaktioner, snarere en smule mindre.

Aldersforskellene er mere markante. Navnlig kan vi konstatere, at andelen af politiske forbrugere er meget lav blandt de ældre. Kun 25 procent i aldersgruppen over 70 år har fra- eller tilvalgt varer af politiske grunde inden for de sidste 12 måneder, og heraf er det kun 6 procent, der både har fra- og tilvalgt. Herudover finder vi imidlertid ikke mange spor af nogen generationsforskel. Andelen af politiske forbrugere er nogenlunde den samme i alle aldersgrupper under 50 år (53-55 procent) og kun lidt lavere (42-46 procent) i aldersgrupperne 50-69 år. Inden man helt afskriver aldersforskellene som uinteressante, skal det dog bemærkes, at de unge i dag på næsten alle områder deltager væsentligt mindre end de midaldrende; sammen med græsrodsdeltagelse er politisk forbrug stort set den eneste form for deltagelse, hvor de unge deltager lige så meget som de midaldrende.

Det afspejler i nogen grad den højere uddannelse blandt unge. Politisk forbrug er nemlig overraskende stærkt uddannelsesbetinget – fra 31 procent politiske forbrugere i gruppen med ni års skolegang og derunder, til 69 procent i gruppen med studentereksamen. Også erhvervsuddannelse slår ganske stærkt ud; ikke specielt markant for dem med længere videregående uddannelse – det svarer nærmest til, hvad man skulle forvente ud fra, at de fleste har studentereksamen; derimod er der en markant forskel mellem de ufaglærte og de faglærte på den ene side og dem med videregående uddannelse på den anden.

Tabel 5.1. *Andel politiske forbrugere, opdelt efter køn, alder, uddannelse og indkomst. 2000. Procent*

	Ikke politisk forbrugere	Kun tilvalg	Både til- og fravalg	N (=100 %)
Mand	56	27	17	822
Kvinde	50	29	21	818
18-29 år	46	32	22	329
30-39 år	47	30	23	321
40-49 år	45	33	22	291
50-59 år	54	28	18	289
60-69 år	58	24	18	188
70 år +	75	19	6	224
Folkeskole (7-9 år)	69	18	13	659
Realeksamen, 10. kl., mv.	49	33	18	586
Studentereksamen, HF	31	39	30	393
Ingen erhvervsuddannelse	64	21	15	539
Grundlæggende erhvervsuddannelse	60	24	16	484
Kort videregående uddannelse	42	36	22	144
Mellemlang videregående uddannelse	35	39	26	276
Lang videregående uddannelse	33	39	28	171
0-149.999 (egen indkomst, brutto)	61	24	15	555
150-199.999	56	26	19	226
200-299.999	46	32	22	469
300-349.999	45	32	23	104
400.000 +	43	33	24	122

På baggrund af disse resultater kan det ikke undre, at der også er en sammenhæng med indkomst; i den laveste indkomstgruppe under kr. 150.000 er der kun 39 procent politiske forbrugere; i den højeste kategori er andelen

57 procent og i den næsthøjeste endda 63 procent. Spørgsmålet er så, hvad der forklarer hvad: Er det på grund af den højere indkomst, de bedre uddannede er mere aktive som politiske forbrugere? Eller er det sådan, at sammenhængen mellem uddannelse og politisk forbrug skaber en skinsammenhæng med indkomst?

Tabel 5.2. Effekt af køn, alder, uddannelse og indkomst på politisk forbrug. = 2000. MCA-analyse. Eta- og betakoefficienter

	Eta <sup>1</sup>	Beta <sup>1</sup>
Køn	.07	.06
Alder	.20	.11
Skoleuddannelse	.28	.17
Erhvervsuddannelse	.23	.13
Egen indkomst	.15	.05

1) Eta og beta udtrykker, hvor stærk effekt de enkelte faktorer har på andelen af politiske forbrugere. Begge kan gå fra 0 til 1.00. Eta viser den umiddelbare effekt, beta viser effekten, når alle andre faktorer holdes konstant ('alt andet lige').

Forklaringen er overraskende nok den sidste: Når vi tager højde for forskelle i uddannelse,<sup>19</sup> jf. MCA-analysen i tabel 5.2, er der ikke længere nogen effekt af indkomst (beta=.05, dvs. så godt som ingen effekt, og langt under den statistiske usikkerhedsmargin).<sup>20</sup> Der er altså ikke nogen tendens til, at lavere indkomst i sig selv afholder folk fra at være politiske forbrugere, trods omkostningerne derved. *Sagt på en anden måde, så er det uddannelsesmæssig kapital og ikke økonomisk kapital, der er vigtig for det politiske forbrug.* =

19. Når vi har benyttet to uddannelsesvariable frem for at kombinere dem, skyldes det, at det er svært at opfange hele effekten af uddannelse i ét enkelt mål. Benytter vi derefter kun én uddannelsesvariabel, når vi kontrollerer for uddannelse, overvurderer vi den effekt, der bliver tilbage af de øvrige faktorer.

20. Den første søjle i tabel 5.2 angiver den såkaldte eta-koefficient, der er et mål for, hvor stærk sammenhængen er. Eta kan variere mellem 0 og 1.00. Sammenhængen med egen indkomst er 0.15, dvs. ikke særlig stærk, men dog mærkbar. Den næste søjle viser beta-koefficienter, der angiver, hvor stærk effekten er, når vi tager højde for alle andre faktorer i tabellen (alt andet lige). Beta er kun 0.05, dvs. helt ubetydelig. Alt andet lige betyder indkomst altså næsten ingenting. Beta for skoleuddannelse og erhvervsuddannelse er også lavere end eta, men det betyder, at vi tæller delvist dobbelt, når vi ser på både erhvervs- og skoleuddannelse isoleret. En del af effekten af erhvervsuddannelse skyldes højere skoleuddannelse og vice versa. En god del af aldersforskellen skyldes uddannelsesfaktoren, men der er også en selvstændig effekt af alder.

Hvorfor uddannelse er vigtig, får vi svar på i den følgende tabel, der ser på sammenhængen med politiske variable. Som sagt diskuteres det ofte, hvor meget politisk der er i politisk forbrug, og om det berettiger til at tale om en ny form for politisk deltagelse. Hvis det sidste er tilfældet, sådan som vi her har antaget, må man forvente at finde en klar sammenhæng med politisk interesse: Jo højere politisk interesse, desto flere politiske forbrugere. Og det er præcis, hvad tallene viser, jf. tabel 5.3. Blandt de, der slet ikke er interesserede i politik, finder man kun 20 procent politiske forbrugere, blandt de meget interesserede er der 66 procent. Nu kunne det måske være en skinsammenhæng, fordi der er så mange politiske forbrugere blandt de bedre uddannede. Men det viser sig ved en nærmere analyse, at effekten af politisk interesse er stort set uændret, selv om man tager højde for uddannelsesforskellen; det er tværtimod den højere politiske interesse, der forklarer det meste af, hvorfor der er højere politisk forbrug blandt bedre uddannede. Det er igen et meget stærkt argument for at se politisk forbrug som en bevidst politisk handling.<sup>21</sup>

Tabel 5.3. *Andel politiske forbrugere, opdelt efter partivalg og politisk interesse. 2000. Procent*

	Ikke politisk forbruger	Kun tilvalg	Både til- og fravalg	N (=100 %)
Venstrefløj	27	38	35	146
Socialdemokratiet	53	27	20	408
Midterparti	38	40	22	138
Venstre + Konservative	55	27	18	463
Dansk Folkeparti + Fremskridtspartiet	61	18	21	107
Meget interesseret i politik	34	35	31	328
Noget interesseret	47	31	22	653
Kun lidt interesseret	64	25	11	521
Slet ikke interesseret	80	16	4	139

21. Som i tabel 4.10 fremgår dette af MCA-analysen. Umiddelbart er der en stærk effekt af skoleuddannelse ( $\eta^2=0.28$ ), men når vi tager højde for erhvervsuddannelse, alder og køn, falder effekten til  $\beta=0.17$ . Når vi så også tager højde for politisk interesse, kommer vi helt ned på  $\beta=0.07$ , hvilket ikke engang er statistisk sikkert. Omvendt er effekten af politisk interesse næsten uændret, selv om vi tager højde for alskens andre faktorer ( $\beta=0.26$ , mod  $\eta^2=0.28$ ). Vi kan altså klart se, hvad der forklarer hvad. Effekten af erhvervsuddannelse falder også markant, men forsvinder ikke helt.



Det viser sig samtidigt, at forskellen mellem køn og mellem aldersgrupper bliver noget mere udtalt, når vi tager højde for forskelle i politisk interesse. Eller sagt på anden vis: Givet den lavere politiske interesse blandt kvinder og de unge, sammenlignet med mænd og midaldrende, er deres deltagelse som politiske forbrugere overraskende høj – mens man på de fleste andre områder netop finder en lavere deltagelse, der svarer til den lavere politiske interesse. Det svarer helt til beskrivelsen ovenfor, hvor vi sammenlignede med deltagelsen på andre områder og netop kunne konkludere, at deltagelsen var ganske høj for unge og for kvinder, set i relation til deltagelsen på andre områder.

