

Værdibaseret forbrug – et paraplybegreb

Tove A. Rasmussen

er lektor MSK ved Institut for Kommunikation, Aalborg Universitet. Hun forsker i forbrug, oplevelser og identitetsdannelse i sociale medier samt reality tv.

Maria Majdall

er cand. mag. i Kommunikation fra Aalborg Universitet 2011. Hun arbejder hos KMD A/S som document manager og projektmedarbejder med ansvar for kommunikation.

Såvel i den offentlige debat som i forskningsmæssig sammenhæng bruges en række forskellige termer for hensynstagende forbrug, der omfatter både hensyn til *det andet* i form af natur, miljø samt dyr og hensynet til *de andre* i form af mennesker. Det være sig økologisk, politisk og bæredygtigt forbrug med flere. Artiklen undersøger disse begreber i forskningslitteraturen, forholder definitionerne til hinanden og peger på forskelle og ligheder. Formålet med artiklen er for det første at undersøge, om de forskellige begreber er prægnante i forhold til fænomenet og for det andet at foreslå et paraplybegreb, der kan rumme de forskellige former for hensynstagende forbrug. Vi argumenterer således for, at begrebet værdibaseret forbrug meningsfuldt kan rumme de eksisterende begreber og samtidig åbne for jævnføring med andre ikke så ”politisk korrekte” former for forbrug.

Indledning

Traditionelt har den adfærdsorienterede forbrugerforskning primært beskæftiget sig med adfærden i selve købsituationen og forbrugers forskellige rationaler for købet, mens marketing arbejder med strategi til påvirkning af forbrugers købsbeslutning. Da vi anser

det hensynstagende og værdibaserede forbrug for at være både komplekse, ambivalente og meningsfulde hverdagslige handlinger, er det imidlertid den udvidede forbrugs- og forbrugerteori i form af Consumer Culture Theory (CCT), som teoretisk set er mest dækkende for vores formål (Arnould og Thompson, 2007). Forskningen i værdibaseret forbrug er overvejende præget af teorier om købsadfærd og rationelle modeller for beslutningstagen om end sociologiske og diskurs/praksisanalytiske studier er på vej frem (Caruna, 2007; Halkier, 2010; McEachern og Carrigan, 2012).

Når de samfundsvidenskabelige og kritiske tilgange formulerer deres kritik over for de markedsorienterede tilgange, sker det ofte på baggrund af analyser af forbrugers oplevelse af ambivalens og usikkerhed i de daglige forbrugshandlingers kontekstuelle praksisnærhed (Halkier, 2010; Connolly, 2008; Markkula og Moisander, 2011). Det værdibaserede forbrug er indvævet i en række andre hverdagslige handlinger, og det får sin betydning gennem en bred diskursiv formation, som i princippet rummer hele forbrugssamfundets virkemåder. Der er en lang række begreber og rationaler i spil i forhold til forbrugsformer, hvor forbrugeren tager hensyn til *andre* end sig selv, sin nærmeste familie og sine umiddelbare behov. Når artiklen vil afdække forskelle og ligheder mellem de forskellige definitioner og forsøger at opstille et dækkende paraplybegreb, skyldes det for det første, at uklarheden skaber forvirring for både forskning og offentlighed og for det andet, at specielt klimaproblemerne har skabt en øget kompleksitet i det hensynstagende forbrug. Disse forhold gør, at vi er nødt til at skærpe forståelsen af forbrugsformerne for både at kunne teoretisere og kunne agere praktisk som producenter, markedsførere og forbrugere.

Samtidig er det vigtigt at have for øje, at der ikke findes varer, der udelukkende kan opfattes som grønne, etiske og/eller politiske i forbrugsperspektiv. Varer er, netop fordi de er varer, også altid noget andet – faktisk er de først og fremmest noget andet. Vi køber fx kaffe, fordi vi er kaffetørstige og ikke i første omgang for at hjælpe kaffebønderne (Sørensen, 2007, s. 54).

Forbrugsformerne

Judy Rex gør i sin artikel "Getting it right – Is it Ethical, Environmental, Green or Sustainable Consumption?" opmærksom på, at der er brug for konsensus omkring, hvordan centrale begreber defineres: "As today's marketers work towards motivating and encouraging

'ethical', 'environmental', 'green', and 'sustainable' behaviors there is the need for consensus about the correct term(s) to use." (Rex, 2008, s.1). Caruana (2007, s. 288) beskriver ligeledes, at nøglebegreberne inden for feltet er blevet anvendt sidestillet uden tilstrækkelig refleksion om deres forskelle og ligheder. Markkula og Moisander redegør for, hvorledes begrebsdannelserne udgør sociokulturelle konstruktioner, og der eksisterer multiple, stadigt foranderlige og delvist modsætningsfyldte diskurser om bæredygtigt forbrug. De forskellige diskurser indgår i kampe om begreber, genstandsfeltet og subjektpositioner. "This struggle over meanings, we argue, may result in discursive confusion amongst consumers, leaving them bewildered and unclear...." (Markkula og Moisander, 2011, s. 106). Begreberne, som anvendes delvist sammenfaldende i litteraturen, er: grønt, økologisk, politisk, etisk og bæredygtigt forbrug. Begreberne lægger sig tæt op ad hinanden, og vi vil i det kommende afsnit kort præsentere hvert enkelt begrebs ophav. Efterfølgende vil vi perspektivere deres ligheder og forskelle.

Forbrugere, som især har det miljømæssige for øje, kan defineres som grønne forbrugere. Det vil sige, at forbrugeren udviser hensyn til det andet - miljøet og dyrene. Begrebet fik for alvor sit gennembrud med John Elkington og Julia Hailes' *The Green Consumer Guide* i 1988. Bogen guider forbrugeren i, hvilke produkter denne skal købe, og hvordan forbrugeren generelt skal agere i hverdagen for at være en god grøn forbruger. Elkington og Hailes definerer oprindeligt den grønne forbruger med udgangspunkt i, at vedkommende skal undgå produkter som:

- udgør en trussel mod forbrugerens og andres sundhed
- forårsager væsentlige skader på miljøet under fremstilling, brug eller som affald
- forbruger en urimelig mængde af energi under fremstilling, brug eller som affald
- skaber unødvendigt affald, enten på grund af overflødig emballage eller på grund af urimelig kort levetid
- indeholder materialer, der stammer fra truede dyrearter eller fra truede miljøer
- involverer unødvendig brug af - eller dyrplageri mod - dyr, hvad enten det gælder afprøvning af produkters giftighed eller til andre formål. (Elkington og Hailes, 1990, s.17-18)

En økologisk forbruger køber økologiske varer og produkter, som er fremstillet med minimal brug af tilsætningsstoffer og med særlig omtanke for både dyr og miljø. Formålet med økologi er at sikre og forbedre dyrevelfærden og passe på miljøet. Ø-mærket er det afgørende kendetegn for de økologiske varer i Danmark, og mærket blev godkendt af myndighederne i 1987. I forbindelse med økologisk forbrug ses både et hensyn til andre, til det andet i form af miljø og dyrevelfærd og til forbrugerens egennytte. "Økologisk landbrug og fødevarer giver et renere miljø, bedre dyrevelfærd og sundere fødevarer" (citat fra Økologisk Landsforening, www.Okologi.dk.)

Ifølge Connolly og Prothero (2008, s. 118) er grønt forbrug ofte et underbegreb under etisk og politisk forbrug, hvorimod økologisk forbrug ikke ses som noget særskilt. Dette fravær af det økologiske forbrug som en særlig form gør sig ofte gældende i den internationale litteratur. Der er desuden så mange sammenfald mellem grønt og økologisk forbrug, hvorfor vi vil slå disse begreber sammen til betegnelsen "grønt/økologisk forbrug". Vi bevarer det økologiske aspekt, fordi det fylder meget i en dansk kontekst. Vi vil derimod ikke umiddelbart rangere grønt/økologisk forbrug under etisk forbrug – mere herom senere.

Etisk forbrug blev "kickstartet" som begreb, da det første nummer af *Ethical Consumer Magazine* ramte gaderne i marts/april 1989. Premierenummeret bød på denne bredt favnende definition: "Etisk forbrug er kort sagt at købe ting, som er lavet etisk korrekt af virksomheder, som opfører sig etisk korrekt. Etik kan være en subjektiv betegnelse for både virksomheder og forbrugere, men i ordets sande betydning drejer det sig om ikke at skade eller udnytte mennesker, dyr og miljø. [...]" (ECRA, 1997, s. 22 citeret i Sørensen, 2005, s. 25). Ud fra ovenstående definition er der således tale om at tage hensyn til fjerne *de andre* og *det andet* og ikke et eksplicit hensyn til forbrugeren selv eller de nære andre som i forbindelse med økologisk forbrug. Den etiske forbruger vil i særlig grad være disponeret for mærket med Fair Trade.