Når det gælder partivalg, er der en klar tendens i materialet: Vælgere på venstrefløj og de, der stemmer på de små midterpartier, er væsentligt mere aktive som politiske forbrugere end de, der stemmer socialdemokratisk, på Venstre eller konservativt. Endnu en tak længere nede finder man Dansk Folkeparti og Fremskridtspartiet, hvor andelen af politiske forbrugere kun er 39 procent mod 73 procent på venstrefløj og 62 procent hos midterpartierne. Når man tager højde for forskelle i uddannelse og politisk interesse, jf. tabel 5.4, er der dog kun en svag partipolitisk effekt på andelen af politiske forbrugere – de er helt anderledes bredt politisk sammensat end eksempelvis græsrodsdeltagerne i 1970'erne.

Tabel 5.4. Effekt af partivalg og politisk interesse på politisk forbrug, kontrolleret for køn, alder og uddannelse. 2000. MCA-analyse.<sup>1</sup> = Eta- og betakoefficienter<sup>1</sup>

	Eta	Beta	Beta
Køn	.07	.05	.11
Alder	.20	.13	.16
Skoleuddannelse	.28	.17	.08
Erhvervsuddannelse	.23	.14	.11
Politisk interesse	.28		.26
Partivalg	.19		.11

1) Se forklaring på MCA-analyse i tabel 5.2.

Sammenfattende er der først og fremmest én faktor, som stærkt påvirker politisk forbrug, nemlig politisk interesse. Uddannelse er også vigtig, men det er netop hovedsageligt fordi, højere uddannelse fører til højere politisk interesse. Det giver sig udslag i, at effekten af uddannelse falder meget betydeligt, når vi inddrager politisk interesse (og partivalg, men det sidste har som sagt ikke stor betydning) som forklaringsvariable, jf. sammenligning mellem de sidste to søjler i tabel 5.4. Derimod har økonomiske ressourcer i

form af indkomst ikke betydning, og sammenhængen med køn er også ret svag. Aldersmæssigt er de unge (i lighed med kvinder) relativt mere aktive som politiske forbrugere end på andre områder, eller anderledes udtrykt: Deres deltagelse er pæn i forhold til deres politiske interesse. Men ellers er det navnlig generationen over 70 år, der i dag skiller sig ud med et lavt politisk forbrug, mens alle øvrige aldersgrupper er godt med. Politisk har venstrefløjen og midten flest politiske forbrugere, men det skyldes især, at disse vælgere har et højere uddannelsesniveau.

## Kapitel 6

### **Politisk forbrug, andre deltagelsesformer, medborgerværdier og politisk tillid**

Vi skal herefter undersøge, hvordan deltagelse som politisk forbruger hænger sammen med deltagelse på andre områder for at se, hvilke andre former for deltagelse, politisk forbrug er mest beslægtet med, og om det overhovedet giver mening at operere med politisk forbrug som en selvstændig form for politisk deltagelse. Dernæst skal vi se på, om politisk forbrug knytter sig til bestemte medborgerværdier. Og endelig skal vi efterprøve hypotesen om, at politisk forbrug er udtryk for mistillid til de etablerede politiske kanaler og det etablerede politiske system, således som hævdet af Beck (1997) – og mange andre med ham.

Det politiske forbrug, sådan som vi kender det i dag, blev først og fremmest udviklet i tilknytning til nye sociale bevægelser i 1970'erne, og der er fortsat en meget stærk sammenhæng mellem deltagelse i græsrodsaktioner og politisk forbrug – så meget, at man ud fra rene statistiske kriterier næsten kan diskutere, om politisk forbrug nu også *er* et selvstændigt politisk fænomen. Der er i hvert fald en stærk sammenhæng: Blandt de, der inden for de sidste 12 måneder har deltaget i en græsrodsaktion (som minimum ved at have skrevet under på en underskriftsindsamling), er der 71 procent politiske forbrugere, mod kun 38 procent blandt de, der ikke har nogen græsrodsdeltagelse.

Man kan imidlertid også afdække hovedmønstrene i politisk deltagelse i en såkaldt faktoranalyse, der ud fra sammenhængene mellem de forskellige deltagelsesformer forsøger at samle deltagelsen i et begrænset antal underdimensioner. Det kunne for eksempel være parti- og valgdeltagelse, foreningsdeltagelse, græsrodsdeltagelse etc., der hver for sig tiltrækker nogle mennesker mere end andre. En sådan opdeling kan gå et skridt videre; for eksempel viser det sig ud fra mønstret i borgernes deltagelse, at den såkaldte 'græsrodsdeltagelse' kan ses som bestående af tre underdimensioner (tabel 6.1): Deltagelse i underskriftsindsamling, aktiv deltagelse i aktionsgruppe, samt deltagelse i demonstrationer og ulovlige aktiviteter og underskriftsindsamlinger. Når man så tager politisk forbrug med i en sådan analyse, udkrystalliserer der sig en samlet faktor bestående af politisk forbrug, underskriftsindsamlinger og økonomiske bidrag. Det er temmelig interessant, for det synes at bekræfte nogle af antagelserne om en individualiseringstendens i den politiske deltagelse: Når det gælder foreningsdeltagelsen,

Tabel 6.1. Faktoranalyse af politiske deltagelsesformer. Factor loadings = efter Oblique rotation =

	1	2	3	4	5	6	7
Kontaktet politiker	.69				-.43		
Kontaktet forening/organisation	.71		.34				
Kontaktet embedsmand i stat, amt, kommune	.76						
Kontaktet advokat eller retslig instans	.56						
Kontaktet eller optråd i medier	.50			.32			
Valgdeltagelse, folketingsvalg 1998		.80					
Valgdeltagelse, kommunalvalg 1997		.78					
Valgdeltagelse, Europa-parlamentsvalg 1999		.75					
Skrevet under på underskriftsindsamling	.32		.54			.36	
Boykottet bestemte varer			.72				
Bevidst købt bestemte varer			.76				-.31
Støttet med penge	.29		.57				
Arbejde i politisk aktionsgruppe				.67			
Båret eller ophængt plakater/badges	.29		.54	-.29	.34		
Indsamlet penge				.44			
Indsamlet underskrifter eller penge				.64			
Uddelt løbesedler, pjecer o.l.				.73		.31	
Aktiv for at få aktionen i gang	.32			.64		.34	
Arbejdet i politisk parti					-.84		
Deltaget i politisk møde	.41			.29	-.61		
Medlem af politisk parti/ungdomsorganisation					-.80		
Deltagelse i offentlig demonstration						.71	
Deltagelse i strejke						.69	
Deltagelse i ulovlig protestaktivitet						.51	
Politisk interesse							-.86
Diskuterer politik med andre							-.84
Eigenvalue	4.71	2.21	1.70	1.48	1.27	1.16	1.04

Anm. Faktoranalysen samler og rendyrker mønstret i svarpersonernes politiske deltagelse, så der fremstår et begrænset antal underliggende dimensioner. Tabellen viser 'factor loadings', som angiver, hvor stærkt de enkelte deltagelsesformer hænger sammen med hver af de underliggende dimensioner (herudfra kan man forsøge at 'døbe' disse dimensioner: partideltagelse, valgdeltagelse osv.). Kun factor loadings større end eller lig med .29 er vist. Modsat andre typer af rotationer antages det med 'oblique rotation' ikke, at dimensionerne er ukorrelerede. Det kan være et problem, hvis dimensionerne er for højt korrelerede, hvilket dog ikke er tilfældet her (ikke vist i tabel).

har man talt om en individualiseringstendens i retning af, at aktiv deltagelse afløses af økonomiske bidrag (Putnam, 2000: 48-64), og samtidig er under-

skriftsindsamlinger det mest individualiserede aspekt af græsrodsdeltagelse. Om der så er en overordnet individualiseringstendens i den politiske deltagelse,<sup>22</sup> skal vi ikke undersøge her, men det kan i det mindste konstateres, at man har et sæt af meget individualiserede politiske deltagelsesformer, som går på tværs af opdelingen mellem forenings- og græsrodsdeltagelse, og som hænger sammen i den forstand, at de i vid udstrækning benyttes af de samme mennesker. Det er samtidig vidnesbyrd om, at politisk forbrug i dag er andet og mere end blot en form for græsrodsdeltagelse.

Det er som sagt også interessant at undersøge sammenhængen mellem politisk forbrug og andre politiske værdier, hvor vi her benytter en række spørgsmål vedrørende opfattelsen af borgerdyder – hvad der kræves for at være en god samfundsborger (målt på en skala fra 0 til 10). Tabel 6.2 viser denne sammenhæng, målt ved korrelationskoefficienter, der varierer mellem 0 (ingen sammenhæng) og 1,00 (fuldstændig sammenhæng, eller – 1,00, hvis sammenhængen er negativ). Ikke overraskende hænger politisk forbrug sammen med opfattelsen af politisk forbrug som en borgerdyd, men faktisk ikke voldsomt stærkt ( $r = .26$ ). Der er også relativ stærk sammenhæng mellem politisk forbrug og opfattelsen af solidaritet som en borgerdyd – især når det gælder global solidaritet og solidaritet med indvandrere (fra  $r = .14$  til  $r = .20$ ). Også betoning af ‘refleksivitet’ (at danne sin egen mening og underkaste egen mening kritisk vurdering) hænger sammen med politisk forbrug, i lighed med betoning af deltagelse (undtagen deltagelse i foreninger). Andre ‘medborgerdyder’ er ikke forbundet med politisk forbrug. Solidaritet, refleksivitet og deltagelse er altså de nøgleværdier, som politisk forbrug er forbundet med.