Begrebet politisk forbrug blev præsenteret i Danmark af Institut for fremtidsforskning og Elsam i 1996. "Det politiske forbrug kan beskrives som en adfærd, hvor der i forbrugsvalget mellem producer eller produkter lægges vægt på bevidste holdninger eller værdier, der retter sig mod fællesskabet." (Sørensen, 2004, s. 14). I forsøget på at nå sit mål benytter den politiske forbruger sig i de tidlige år hovedsagelig af fravalg i form af boycott af bestemte pro-

dukter, producenter eller lande. Dette er fx set ved boycott af franske vine, da Frankrig genoptog deres atomprøvesprængninger eller ved boycott af Shell, da de i 1995 dumpede en olielagertank i Atlanterhavet. Den modsatte handling er at købe varer til, hvilket i dag er meget udbredt og benævnes buycott (Jacobsen og Dulrud 2007, s. 470). Både boycott og buycott benyttes af alle de værdibaserede forbrugsformer i dag.

Bæredygtighed skal i den oprindelige forståelse sikre de bedst mulige betingelser for mennesker og miljø både nu og i fremtiden. Brundtlandrapporten 'Our Common Future' (1987) understreger nødvendigheden af en bæredygtig adfærd for at opfylde de nuværende generationers behov uden at skade fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov. I en oversigtsartikel hos *International Journal of Consumer Studies* temanummer omhandlende "Sustainable Consumption" pointerer Peattie og Collins (2009), at bæredygtighed i dag nærmest er umuligt at definere, idet begrebet er blevet taget til indtægt for mange forskellige tolkninger og definitioner, hvoraf nogen er modstridende. Det ser vi i Danmark med fx landbrugsforeningen Bæredygtigt Landbrug, som omfatter det konventionelle landbrug, hvor det bæredygtige hovedsageligt kan tolkes som den forretningsmæssige bæredygtighed. De bæredygtige forbrugere kan ideelt set defineres som forbrugere, der handler ud fra princippet om at "redde verden", hvor hensynstagenet er rettet mod *de* (nuværende og kommende) *andre*. For at dette bliver muligt, fordrer det et hensyn til *det andet* i form af miljø og dyr.

Ligheder og forskelle

Helt grundlæggende er forbrugertyperne ens på ét centralt punkt: de er hver især centreret omkring hovedmotiver, der er større end individet selv. Forbrugerens to vigtigste redskaber til at efterfølge sine motiver og opnå sine mål er til- og fravalg af bestemte varer og ydelser. Implicit i dette til- og fravalg og fokuset på forbrugere hovedmotiver ligger et krav om, at forbrugeren skal være *bevidst* og dermed refleksiv om, hvorfor han handler, som han gør (Sørensen, 2004, s.14). En forbruger, der ubevidst på grund af en uvis vane hiver en miljøvenlig vare ned fra hylden, kan altså ikke umiddelbart betragtes som hensynstagende forbruger. Motivet kan således siges at være den bagvedliggende bevidste intention, der fører til en given handling. Set i lyset af forbrugets kompleksitet i hverdagen må disse betragtninger om intentionalitet samtidig ses

nuanceret i forhold til konteksten, som vi fx ser det hos Jacobsen og Dulsrud, der pointerer: "Ethical-political virtues often have to be compromised against other obligations and highly legitimate concerns, framing the actual options available for choice" (Jacobsen og Dulsrud, 2007, s. 477). Når værdibaserede varer er signifikant dyrere end konventionelle varer vil der være en række praktisk og økonomiske rationaliteter, som sætter det dyrere køb i relief. Der kan ligefrem fremkomme en modsætning mellem den "højere" etik i at tage hensyn til de fjerne andre/det andet og det nære moralske hensyn til ens egen familie.

Nedenstående skema opridser de forskelle og ligheder mellem de forskellige forbrugsformer, som vi har lokaliseret indtil videre.

	Grønt forbrug	Etisk forbrug	Politisk forbrug	Bæredygtigt forbrug
Overordnet hovedmotiv	At forbruge under hensynstagen til andre og/eller andet ved bevidst at undgå varer eller produkter, der kan have negative indvirkninger på miljøet, gøre skade på andre mennesker eller dyr og/eller tilvælge de, der har en positiv eller neutral effekt			
Eksplícitte formål	<ul style="list-style-type: none"> • Begrænse negative indvirkninger på miljø • Begrænse mishandling af dyr 	<ul style="list-style-type: none"> • Begrænse skade på mennesker • Begrænse negative indvirkninger på miljø • Begrænse mishandling af dyr 	<ul style="list-style-type: none"> • Begrænse skader på mennesker • Begrænse negative indvirkninger på miljø • Begrænse mishandling af dyr • Fremme et politisk mål • Gøre noget godt for kollektivet • Påvirke andre aktørers handlemåde 	<ul style="list-style-type: none"> • Begrænse skader på mennesker • Begrænse negative indvirkninger på miljø • Begrænse mishandling af dyr
Implicitte formål	<ul style="list-style-type: none"> • Begrænse skade på mennesker • Gøre noget godt for kollektivet • Påvirke andre aktørers handlemåde 	<ul style="list-style-type: none"> • Gøre noget godt for kollektivet • Påvirke andre aktørers handlemåder 		•"Redde verden"
Hensyn	Miljø og dyr prioriteres fremfor mennesker.	Prioriteres ikke. Prioriteringen overlades til forbrugeren.	Prioriteres ikke. Prioriteringen overlades til forbrugeren.	Prioriteres ikke. Prioriteringen overlades til forbrugeren. Mennesker prioriteres i den traditionelle definition

Selv om det på nuværende tidspunkt fremstår lidt mere tydeligt, hvad forbrugstyperne dækker over, mangler vi fortsat at svare på spørgsmålet, om de forholdsvis små forskelle overhovedet berettiger begrebernes eksistens og brug i litteraturen? For at besvare dette har vi igen brug for at tage udgangspunkt i hovedmotiverne.

Som vi tidligere har slået fast er politisk forbrug unikt i forhold til både grønt/økologisk, etisk og bæredygtigt forbrug, fordi dets eksplícitte hovedmotiv er at fremme et politisk mål. Men hvordan står det så til med grønt/økologisk, etisk og bæredygtigt forbrug – er disse begreber signifikante og dermed berettigede hver især? Vi ser, at etiske forbrugere har mere vidtrækkende bekymringer end grønne/økologiske forbrugere, som primært interesserer sig for *det andet* og ikke for *de andre*. Grønne og økologiske forbrugere er således optagede af miljøproblemer, der kan løses på et socialt og ofte lokalt plan, mens etiske forbrugere handler med rod i flere og mere vidtrækkende problemer – herunder fx arbejdsforhold i 3. verden.

For bæredygtigt forbrug gælder, at begrebet har udviklet sig til at være meget omfattende – så omfattende, at det potentielt kunne rumme alle de øvrige begreber i sig. Der kan lokaliseres følgende tre tilgange til bæredygtighed (Peattie og Collins, 2009, s.112):

- Status Quo, hvor nuværende forbrugsmønstre opretholdes ved hjælp af fx energirigtig teknologi – fx hybrid-biler
- Reformtiltag, som finder nye og signifikante produkter og ydelser – fx omlægning fra privatbil-trafik til kollektiv trafik
- Transformation, hvor nye samfundsformationer og infrastrukturer skabes – fx i form af byer med minimal afstand mellem arbejde og hjem
- (Og parentetisk som vor egen tilføjelse: bæredygtig økonomi)

Problemet med begrebet bæredygtighed er altså, at det er blevet meget bredt og samtidig betydningsmæssigt "foruren" af sin forskelligartede anvendelse, som vi så det med foreningen Bæredygtigt Landbrug. Når det konventionelle landbrug tilskriver sig bæredygtighed, låner man af begrebets positive værdiladning og drejer det samtidig over mod det økonomiske aspekt. Derved bliver begrebet undermineret og på sigt ikke-prægnant for det fænomen, som oprindeligt var givet i Brundtland rapporten.