Det skal tilføjes, at alle sammenhænge er temmelig svage. Det kan delvist hænge sammen med, at der er en vis måleusikkerhed på disse spørgsmål – ‘skarpheden’ kunne være bedre – men det viser også, at politisk forbrug ikke er snævert knyttet til bestemte værdiopfattelser. Samme billede tegner sig, når vi undersøger sammenhængen mellem politisk forbrug og spørgsmålet om, hvilke værdier folk anser for vigtige for samfundet, jf. tabel 6.3. Her finder vi igen positiv sammenhæng med solidaritet (‘at mennesker tager ansvar for hinanden’), deltagelse, samt – måske mest bemærkelsesværdigt – individualisme i betydningen autonomi: At menneskers handlefrihed begrænses så lidt som muligt, og at de har mulighed for selvrealisering.

---

22. Man taler i den forbindelse undertiden om et ‘tilskuerdemokrati’ (‘spectator democracy’ eller ‘audience democracy’) – men undertiden med den tilføjelse, at det ingenlunde er ensbetydende med, at tilskuerne er uinteresserede eller uengagerede (Goul Andersen & Torpe, 2000).

Tabel 6.2. Sammenhæng mellem politisk forbrug og opfattelser af, hvad der =  
kendetegner en 'god samfundsborger'. Pearson korrelationer

	Pearson korr.
At vælge varer og produkter, som er gode for samfundet og naturen, også selv om de eventuelt koster lidt ekstra	<b>.26</b>
<b>Solidaritet</b>	
At støtte overholdelsen af menneskerettigheder overalt på kloden	<b>.14</b>
Ikke at behandle indvandrere dårligere end indfødte danskere	<b>.20</b>
At forsøge at hjælpe de mennesker i resten af verden, som ikke har det så godt som én selv	<b>.16</b>
At være solidarisk med dem, som har det dårligere end én selv	.09
At tænke mere på andre end på én selv	.04
<b>Refleksivitet</b>	
At danne sin egen mening uafhængigt af, hvad andre mener	<b>.12</b>
At underkaste éns egne meninger kritisk vurdering	<b>.17</b>
<b>Deltagelse</b>	
At stemme til offentlige valg	<b>.16</b>
At holde sig informeret om det, der sker i samfundet	<b>.14</b>
At være aktiv i foreningslivet	.03
<b>Lovlydighed</b>	
Aldrig at forsøge at snyde i skat	.03
Altid at følge love og forordninger	.01
Aldrig at snyde med sociale ydelser	.05
At have et arbejde, hvorved man forsøger sig selv	.06

Spm. Der findes forskellige opfattelser af, hvad der er vigtigt for at være en god samfundsborger. Jeg vil derfor bede Dem se på de egenskaber, som er opgjort på dette kort. Hvis vi ser på Deres personlige opfattelse, hvor vigtigt er det så .... ?

Det sidste kan dog også ses som indikator for såkaldt 'post-materielle værdier', i lighed med økonomisk sikkerhed og velstand, overholdelse af regler, samt flid og arbejdsomhed (hvor de sidste tre måler 'materielle' udsagn). Forskellige varianter af indeks af disse spørgsmål ændrer ikke resultatet: Sammenhængen med post-materielle værdier i bedste fald er meget svag; kun hvis vi begynder at inddrage spørgsmål vedrørende miljøhensyn, kommer der en sammenhæng frem. Men da er det ikke så meget et overordnet værdisæt, som det er mere bestemte politiske målsætninger, der er det afgørende. Værdihypotesen finder altså overraskende nok ikke umiddelbart nogen bekræftelse.

Det bringer os endelig til spørgsmålet om sammenhæng mellem politisk forbrug og politisk tillid. Som omtalt i kapitel 3 hævder en af de mest ud-

Tabel 6.3. *Sammenhæng mellem politisk forbrug og værdier: Opfattelser af, hvad der kendetegner et godt samfund. Pearson korrelationer*

Her kommer nogle udsagn om, hvordan man kan indrette samfundet. For hvert af udsagnene vil jeg bede Dem angive, om De gerne ville leve i et samfund, som lægger vægt på... <sup>1</sup>	Pearson korr.
at mennesker tager ansvar for hinanden	.15
at mennesker kan realisere deres fulde potentialer ('selvrealisering')	.14
at mennesker er politisk aktive	.13
at fællesskabet begrænser den individuelle handlefrihed mindst muligt	.12
at mennesker har frihed til at gøre, hvad de vil	.01
at mennesker lever i økonomisk sikkerhed og velstand	-.01
at mennesker overholder reglerne	-.08
at mennesker er flittige og hårdtarbejdende	-.08

1) Vendingen 'i et samfund, som lægger vægt på...' indgik i spørgeskemaet, ikke i indledningen, men derimod som første led i samtlige del-spørgsmål i spørgeskemaet.

brede fortolkninger, at politisk forbrug er udtryk for, at folk handler gennem ukonventionelle kanaler i protest mod industrisamfundets modernisering og rationelle logik. Ifølge denne fortolkning skulle vi forvente, at politiske forbrugere var mere tilbøjelige til at have mistillid til politikerne og til at anse de traditionelle indflydelseskanaler som ineffektive. Vi har allerede set, at det sidste ikke holder: Politiske forbrugere er snarere *mere* tilbøjelige til at se *alle* indflydelseskanaler som mere effektive, sammenlignet med dem, der ikke handler som politiske forbrugere. Men hvad med politisk tillid?

Her viser det sig overraskende, at politiske forbrugere også har *større* tillid til de etablerede politiske institutioner end dem, der ikke er politiske forbrugere (tabel 6.4). Der er en positiv sammenhæng med tillid til domstole, Folketinget, regeringen, politikerne, de politiske partier og FN. De eneste undtagelser, hvor der ikke er nogen sammenhæng, er kommunalbestyrelsen og politiet. Den positive sammenhæng er lige så stærk, som den man finder mellem foreningsdeltagelse og tillid – med den forskel, at foreningsdeltagelsen fremmer tilliden til kommunalbestyrelsen. Samtidig kan det i øvrigt bemærkes, at også deltagelse i græsrodsaktioner i dag hænger positivt sammen med politisk tillid (jf. også Goul Andersen & Hoff, 2001: kap. 9), men ikke så tydeligt som politisk forbrug. Det skal nævnes, at den egentlige årsagsforbindelse er svagere: Noget af effekten skyldes, at politiske forbrugere har længere uddannelse end resten af befolkningen, og at uddannelse i dag har en positiv effekt på politisk tillid. Men der forbliver en positiv effekt, også når man kontrollerer for uddannelse. Denne sammenhæng er svag og uden større betydning. Men det afgørende er, at den faktisk er *positiv* og ikke, som det ofte har været antaget, *negativ*. Der er i øv-

rigt ikke nogen forskel mellem effekten af foreningsdeltagelse og politisk forbrug: Foreningsdeltagelse har som forventet også positiv effekt, men ligeledes ganske svag.

*Tabel 6.4. Sammenhæng mellem politisk forbrug, foreningsdeltagelse, deltagelse i græsrodsaktioner og politisk tillid. Pearson korrelationer*

Kan De sige, hvor stor tillid, De personligt har til hver af disse institutioner?	Medlemskab i foreninger	Deltagelse i græsrodsaktioner	Politisk forbrug
1. Kommunalbestyrelsen	.12	.01	.01
2. Regeringen	.09	.08	.10
3. Folketinget	.11	.08	.14
4. Domstolene	.15	.08	.18
5. Den offentlige administration	.11	.04	.06
6. Politiet	.08	-.02	.02
7. Politiske partier	.09	.10	.09
8. Politikere	.09	.09	.12
9. EU (Europæiske Union)	.09	.02	.06
10. FN (Forenede Nationer)	.16	.07	.15
Tillidsindeks (på basis af spm.1-8)	.14	.08	.13

Alt i alt: Jo mere effektive, folk mener, de traditionelle deltagelseskanaler er, og jo større tillid de har til de etablerede politiske institutioner, desto mere deltager de. Ikke ret meget, men lidt mere. Det gælder både foreningsdeltagelse, græsrodsdeltagelse og politisk forbrug. Skellet mellem institutionaliserede og ikke-institutionaliserede deltagelsesformer består altså i så henseende ikke længere. Det betyder ikke, at politiske forbrugere ikke er kritiske over for dele af samfundet, men det er en mere 'positiv' og 'konstruktiv' kritik, end man forestiller sig i meget af litteraturen om emnet.



## Kapitel 7

### Politisk forbrug og globalt politisk medborgerskab

Nogle af de senere års mere iøjnefaldende forbrugerboykot-aktioner har som nævnt været rettet mod store verdensomspændende virksomheder som Shell, Nike, Nestlé m.fl., og det er som omtalt i kapitel 3 nærliggende at se den politiske forbruger som et 'svar' på den udvikling – på den nye politiske 'mulighedsstruktur' ('*opportunity structure*'), som globaliseringen har skabt. Nationale regeringer træffer beslutninger, som har globale konsekvenser; beslutninger træffes i netværk mellem nationale regeringer og/eller overnationalt sammenslutninger; og nogle sager er gledet mere eller mindre uden for nationalstaternes kontrol, uden at noget andet er trådt i stedet. Den økonomiske og politiske globalisering betyder, at der er flere emner at mobilisere sig i forhold til, og den kulturelle globalisering (først og fremmest udviklingen i kommunikations- og informationsteknologien) betyder, at der potentielt er større opmærksomhed omkring disse emner. Spørgsmålet er, om den politiske forbruger kan ses som en reaktion på denne udvikling? Det spørgsmål, vi her kan undersøge – og som kan give en antydning af, om dette perspektiv er frugtbar – er, om politisk forbrug bygger på og forstærker en global 'identitet', dvs. en global (eller 'kosmopolitisk') orientering og eventuel ligefrem en følelse af at være en 'verdensborger' – en medborger på globalt plan. Dermed belyses også det spørgsmål, som vi rejste i kapitel 2, nemlig om politisk forbrug reproducerer en form for fælles global identitet.

Traditionelt har mange været skeptiske over for almindelige menneskers mulighed for at tage stilling til, og følge med i politiske forhold på overnationalt plan, endside finde ud af, hvad de kunne gøre for at påvirke (Dahl, 1999), i og med at der ikke eksisterer institutionaliserede kanaler for deltagelse (Heater, 1990). Disse forskere levner ofte heller ikke mange chancer for udviklingen af en global politisk orientering og identitet. Andre betoner derimod de nye muligheder for deltagelse og identitetsdannelse (Albrow, 1996; Delanty, 2000), herunder det politiske forbrug. Ydermere kan de manglende institutionelle muligheder for deltagelse medvirke til, at det politiske ansvar personliggøres, så folk føler en større forpligtelse til *selv* at handle, eksempelvis som politiske forbrugere; i så fald skulle man forvente en ganske stærk identitetsdannelse.

Global politisk orientering og identitet har flere aspekter. Vi skal her nøjes med at se på tre: *viden*, følelse af *tilhørsforhold*, samt *solidaritet*: Er politiske forbrugere kendetegnet ved en større viden om globale forhold, føler

de sig mere som del af større, overnationale fællesskaber, og føler de en højere grad af overnational solidaritet?

Tabel 7.1 undersøger sammenhængen mellem politisk forbrug og viden. Vi benytter her et vidensindeks, der er konstrueret ud fra en serie spørgsmål om, hvor godt kendskab svarpersonerne har til en række internationale organisationer (EU, NATO, FN, OECD, WTO og Amnesty International), målt på en skala fra 0 (meget lille kendskab) til 10 (meget stort kendskab). Generelt forekommer vidensniveauet i øvrigt ikke overvældende. Den institution, som respondenterne kender bedst, er den Europæiske Union (gns: 4.87), mens WTO ligger i bunden med et gns. på 2.87. Imidlertid finder vi en ganske klar tendens til, at politiske forbrugere har større viden end de, der ikke køber eller boykotter varer af politiske grunde – fra et gennemsnit på 3.72 blandt de, der ikke er politiske forbrugere, til 4.66 blandt de, der både boykotter og tilvælger bestemte varer af politiske grunde. En del af effekten forklares af køn, alder og uddannelse, som er de faktorer, der påvirker viden mest. Men som tabellens yderste kolonne viser, består der en klar forskel, selv om man tager højde for disse faktorer. Det viser sig også i det samlede mål for effekten. Den umiddelbare effekt ( $\eta$ ) er .21, mens den kontrollerede effekt ( $\beta$ ) er .16 – langt på den ‘rigtige’ side af den statistiske usikkerhedsmargin.

Tabel 7.1. Politisk forbrug og viden om internationale organisationer. = MCA-analyse. Gennemsnit,  $\eta$ - og  $\beta$ -værdier.<sup>1</sup> 2000

	Vidensindeks (0-10) <sup>2</sup>	Indekset kontrolleret for uddannelse, køn, alder
Ikke politisk forbruger	3.72	3.83
Kun tilvalg	4.40	4.27
Både til- og fravalg	4.66	4.58
$\eta/\beta$	.21	.16

Spm. Hvor stort set kendskab vil De sige, at De har til følgende organisationer og de sager, de arbejder med. Hvis der er nogle af organisationerne, De aldrig har hørt om, skal De bare sige til.

1) Se forklaring af MCA-analyse i tabel 5.2.

2) Der er dannet et simpelt additivt indeks (divideret igennem med antallet af spm.). Cronbach's Alpha = .93.

Indtil videre har vi således mest opbakning til den ‘positive’ hypotese; politisk forbrug er relateret med orientering mod globale politiske organisationer. Holder det også stik, når vi ser på sammenhængen mellem politisk forbrug og følelsen af at tilhøre et overnationalt fællesskab?

Til at belyse dette spørgsmål blev svarpersonerne bedt om at svare på, hvor stor tilknytning de føler til en række geografiske områder på en skala

fra 0 (slet ingen tilknytning) til 10 (meget stærk tilknytning). Tabel 7.2 giver sammenhængen mellem politisk forbrug og et indeks, der måler graden af tilknytning til overnationale geografiske områder (Norden, EU og hele verden/hele menneskeheden).<sup>23</sup>

Tabel 7.2. Politisk forbrug og tilknytning til overnationale geografiske områder. MCA-analyse. Gennemsnit, eta- og betaværdier: 2000

	Overnationalt tilknytningsindeks (0-10) <sup>1</sup>	Indekset kontrolleret for uddannelse, køn, alder
Ikke politisk forbruger	5.91	5.94
Kun tilvalg	6.35	6.31
Både tilvalg og fravalg	6.31	6.28
Eta/beta	.10	.09

Spm. Nu vil jeg spørge om Deres tilknytning til det sted, hvor De bor – for eksempel til den bydel, landsdel eller det land, De bor i. På denne skala fra 0-10, hvor 0 betyder "ingen tilknytning overhovedet" og 10 betyder "meget stærk tilknytning", hvor stor tilknytning føler De da til ...<sup>1</sup> 1. Den bydel eller landsby, De bor i, 2. Den kommune eller by, De bor i, 3. Den landsdel, De bor i, 4. Danmark som helhed, 5. Norden, 6. Europa, 7. Hele verden, hele menneskeheden?

1) Der er dannet et simpelt additivt indeks (divideret igennem med antallet af spm.) for de tre spørgsmål om tilknytning til Norden, Europa, hele verden. Cronbach's Alpha = .78.

Det fremgår af tabellen, at personer, der ikke handler som politiske forbrugere, føler mindst grad af tilknytning (gns. 5.91), mens personer, som enten har tilvalgt eller både fravalgt varer af politiske grunde, føler større grad af tilknytning til overnationale geografiske områder (gns. henholdsvis 6.35 og 6.31). Sammenhængen er dog ikke særlig stærk (eta=.10) og svækkes en anelse efter kontrol for uddannelse, køn og alder, men forbliver lige akkurat signifikant.<sup>24</sup> At sammenhængen ikke er stærkere, kan hænge sammen med, at målingen ikke er tilstrækkelig præcis (eksperimenterer vi med et indeks, der kun inkluderer følelsen af tilknytning til Europa og hele ver-

23. En faktoranalyse, som inkluderer alle emnerne i spørgsmålsbatteriet (jf. note til tabel 7.2), viser to dimensioner: Én dimension med tilknytning til områder inden for nationalstaten, og en anden med den overnationale tilknytning. Tilknytning til "Danmark som helhed" hænger sammen med ('loader' på) begge dimensioner og udgår af analysen.

24. Det er i øvrigt interessant at bemærke, at sammenhængen mellem politisk forbrug og et indeks, der summerer tilknytningen til 'bydel, landsby', 'by, kommune' og 'landsdel', er negativ, dvs. personer, der i højere grad føler tilknytning til geografiske områder inden for landets grænser, i mindre grad handler som politiske forbrugere end personer, der føler mindre grad af tilhørsforhold. Sammenhængen er svag og ikke statistisk sikker, men det understreger, at politisk forbrug tilsyneladende ikke har rødder i lokale fællesskaber.

den/menneskeheden, er sammenhængen dog ikke stærkere). Men det kan også pege i retning af, at politisk forbrug ikke handler så meget om tilknytning til en mere abstrakt forestilling om fællesskab, som formentlig er det, vi 'tapper' med dette spørgsmål – men at det omvendt hænger sammen med viden, som vi har set ovenfor, og en følelse af solidaritet og ansvar over for mennesker ud over national statens grænser. Om det sidste er tilfældet, skal undersøges i det følgende.

Vi har her benyttet to forskellige mål for solidaritet med et større globalt fællesskab. Det første er et indeks for 'globale normer', der bygger på et spørgsmålsbatteri om, hvad der kendetegner en 'god samfundsborger'. Indekset indeholder følgende tre items, målt på en skala fra 0 (slet ikke vigtigt) til 10 (meget vigtigt):

- ikke at behandle indvandrere dårligere end indfødte danskere,
- at forsøge at hjælpe de mennesker i resten af verden, som ikke har det så godt som én selv,
- at støtte overholdelsen af menneskerettigheder overalt på kloden.<sup>25</sup>

Faktisk viser en faktoranalyse, at disse tre spørgsmål kommer ud på samme dimension som et fjerde spørgsmål, der direkte omhandler politisk forbrug (at vælge varer og produkter, som er gode for samfundet og naturen, også selvom de eventuelt koster lidt ekstra). Alene dette bekræfter, at der er en ret tæt relation mellem global solidaritet og politisk forbrug. Vi har dog ikke medtaget spørgsmålet i indekset her, da vi i så fald ville risikere at få en selvbekræftende sammenhæng. Alligevel er sammenhængen med politisk

---

<sup>25</sup> Indekset er dannet på baggrund af en faktoranalyse af et spørgsmålsbatteri om svarpersonernes opfattelse af, hvad det vil sige at være en 'god samfundsborger' (jf. tabel 6.2 for en oversigt). Udover de tre emner, der indgår i indekset, er der to andre items, som loader på dimensionen: 'at være solidarisk med dem, som har det dårligere end én selv', og 'at tænke mere på andre end på 'en selv'. Disse items loader også på en anden dimension. Men det er dog værd at bemærke, at også denne faktoranalyse i ét og alt underbygger tolkningen om, at vi rent faktisk måler global solidaritet.