Med udgangspunkt i ovenstående mener vi således foreløbigt at kunne konkludere, at de eksisterende begreber om forbrugstyperne

har deres berettigelse i litteraturen, da de rent faktisk adskiller sig på nogle essentielle - omend ikke for det blotte øje helt gennemskuelige punkter:

- Grønt/økologisk forbrug er primært orienteret med hensyn til *det andet* – miljø og dyr
- Etisk forbrug vedrører primært hensynet til *andre* mennesker her og nu, men også miljø og dyr er vigtigt
- Bæredygtigt forbrug er i sin oprindelse mest vidtrækkende, idet hensynet vedrører kommende generationer og dermed omfatter *de andre (os selv)* og *det andet* på lang sigt. Begrebet er meget bredt anvendt, betydningsmæssigt forurenede og potentielt ikke prægnant i fremtiden
- Politisk forbrug forsøger eksplicit at påvirke andre aktørers handlemåde med formålet om at fremme et politisk mål

Værdibaseret forbrug

Begrebet værdibaseret forbrug forsøger at samle de forskellige former for moderne hensynstagende forbrugeradfærd under én paraply. Begrebet vil omfatte alle ovenfor behandlede typer af forbrugs-handlinger, hvor forbrugeren ud over hensynet til sig selv handler med hensynstagen til de andre og/eller det andet. Andre forsøg på at indramme de hensynstagende forbrugsformer er fx moralsk forbrug (Caruna, 2007), ansvarligt forbrug, (Nil Ozcaglar-Toulouse, 2007) og alturistisk forbrug (Lipovetsky, 2005). Værdibaseret forbrug handler ikke kun om aktuel såkaldt "politisk korrekt" adfærd; det omfatter fx også visse typer af religiøst orienteret forbrug i fx buddisme samt nationale værdier, som når fx kampagnerne Køb Dansk eller "patriotisk shopping" (Soper, 2008) i krisetider advokerer for samling om køb af nationale produkter. Forståelsen af værdibaseret forbrug omfatter ikke umiddelbart brand-værdier, som i øvrigt er godt dækket af begreber inden for fx symbolsk forbrugsteori og CCT. Det skal tilføjes, at symbolsk forbrug selvfølgelig indbefatter værdier og kulturel mening om fx "det gode liv" (Caruna, 2007, s. 290), men disse værdier tager ikke sigte på hensyn til andre/det andet.

Når fx børnefamilier køber økologisk af hensyn til egen og egne børns sundhed, er det en forbrugsform, som ligger i en gråzone i forhold til forståelsen af værdibaseret forbrug: Hensynet til de andre er begrænset til de nære andre, som familien udgør. Denne problematik er et tilbagevendende diskussionspunkt i forhold til

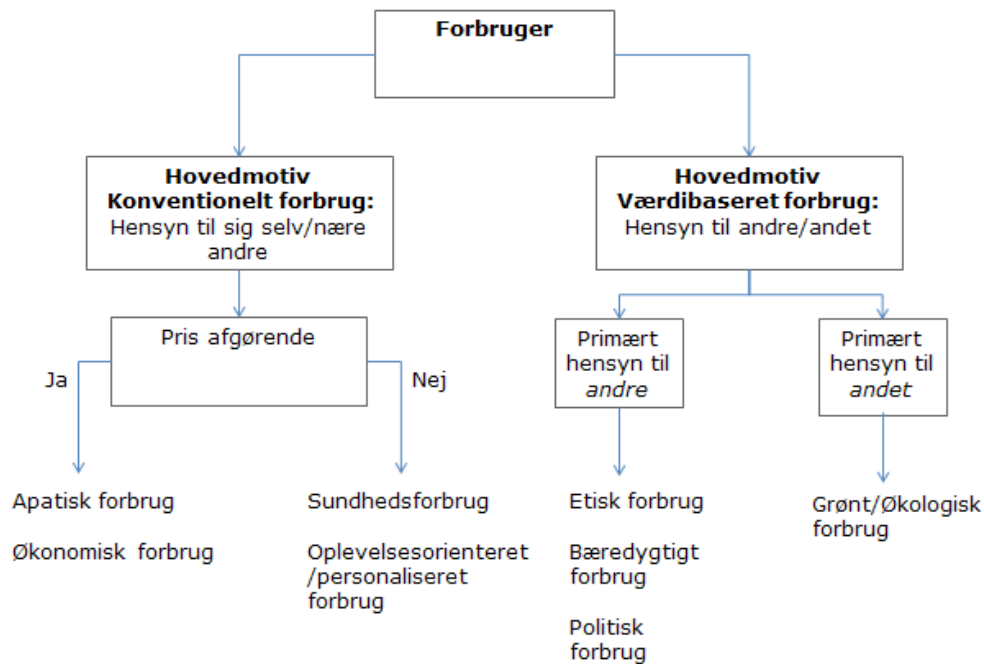
økologisk forbrug, hvor værdier vedrørende sundhed kvantitativt set overgår værdier vedrørende miljø og dyrevelfærd i en dansk kontekst (Beckmann, 2001). Sundhed kan være relevant i forbindelse med værdibaseret forbrug, når sundhedsværdierne vedrører de andre i form af fx hensyn til befolkningens velbefindende. Samfundsmæssigt er sundhedsværdierne imidlertid knyttet stærkt til problemstillinger om velfærdssamfundets økonomiske ressourcer, men der findes potentielt et hensynstagende element, som kan omfatte hensynet til de andre på sigt. Det vil være op til analyse af konkrete forbrugsformer og værditilknytninger at bestemme et evt. værdibaseret sundhedsforbrug.