Hvor spørgsmålene vedrørende 'god samfundsborger' i kapitel 6 indgik i en analyse af sammenhængen mellem politisk forbrug og medborgerdyder i mere bred forstand, analyserer vi her de samme spørgsmål fra et andet perspektiv. Dels er fokus her på en bredere global identitet, hvoraf globale medborgerdyder kun udgør én dimension, og dels er analysen led i at undersøge hypotesen om, at politiske forbrugere understøtter og forstærker en global identitet. Dvs. spørgsmålene er naturligvis tiltænkt at måle det samme i begge analyser, men perspektivet er forskelligt.

forbrug ganske stærk (jf. tabel 7.3). Fra 7.62 for gruppen, der ikke er politiske forbrugere, til 8.28 for personer, der både har boykottet og tilvalgt varer af politiske årsager. Sammenhængen forbliver betydelig ( $\beta = .17$ ) selv efter kontrol for køn, alder og uddannelse.

Tabel 7.3. Politisk forbrug og globalt orienterede normer. MCA-analyse. = Gennemsnit, eta- og betaværdier. 2000 =

	Globalt orienteret norm-indeks (0-10) <sup>1</sup>	Indekset kontrolleret for uddannelse, køn, alder
Ikke politisk forbruger	7.62	7.65
Kun tilvalg	8.24	8.21
Både tilvalg og fravalg	8.28	8.24
Eta/beta	.19	.17

1) Simpelt additivt indeks for de fire spørgsmål (indekset er divideret igennem med antallet af spm.). Cronbach's Alpha = .75.

Afslutningsvis viser tabel 7.4 sammenhængen mellem politisk forbrug og et andet mål for global solidaritet. Et 'global solidaritets indeks', der indeholder følgende spørgsmål (på en skala, der går fra 1-5, hvor 1 betyder, at man er 'helt enig' i udsagnet, og 5 betyder 'helt uenig'):

- Danmark bør arbejde for en bedre fordeling af jordens ressourcer, også selv om det betyder, at vi i lande som Danmark må gå ned i levestandard.
- Regeringen burde presses til at lytte mere til Amnesty International, også når det er Danmark, der er under anklage.
- Danmark bør gå forrest i protesten mod lande, der overtræder menneskerettighederne, også selv om det kan skade danske eksportinteresser.

Analysen bekræfter ret entydigt konklusionen ovenfor (der er da også en ret stærk sammenhæng mellem de to mål for 'global solidaritet':  $r = -.49$ ). Politisk forbrug hænger positivt sammen med en følelse af global solidaritet, og det endda temmelig stærkt ( $\beta = .19$ ). Det kan tilføjes, at hvis vi indbefatter politisk observans i kontrollen, så falder styrken af sammenhængen ( $\beta = .14$ ), men den forbliver signifikant.

Sammenfattende finder vi altså en ganske stærk bekræftelse af, at politisk forbrug rent faktisk udtrykker en form for global orientering og identitet. Vi har målt forskellige aspekter af en global identitet og finder en ganske stærk sammenhæng med politisk forbrug, som tilsyneladende ikke

Tabel 7.4. Politisk forbrug og global solidaritet. MCA. 2000

	Solidaritetsindeks (1-5) <sup>1</sup>	Indekset kontrolleret for uddannelse, køn, alder
Ikke politisk forbruger	2.39	2.40
Kun tilvalg	2.19	2.18
Både tilvalg og fravalg	1.99	1.97
Eta/beta	.18	.19

Spm. Spørgsmålene indgik i et batteri med følgende introduktionstekst: "Så har jeg igen nogle spørgsmål, der handler om synspunkter, som er fremme i den politiske debat. Og jeg vil gerne høre, om De er helt enig, delvis enig, delvis uenig eller helt uenig i følgende".

- 1) Der er dannet et simpelt additivt indeks (divideret igennem med antallet af spm.). Cronbach's Alpha = .54.(Dette er i den lave ende, men idet der kun indgår tre items, og idet indekset består en ekstem validitetstest, har vi valgt at arbejde videre med det).

svækkes nævneværdigt ved kontrol for diverse tredjevariable. Det betyder ikke, at vi som sådan kan sige, at den politiske forbruger er et svar på de mulighedsbetingelser, der følger med globaliseringen, men analysen peger i retning af, at politisk forbrug understøtter en global politisk identitet. Bekræftelsen af, at der er en sammenhæng med politisk adfærd, understreger også, at en sådan moderne 'kosmopolitanisme' rent faktisk indeholder *politiske* aspekter, selv om det undertiden har været hævdet, at global identitet først og fremmest antager en kulturel og ikke en politisk karakter (Delanty, 2000): Anskues dette ud fra et medborgerperspektiv, udtrykker den politiske forbruger en form for global medborgerrolle. Dette peger blandt andet på spørgsmålet om, hvilke udfordringer den politiske forbruger rejser for demokratiet, hvilket er emnet for det afsluttende kapitel.

## Kapitel 8

### Konklusioner og perspektiver: politisk forbrug som demokratisk udfordring

*Dognflue eller megatrend?* =

Der har som nævnt været meget forskellige opfattelser af politisk forbrug. Nogle har betragtet det som et modefænomen, andre som en gennemgribende ændring af det politiske deltagelsesmønster, ja af forholdet mellem økonomi og politik i det hele taget. Og nogle har betragtet politisk forbrug som klart *politisk* handlen, mens andre har betvivlet, hvor meget politisk indhold der egentlig er i fænomenet.

Hvad omfanget angår, kan man konstatere, at den del af det politiske forbrug, der består af deltagelse i forbrugerboycot, svinger overordentlig meget, alt efter hvilke aktioner der kommer op. Fænomenet 'politisk forbrug' blev i Danmark navngivet i forbindelse med de store aktioner mod franske atomprøvesprængninger og Shell's planlagte dumping af 'Brent Spar'-boreplatformen i midten af 1990'erne. Det gav en meget omfattende mobilisering, og der har ikke siden været aktioner, der tilnærmelsesvist kunne mobilisere et tilsvarende antal mennesker. Omvendt er den del af det politiske forbrug, der består i *tilvalg* af bestemte produkter (for eksempel økologiske og andre) ud fra et politisk motiv, væsentligt mere stabilt. Og som langtidstendens er begge dele formentlig klart stigende, om end ikke eksplosivt. De har også et betydeligt omfang, i og med at næsten halvdelen af befolkningen inden for det sidste år har til- eller fravalgt produkter af politiske grunde. Sammenlignet med andre politiske deltagelsesformer tegner politisk forbrug sig i dag som en af de ganske vigtige måder, hvorpå almindelige mennesker søger at påvirke politik.

Men *er* der så tale om politiske motiver – *er* der i det hele taget tale om et politisk fænomen? Dette spørgsmål bliver naturligvis særlig aktuelt, når vi bevæger os ud over boycot-aktioner og også medregner det mere 'stilfærdige' til- og fravalg af produkter i hverdagen. Når dette har været meget omdiskuteret, skyldes det nok, at de fleste målinger har taget udgangspunkt i for eksempel 'grønt forbrug' og efterfølgende har forsøgt at finde motiverne, der som regel er en sammenblanding af politiske og andre præferencer. Her er vores måling af en anden type, idet vi direkte har spurgt om politiske motiver som afgrænsningskriterium i spørgeskemaet. Derfor ligger vore cifre også i underkanten af dem, man finder for 'grønne forbrugere' – ikke alle 'grønne' forbrugere er politiske. Men til gengæld er der ikke tvivl

om, at de politiske forbrugere, vi har afdækket her i analysen, opfatter deres forbrug som en politisk handling.

Dette bliver også yderligere bekræftet af undersøgelsen af sammenhængen mellem politisk forbrug og politisk interesse – der i øvrigt er lige så stærk for dem, der tilvælger produkter, som den er det for ‘boykotterne’. Ydermere viser det sig, at der ikke er tale om en skinsammenhæng, der for eksempel kan skyldes, at ressourcestærke grupper både er mere politisk interesserede og mere tilbøjelige til at være politiske forbrugere. Tværtimod viser analysen, at det først og fremmest er *i kraft af* højere politisk interesse, at uddannelsesmæssigt ressourcestærke grupper har højere deltagelse som politiske forbrugere – forskelle i politisk interesse forklarer tilmed en god bid af de partipolitiske forskelle. Og omvendt viser det sig, at indkomst *ikke* har effekt på det politiske forbrug – hvilket man ellers kunne forvente både ud fra en simpel økonomisk kalkule og ud fra en mistanke om, at der mere var tale om en form for ‘luksusforbrug’ end om ‘politisk forbrug’. At politisk forbrug faktisk *er* politisk, kan der således ikke herske meget tvivl om.