Anledningen til at bringe et samlende begreb som værdibaseret forbrug i spil i relation til det hensynstagende forbrug er således, at det vil kunne bringe teoretisk og begrebsmæssigt klarhed, hvis forbrugsformen kan kategoriseres med én term, og hvor der måtte være mindre forskelle, kan det angives som forskelle i underkategorier. Det vil således være hensigtsmæssigt at have et underbegreb, som klart rummer hensynet til *de andre* (etisk forbrug), et underbegreb der rummer hensynet til *det andet* (grønt/økologisk forbrug), et begreb som potentielt rummer begge dele (bæredygtigt forbrug) samt et udvidet begreb om politisk forbrug, som knytter an til fx borgerskabstanken (Micheletti og Stolle, 2012) og menneskerettigheder på globalt plan.

Forholdet mellem shopping og politik ses i den mest udfoldede aktuelle udgave af politisk forbrug som en forbrugs-politik, der handler om at indvirke på den globale markedskapitalisme og menneskerettighederne i spillet mellem nord og syd (Micheletti og Follesdal, 2007). Begrebet "Political Consumerism" har et stærkt fokus på de andre; og meget eksplicit her forstået som *de fjerne andre*. På sigt kan det udvidede begreb om politisk forbrug muligvis indoptage både det betydningsmæssigt svækkede begreb om bæredygtighed og begrebet om etisk forbrug.

Vi forsøger med nedenstående figur at illustrere de hensynstagende forbrugstypers relation samt deres placering i forhold til andre typer:

- den økonomiske shopper
- den personaliserende shopper
- og den "apatisk" shopper (Hewer og Campbell, 1997 citeret i Falk og Campbell, 1997, s. 87).



Den første type går udelukkende efter pris og kvalitet, den personliserende shopper går primært efter oplevelsesværdier, mens den apatiske forbruger handler ud fra praktisk nødvendighed. Hewer og Campbells fjerde type er den etiske shopper, som agerer på baggrund af moralske overvejelser – denne type dækker på et generelt plan vores samlende begreb om det værdibaserede hensynstagen- de forbrug. Typerne hos Hewer og Campbell er baseret på Gregory P. Stones klassiske sociologiske studie af over 100 kvinders forbrugsmønstre.

Afsluttende bemærkninger

Med udgangspunkt i ovenstående mener vi at kunne argumentere for, at de forskellige forbrugstyper er prægnante i forhold til fæno- menet, da de rent faktisk adskiller sig på nogle essentielle omend ikke helt tydelige punkter. Derudover tilbyder værdibaseret forbrug et paraplybegreb, der gør det muligt at kategorisere alle forbrugere, som bevidst forbruger ud fra et specifikt hensynstagen til andre og/ eller andet end sig selv og sine nærmeste. Herunder kan der arbej- des med forbrugsformer, som ikke er ”politisk korrekte”. Den tradi- tionelle positive værdiladning i alle de behandlede begreber kan ses som et validitetsmæssigt problem for forskningen, hvis ambiva-

lenser og kritik eller ignoreres af politiske grunde. Der har netop i de seneste år været rejst kritiske røster, som peger på, at politikerne overlader for meget af ansvaret for miljø og klima til forvirrede og ambivalente forbrugere (Makkula og Moisander, 2011, Jacobsen og Dalsrud, 2007).