Det lægger samtidig op til, at vi må revurdere traditionelle definitioner af politik, der i dag kan foregå under væsentligt mere individualiserede former. Det er i den forbindelse interessant, at politisk forbrug ‘klumper sig sammen med’ deltagelse i underskriftsindsamlinger og deltagelse via økonomiske bidrag til foreninger mv. – deltagelsesformer, som kan passes ind i en fortravlet hverdag, og ved deres individuelle karakter ligger langt fra foreningsdeltagelse og møder, som er den type af aktiviteter, man traditionelt har forbundet med politik.

Denne individualisering af den politiske deltagelse falder godt i tråd med fortolkningerne hos de sociologer, der søger at fortolke de ‘lange linjer’ i samfundsudviklingen og i den forbindelse har talt om ‘refleksiv modernisering’, ‘risikosamfund’ o.l. (Beck, 1997). Men i hvert fald på ét punkt tager en række af disse fortolkninger fejl: Det er i antagelsen om politisk forbrug som noget grundlæggende alternativt og som udtryk for mistillid til de etablerede politiske kanaler. Her viser vores analyser tværtimod, at politisk forbrug er forbundet med tillid til de ‘etablerede’ politiske institutioner – ganske vist relativt svagt, men dog rundt regnet lige så stærkt som foreningsdeltagelse, der normalt har været set som en kilde til social og politisk integration i samfundet.

Politisk forbrug er heller ikke særlig alternativt i den forstand, at det er stærkt knyttet til et sæt af alternative værdier. Det er klar knyttet til solidaritet (specielt en global solidaritet), og det er i nogen grad knyttet til individualisme. Men det er bestemt ikke stærkt forbundet med såkaldte ‘postmaterielle værdier’, der vel også i dansk sammenhæng er blevet så udbredte og tilpas udflydende, at de efterhånden ikke længere er særligt egnede til



at skelne mellem *individer* med forskellig værdiorientering. Endelig skal det nævnes, at en udbredt forudsigelse ud fra et 'rational choice' perspektiv – nemlig at politisk forbrug afhang af indkomst – kunne afkræftes. Det er dog ikke dermed afkræftet, at politisk forbrug kan være et rationelt valg i en lidt mindre snæver forstand. Det *koster økonomisk* at fra- og (navnlig) tilvælge bestemte varer. Til gengæld vurderer de politiske forbrugere også, at det kan have en vis *effekt*. Og det er der en politisk rationalitet i, specielt hvis der ikke er oplagte alternativer. Desuden er den *tidsmæssige* omkostning gennemgående beskedent.

Det lægger op til, at man langt snarere må se politisk forbrug som et 'naturligt supplement' til andre deltagelsesformer – og herunder også som en mulighed for i en globaliserings tidsalder at handle politisk over for virksomheder, der ellers delvist kunne unddrage sig regeringens kontrol. Det politiske forbrug lukker så et sige et 'hul' i den politiske kontrol. Plausibiliteten af at se det politiske forbrug i relation til globaliseringen styrkes yderligere af, at man finder en ganske klar positiv sammenhæng mellem politisk forbrug og en række indikatorer for global politisk orientering.

Dermed synes det også givet, at politisk forbrug er en megatrend og ikke kun en døgnflue. Deltagelsen i boykotaktioner er stærkt svingende, og private investorer synes kun i ringe grad at tage etiske hensyn. Men alene muligheden for boykotaktioner og institutionelle investorers tilbøjelighed til at undgå investeringer, der kan være *for*-kontroversielle, lægger et ganske betydeligt pres på virksomhederne. Selv hvor sandsynligheden er ringe, kan skadevirkningen til gengæld være uoverskuelig. Skal man måle *betydningen* af politisk forbrug og etiske investeringer, er det næppe deltagelsens faktiske omfang, man skal se på, men derimod den indirekte indflydelse ved, at virksomheder foruddiskonterer mulige aktioner og derfor tager sine forholdsregler, ikke kun med hensyn til medieberedskab ('brandslukning'), men også med hensyn til etiske principper i virksomheden ('brandsikring').

### *Udvidelse eller forplumring af demokratiet? =*

Hvis politisk forbrug er en uundgåelig megatrend, er det i en vis forstand mindre interessant at diskutere, om det er godt eller dårligt – man kan alligevel ikke forhindre det, men er nødt til at indrette sig på det. Men derfor kan det alligevel være interessant at overveje nogle normative betragtninger – lidt som i tilfældet med medierne, som også i det væsentligste udvikler sig uden hensyntagen til, om det ud fra demokratiske hensyn må anses for et gode eller et onde, men hvor diskussionen herom alligevel er interessant.

I tilfældet med politisk forbrug er det langtfra alle, der hilser udviklingen velkommen – heller ikke utvetydigt blandt dem, der i øvrigt har sympati for formålet med aktionerne og handlingerne. Der er navnlig tre indven-

dinge, som der kan være grund til at overveje. Den første er, at den form for nedbrydning af skellet mellem økonomi og politik, som politisk forbrug indebærer, er skadelig. Den anden er, at politisk forbrug kan bygge på manipulerede, mediestyrede stemningsbølger. Og den tredje er, at boykotkampagner ofte får uskyldige ofre (mens 'slyngelvirksomheder' måske går fri).

Hvad det første angår, er der flere argumenter for, at nedbrydningen af skellet mellem økonomi og politik er betænkeligt. Det første er økonomisk effektivitet. Det gør det økonomiske liv uendelig mere enkelt og effektivt, at køber og sælger på markedet ikke behøver at kunne lide hinanden, eller på anden måde at forholde sig til hinanden ud over gennem pengemediet. Klare politiske regler plus marked er effektivt, svage regler plus marked plus etik er en farlig cocktail, set i et effektivitetsperspektiv. Det andet argument mod nedbrydningen af skellet mellem økonomi og politik er ansvar: Det politiske system holder politiske ledere ansvarlige for deres gerninger – politisk forbrug betyder en ansvarsforflygtigelse. Helt galt er det, hvis regeringer opfordrer til politisk forbrug.

Disse argumenter er dog temmelig abstrakte. Vender vi os mod det konkrete, er der ikke noget effektivitetstab – i hvert fald ikke noget uønsket effektivitetstab – forbundet med, at politiske forbrugere for eksempel tvinger virksomheder til at indføre en kodeks for anvendelse af børnearbejde etc. Og hvad ansvarsforflygtigelse angår, så bygger dette argument på en sammenligning med en idealtilstand, hvor ansvaret er effektivt og entydigt placeret. Ser vi på virkelighedens verden, er dette ofte ikke tilfældet. Det svarer lidt til indvendingen mod brugerindflydelse eller udlicitering i den offentlige sektor, der på papiret betyder en udhuling af det politiske ansvar sammenlignet med en idealtilstand, men hvor denne idealtilstand kan ligge langt fra virkelighedens verden.

Det andet hovedargument – at forbrugerboykot er mediestyret og præget af stemningsbølger – illustreres ofte med kampagnen mod Shell's planlagte dumpning af 'Brent Spar'-platformen. Emnet kom i høj grad op, fordi Greenpeace manglede en god symbolsk sag til at genvinde fodfæstet efter flere års problemer med faldende medlemstal (=manglende indtægter). Den planlagte dumpning var ifølge de fleste kvalificerede vurderinger mindre skadelig for miljøet end ophugning på land. Der var klart tale om symbolpolitik, men spørgsmålet var, om det ikke netop var disse symboler, det drejede sig om. Spørgsmålet er derfor, om tilhængerne af boykotten har været så naive, og om de fortrød deres boykot, da sagens rette sammenhæng kom frem. Det afhænger af, om deltagerne i aktionen primært aktionerede mod den konkrete sag, eller de aktionerede mod princippet om dumpning i havet. Formentlig har det sidste været afgørende for mange. Og spørgsmålet er, om man ikke normativt skal vurdere en sådan aktion ud fra dens indirek-

te indflydelse, dvs. ud fra virksomhedernes reaktion på grund af faren for at få en sådan aktion mod sig, hvis man ikke overholder strenge miljøkrav mv.

Endelig er der argumentet om, at aktioner rammer uskyldige. Det være sig virksomheder, der uforskyldt kommer i mediernes søgelys. Ellers virksomheder, der som de franske vinbønder bliver en slags gidsler i aktioner rettet mod andre landes regeringer – man taler her om såkaldte ‘surrogat-aktioner’ (Friedman, 2001), hvor man søger at ramme en stat ved at boykotte virksomheder fra det pågældende land. Det er dog ikke et problem, der knytter sig specielt til forbrugerboykot. Man har præcis den samme problemstilling i forbindelse med strejker, hvor virksomheder og deres ansatte, offentlige servicebrugere, rejsende og andre pludselig kan finde sig selv om en slags ‘gidsler’ i en konflikt, der egentlig ikke vedrører dem. Og et lignende problem kender man for eksempel fra den internationale boykot af Irak, der har været anklaget for at ramme civilbefolkningen mere, end den rammer Saddam Hussein.

Argumentet om, at aktioner kan ramme ‘uskyldige’, kan ikke negligeres, men vedrører altså mange typer af aktioner. Og nogle af de øvrige argumenter forekommer ikke voldsomt overbevisende. Borgere, vælgere og forbrugere er gennemgående mindre stemningslabile og manipulerbare end deres rygte, og det politiske ansvar i virkelighedens verden er ikke altid så klart som på papiret. Herudover kan det i øvrigt noteres, at de fleste normative argumenter mod politisk forbrug alene tager sigte på boykot og ikke på den mindst lige så vigtige del af det politiske forbrug, som består i tilvalg af produkter.

Så vidt de normative indvendinger mod det politiske forbrug. Hertil kommer imidlertid de positive normative betragtninger. Vi har ovenfor slet ikke vurderet spørgsmålet om social lighed i deltagelsen, sådan som man ofte vil gøre med andre deltagelsesformer. Nu er uligheden slet ikke så stor – og navnlig er det fremgået, at bekymringen for, at det skulle være en deltagelsesform specielt for økonomisk bedrestillede, ikke har noget på sig. Men spørgsmålet om lighed kan også forekomme lidt malplaceret i denne sammenhæng. Det skyldes, at politisk forbrug i udpræget grad kan ses som en folkelig modmagt til økonomisk magtkoncentration. Det er en form for indflydelse, som retter sig mod at begrænse store virksomheders magt, og som supplerer eller i nogle tilfælde ligefrem træder i stedet for en politisk regulering. Specielt i en globaliseret verden, hvor det ofte ligger tungt med muligheden for at kontrollere multinationale virksomheders gøren og laden, er politisk forbrug et godt bud på, hvordan man kan kontrollere dem, der kun i ringe grad kontrolleres af andre. Det er en af de faktorer, der ganske væsentligt kan være med til at begrænse effekten af en meget betydelig økonomisk magtkoncentration.

Set i et magtperspektiv forekommer det politiske forbrug (og etiske investeringer) således at være en ganske væsentlig begrænsning på magtkoncentration. Set i et demokratiperspektiv vil man nok normalt tillægge andre deltagelsesformer væsentligt større betydning for udviklingen af politiske kompetencer og demokratiske orienteringer. Man skal dog ikke undervurdere, at også politisk forbrug kan være med til at opretholde og udvikle et politisk engagement. Og navnlig skal man ikke undervurdere, at politisk forbrug giver en mulighed for dog at kunne *gøre noget*. Netop dermed kan det være med til at begrænse afmagtsfølelsen – og som vi har set også være med til – ganske vist i yderst moderat grad, men det gælder også andre deltagelsesformer – at skabe *tillid* til det politiske system.

## Litteratur

- Albrow, Martin (1996). *The Global Age. State and Society Beyond Modernity*. London: Polity Press.
- Andersen, Johannes (1981). "De politiske partiers krise", *Politica*, 13. årg., nr. 2, pp. 87-102.
- Andersen, Johannes (2000). "Borgerne og det lokale styre", pp. 25-46 i Jørgen Goul Andersen, Lars Torpe & Johannes Andersen, *Hvad folket magter. = Demokrati, magt og afmagt*. København: DJØFs forlag.
- Andersen, Johannes et al. (1993). *Medborgerskab. = Demokrati = og = politisk = deltagelse*. Herning: Systeme.
- Andersen, Johannes, Ole Borre, Jørgen Goul Andersen & Hans Jørgen Nielsen (1999). *V=lgere med omtanke – en analyse af folketingsvalget 1998*. Århus: Systeme.
- Anderson, Benedict (1990). *Imagined communities: Reflections on the origin and = spread of nationalism*. London, New York: Verso.
- Barnes, Samuel, Max Kaase et al. (1979). *Political Action: Mass Participation in = Five Western Democracies*. Beverly Hills: Sage.
- Beck, Ulrich (1994). "The Reinvention of Politics: Towards a Theory of Reflexive Modernization", pp. 1-55 i Ulrich Beck, Anthony Giddens & Scott Lash, *Reflexive modernization. Politics, tradition and aesthetics in the modern social = order*. London: Polity Press.
- Beck, Ulrich (1997). *The Reinvention of Politics. Rethinking Modernity in the = Global Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, Ulrich (1998) [1997]. *Vad indebår globaliseringen? Misopffatningar och = mögliga politiska svar*. Göteborg: Bokforlaget Daidalos AB.
- Beckmann, Suzanne C., med Susanne Brokmose og Robert L. Lind (2001). *Danske = forbrugere og økologiske fødevarer. – Øko foods H projektet*. København: Handelshøjskolens Forlag.
- Bennett, W. Lance (2001). "Consumerism and Global Citizenship: Lifestyle Politics, Permanent Campaigns, and International Regimes of Democratic Accountability". Paper præsenteret på *International Seminar on = Political = Consumerism*, City University, Stockholm, 30. maj – 3. juni, 2001.
- Bentzen, Jan & Valdemar Smith (2001). "Did the French nuclear tests under the Muroora atoll affect the export of French wine to Denmark?". *Department of = Economics. = The = Aarhus = School = of = Business. = Faculty = of = Business = Administration*. Working paper 01-9.
- Bille, Lars (1998). *Dansk =partipolitik =1987-1998*. København: Jurist- og Økonomforbundets Forlag.
- Blumler, Jay & Dennis Kavanagh (1999). "The Third Age of Political Communication: Influences and Features", *Political Communication*, Vol. 16, pp. 209-230.
- Borre, Ole (2001). *Issue Voting. An Introduction*. Aarhus: Aarhus University Press.

- Dahl, Robert A. (1999). "Can International Organizations be Democratic? A Skeptic's View", pp. 19-36 i Ian Shapiro & Casiano Hacker-Cordon (eds.), *Democracy's Edges*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Dalton, Russel J. (1988). *Citizen Politics in Western Democracies: Public Opinion and Political Parties in th United States, West Germany, and France*. Chatham, N.J.: Chatham House.
- Damgaard, Erik (red.) (1980). *Folkets veje i dansk politik*. København: Schultz Forlag.
- Delanty, Gerard (2000). *Citizenship in the global age. Society, Culture, Politics*. = Buckingham: Open University Press.
- Easton, David (1965). *A Framework of Political Analysis*. Prentice Hall, N.J.: Englewood Cliffs.
- Friedman, Monroe (1999). *Consumer Boycotts: Effecting €Change Through the = Marketplace and the Media*. London: Routledge.
- Friedman, (2001). "Boycott Ethics". Paper præsenteret på International Seminar on Political Consermerism. City University, Stockholm, Sverige, 31. maj – 3. juni, 2001.
- Giddens, Anthony (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity/-Blackwell.
- Giddens, Anthony (1991). *Modernity and Self-Identity*. London: Polity Press.
- Giddens, Anthony (2000). *Runaway world: How Globalization is reshaping our = lives*. New York: Routledge.
- Goul Andersen, Jørgen (1981). "Græsrodsbevægelser – en indkredsning". *GRUS*, nr. 3, pp.7-37.
- Goul Andersen, Jørgen (1993). *Politik og æsamfund ÷ forandring*. København: Columbus.
- Goul Andersen, Jørgen (1994). "Samfundsøkonomi, interesser og politisk adfærd", pp. 15-136 i Eggert Petersen et al., *Livskvalitet og holdninger i det variable = nichesamfund*. Århus: Psykologisk Institut/Aarhus Universitet.
- Goul Andersen, Jørgen (2001a). *Medborgerskab, =velfærdsstat =og =politisk = deltagelse. En empirisk approach i teoretisk perspektiv*. Paper præsenteret på fælleskonference for den norske og danske magtudredning, Vedbæk, 23.-24. august 2001. Institut for Økonomi, Politik og Forvaltning, Aalborg Universitet.
- Goul Andersen, Jørgen (2001b). "Danskernes deltagelse i foreningsliv og græsrodsbevægelser 1979-2000", i Flemming Mikkelsen (red.), *Sociale = bev=gelser og foreningsaktivitet i Danmark*. København: Hans Reitzels Forlag (under udgivelse).
- Goul Andersen, Jørgen, Lars Torpe & Johannes Andersen (2000). *Hvad folket = magter. Demokrati, magt og afmagt*. København: DJØFs Forlag.
- Goul Andersen, Jørgen & Lars Torpe (2000). "The Concept of 'Spectator Democracy' – Meaning and Measurement". *Institut for Økonomi, Politik & = Forvaltning*, Aalborg Universitet. Arbejdsrapport, nr. 7. =
- Goul Andersen, Jørgen & Jens Hoff (2001). *Democracy and €Citizenship in = Scandinavia*. Houndsmills: Palgrave.
- Gundelach, Peter (1980). *Gr=srødder er Seje!*. Århus: Forlaget Politica.

- Halkier, Bente (1993). "Nye udtryk for sociale bevægelser – grønt forbrug som eksempel", *Dansk Sociologi*, nr. 4, 4. årg., pp. 40-59.
- Halkier, Bente (1994). "Grønt Forbrug – hverdagspolitik?", *GRUS*, 15. årg., nr. 44, pp. 22-39.
- Halkier, Bente (2001). "How political is politicized consumption? Risk-handling in food consumption as example". Paper præsenteret på *International Seminar on Political Consumerism*, City University, Stockholm, Sverige, 31. maj- 3. juni, 2001.
- Heater, Derek (1990). *Citizenship: The Civic Ideal in World History, Politics and Education*. London & New York: Longman.
- Held, David (1995). *Democracy and the Global Order*. London: Polity Press.
- Held, David (1999). "International law", pp. 161-171 i David Held & Anthony McGrew (eds.), *The Global Transformation Reader*. London: Polity Press.
- Held, David, Anthony McGrew, David Goldblatt & Jonathan Perraton (1999). *Global Transformations. Politics, Economics and Culture*. California: Stanford University Press.
- Hirst, Paul & Grahame Thompson (2001). *Globalisering til debat* (2. udg. 1999). København: Hans Reitzels Forlag.
- IFKA (1998). *Danskerne 1988. Holdninger, adfærd, planer, forventninger*. =
- IFKA (2000). *Danskerne 2001. Vælgernes dagsorden og det nye mediebillede*. København: Institut for Konjunkturanalyse.
- Inglehart, Ronald (1990). *Culture shift in advanced Industrial Society*. Princeton, N.J.: Princeton University Press.
- Jensen, Hans Rask (2000). "Forbrugeradfærd som politisk deltagelse", *Samfundøkonomen*, nr. 6, pp. 19-26.
- Jordan, Grant (2001). *Shell, Greenpeace and the Brent Spar*. Houndsmills: Palgrave.
- Krugman, Paul (1996). *Pop Internationalism*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Kumar, Krishan (1980). *Prophecy and Progress*. Harmondsworth: Penguin.
- Mair, Peter (1994). "Party Organisations: From Civil Society to the State", pp. 1-22 i Richard S. Katz & Peter Mair (eds.), *How Parties Organize*. London: Sage.
- Marsh, Alan (1977). *Protest and Political Consciousness*. London: Sage.
- McGrew, Anthony (2000). "Power shift: from national government to global governance", pp. 130-168 i David Held (ed.), *A globalizing world? Culture, economics, politics*. London: Routledge.
- Micheletti, Michele (2000): "Shopping and the Reinvention of Democracy. Green Consumerism and the Accumulation of Social Capital in Sweden". Paper præsenteret på *ECPR Joint Session*. Workshop: Voluntary Associations, Social Capital and Interest Mediation: Forging the Links. København. 14.-19. april, 2000.
- Micheletti, Michele (2001). "Why Political Consumerism? A Theoretical Context for Understanding the Phenomenon". Paper præsenteret på *International Seminar on Political Consumerism*, City University, Stockholm, Sverige. 31. maj – 3. juni, 2001.

- Mikkelsen, Flemming (2001). "Kollektive aktioner og politiske bevægelser i Danmark efter 2. verdenskrig", kapitel 2 i Flemming Mikkelsen (red.), *Sociale = bevægelser og foreningsaktivitet i Danmark* (under udgivelse).
- Milbrath, Lester W. (1965). *Political Participation. How and why do people get = involved in politics?* Chicago: Rand McNally.
- Morris, Dick (2000). *The new prince*. Los Angeles, CA.: Renaissance Books.
- Olsen, Johan P. & Sætren Harald (1980). *Aksjoner =og =demokrati*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Panbianco, Angelo (1988). *Political =Parties: =Organization =and =Power*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Parkin, Frank (1968). *Middle =Class =Radicalism*. Manchester: Manchester University Press.
- Parry, Geraint, George Moyser & Neil Day (1992). *Political Participation and = Democracy in Britain*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pedersen, Mogens (1989). "En kortfattet oversigt af det danske partisystems udvikling", *Politica*, nr. 21, 3. årg., pp. 265-278.
- Petersson, Olof, Westholm, Anders & Blomberg, Göran (1989). *Medborgarnas = makt*. Stockholm: Carlssons.
- Pressman, J. & Aaron Wildavsky (1973). *Implementation*. =Berkeley, CA.: University of California Press.
- Putnam, Robert D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American = Community*. New York: New York University Press.
- Rasmussen, Erik (1971). *Komparativ Politik I*. København: Gyldendal.
- Rasmussen, Søren Hein (1997). *S ræ Alliancer – Politiske bev gølgelser i = efterkrigstidens Danmark*. Odense: Odense Universitets Forlag.
- Shapiro, Ian (2001). "Power and Democracy". Oplæg ved *fælleskonference for den = norske og danske magtudredning*. Vedbæk, 23.-24. august, 2001.
- Smith, N. Craig (1989). *Consumer Boycotts*. Scientific Business 27.
- Statistisk Årbog 2000*. København: Danmarks Statistik.
- Stolle, Dietlind & Marc Hoogh (2001). "What if Citizens Still Participated in Politics? Emerging Action Repertoires and the Debate about Social and Political Participation". Paper præsenteret på *International Seminar on Political = Consumerism*, City University, Stockholm, Sverige, 31. maj – 3. juni, 2001.
- Svendson, Steen (1995). "Den politiske forbruger", *Fremtidsorientering*, nr. 4, september, pp. 32-35.
- Svensson, Palle & Lise Tøgeby (1986). *Politisk opbrud. De nye mellemlags = gr=srodsdeltagelse*. Århus: Forlaget Politica.
- Tobiasen, Mette (2001a). "Global Civil Society – The Danish Case". Upubliceret papir, Institut for Økonomi, Politik & Forvaltning, Aalborg Universitet.
- Tobiasen, Mette (2001b). "En spirende global politisk kultur?", paper præsenteret på *fælleskonference for den norske og danske magtudredning*. Vedbæk, 23.-24. august, 2001.
- Torpe, Lars (2000). "Foreninger og demokrati", pp. 79-122 i Jørgen Goul Andersen, Lars Torpe & Johannes Andersen, *Hvad folket magter. Demokrati, = magt og afmagt*. København: DJØFs Forlag.



- Turow, Joseph (1997). *Breaking up America: Advertisers in the New Media World*. Chicago: University of Chicago Press.
- Urry, John (2000). *Sociology beyond Societies. Mobilities for the twenty-first century*. London: Routledge.
- Verba, Sidney & Norman H. Nie (1972). *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. New York: Harper & Row.
- Verba, Sidney, Norman H. Nie & Jae-On Kim (1978). *Participation and Political Equality. A Seven Nation Comparison*. Cambridge: Cambridge University Press.

### Aviser:

*AIM/Børsen*, 13.5.1991.

*Børsen*, 29.10.2001.

*Gallup/Berlingske Tidende*, 19.6.1994; 6.8.1995; 12.2.1997; 7.4.1999.

*GfK Observa/BT*, 5.9.1995; 22.1.1999.

*Greens/Børsen*, 29.2.1996; 14.4.1997; 19.2.1999.

*Morgenavisen Jyllands-Posten*, 1.7.2000. "Sanktionerne: Lige nu – i Østrig".

*Morgenavisen Jyllands-Posten*, 9.9.2000. "Østrig-sagen: Østrig ind i varmen igen".

*Morgenavisen Jyllands-Posten*, 21.4.2001. "Ugens papir: Banco langt fra jackpot".

*Politiken*, 9.5.2001: "Salget af økovarer falder".

*Sonar/Morgenavisen Jyllands-Posten*, 9.10.1996; 23.6.1997.

## Om forfatterne

Jørgen Goul Andersen er professor ved Institut for Økonomi, Politik og Forvaltning, Aalborg Universitet, og medlem af forskningsledelsen for Magtudredningen. Hans seneste bøger inkluderer blandt andet *Democracy and Citizenship in Scandinavia* (2001, sammen med Jens Hoff), *Hvad folket magter* (2000, sammen med Lars Torpe og Johannes Andersen), *Marginalisering, integration, velfærd* og *Changing Labour Markets, Welfare Policies and Citizenship* (begge redigeret sammen med Per H. Jensen, 2001), og *Vælgere med omtanke* (1999, sammen med Johannes Andersen, Ole Borre og Hans Jørgen Nielsen).

E-mail: [goul@socsci.auc.dk](mailto:goul@socsci.auc.dk)

Mette Tobiasen er ph.d.-stipendiat ved Institut for Økonomi, Politik og Forvaltning, Aalborg Universitet. Hun arbejder med globalisering, politisk deltagelse, politisk identitet og demokrati.

E-mail: [tobiasen@socsci.auc.dk](mailto:tobiasen@socsci.auc.dk)

## Udgivelser fra Magtudredningen

### Bøger

Jørgen Goul Andersen, Peter Munk Christiansen, Torben Beck Jørgensen, Lise Togeby & Signild Vallgård (red.) (1999). *Den demokratiske = udfordring*. København: Hans Reitzels Forlag.

Peter Munk Christiansen, Birgit Møller & Lise Togeby (2001). *Den = danske elite*. København: Hans Reitzels Forlag.

### Skrifter

Erik Oddvar Eriksen (1999). *Is Democracy Possible Today?* Århus: Magtudredningen.

Ole Hammer & Inger Bruun (2000). *Etniske minoriteters indflydelses= kanaler*. Århus: Magtudredningen.

Jens Peter Frølund Thomsen (2000). *Magt og indflydelse*. Århus: Magtudredningen.

Jørgen Elklit, Birgit Møller, Palle Svensson & Lise Togeby (2000). *Hvem = stemmer – og hvem stemmer ikke?* Århus: Magtudredningen.

Jacob Gaarde Madsen (2000). *Mediernes konstruktion af flygtninge- og = indvandrerspørgsmålet*. Århus: Magtudredningen.

Karsten Vrangbæk (2001). *Ingeniørarbejde, hundeslagsmål eller hovedløs = høne? Ventetidsgarantier til sygehusbehandling*. Århus: Magtudredningen.

Søren Laursen (2001). *Vold på dagsordenen. Medierne og den politiske = proces*. Århus: Magtudredningen.

Jørgen Goul Andersen & Mette Tobiasen (2001). *Politisk forbrug og politi= ske forbrugere. Globalisering og politik i hverdagslivet?* Århus: Magtudredningen.