Ydermere foreslås en opdeling i generelle og mere specifikke begreber om hensynstagende forbrugsformer, da det er nødvendigt i forhold til at begribe den kompleksitet og ambivalens i det værdimæssige forbrug, som er fremprovokeret af blandt andet klimakrisen. Specielt de klassiske grønne/økologiske værdier om miljø og dyrevelfærd kommer under pres fra hensyn til både fremtidens natur og mennesker, hvor transport og energi i det hele taget udgør et stort klimamæssigt problem. Det økologiske valg er fx ikke altid det rigtige valg set i forhold til det fysiske miljø på langt sigt, og her kan fx hensynet til den nære natur blive fravalgt i den konkrete situation. Det gælder fx et valg mellem at købe økologiske tomater fra Spanien eller konventionelle tomater fra Danmark, hvor CO2 regnskabet for transporten kan veje tungere end hensyn til det lokale miljø.

Det er dog også vigtigt at understrege, at der altid er en principiel selvopretholdende eller "egoistisk" dimension i alle typer af forbrug, idet alle typer af forbrug har en motivation, der vedrører et behov hos forbrugeren – hvad enten dette udspringer af nødvendighed som fx, at der skal mad på bordet eller af livsstilmæssige eller oplevelsesmæssige (selv)realiseringer. Det værdibaserede forbrug ser vi derfor som menings- og identitetsskabende handlinger i den hverdagslige livssituation, hvor stigende kompleksitet medfører nye former for betydninger og ambivalenser i den daglige "forbrugsjungle".

Referencer

- Arnould, E. og C. Thompson, 2007. Consumer Culture Theory (and we really mean theoretics), *Research in Consumer Behavior*, 11, s. 3-22.
- Beckmann, S. et al., 2001. *Danske forbrugere og økologiske fødevarer*, Handelshøjskolens Forlag: København.
- Broström, M., og M. Klintman, 2009. The green political food consumer – a critical analysis of the research and policies, *Anthropology of food*, s. 5.
- Caruna, R., 2007. A sociological perspective of consumption morality, *Journal of Consumer Behavior*, 6, s. 287-304.
- Connolly, J. og A. Prothero, 2008. Green Consumption: Life-politics, risk and contradictions, *Journal of Consumer Culture*, 8 (117), s. 117-145.

- Elkington, J. og Hailes, J., 1988. *The Green Consumer Guide*. Victor Gollancz: London.
- Halkier, B., 2010. *Consumption Challenges – Food in Medialised Everyday Lives*. VT: Ashgate, Burlington.
- Hewer, P. og C. Campbell, 1997. Appendix – research on shopping - a brief history and selected literature. I: P. Falk og C. Campbell, eds. *The Shopping Experience*. Sage: London.
- Internationalt Center for Forskning i Økologisk Jordbrug og Fødevarer, 2001. *Økologiske fødevarer og menneskets sundhed*. [pdf] Tjele: Forskningscenter for Økologisk Jordbrug: Available at: http://www.icrofs.dk/Sider/Publikationer/pdf/vidensynteser/Fodevarer_sundhed_Rap_14.pdf [Accessed 16 juli 2012].
- Jacobsen, E. og A. Dalsrud, 2007. Will consumers save the world? The framing of political consumerism, *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 20, s. 469-482.
- Lipovetsky, G., 2005. *Hypermodern Times*. Polity Press: Cambridge.
- McEachern, M. G. og M. Carrigan, 2012. Revisiting contemporary issues in green/ethical marketing: An introduction to the special issue, *Journal of Marketing Management*, 28:3-4, s. 189-194.
- Markkula, A., og J. Moisander, 2012. Discursive Confusion over Sustainable Consumption: A Discursive Perspective on the Perplexity of Marketplace Knowledge, *Journal of Consumer Policy*, 35, s. 105-125.
- Micheletti, M., og A. Follesdal, 2007. Shopping for Human Rights. An Introduction to the Special Issue, *Journal of Consumer Policy*, 30, s. 167-175.
- Micheletti, M., og D. Stolle, 2012. Sustainable Citizenship and the New Politics of Consumption, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 644, s. 88-120.
- Ozcaglar-Toulouse, N., 2007. Living for “ethics: Responsible consumption in everyday life, *Research in Consumer Behavior*, 11, s. 421-435.
- Peattie, K. og Collins, A., 2009. Guest editorial: Perspectives on Sustainable Consumption, *International Journal of Consumer Studies*, 33, s.107-112.
- Rex, Judy, 2008. Getting it right – Is it Ethical, Environmental, Green or Sustainable Consumption? In: ANZMAC (Australian & New Zealand Marketing Academy Conference), *Shifting focus from the mainstream to the offbeat*. Sydney, 1-3 December 2008.
- Soper, K., 2008. Alternative Hedonism, Cultural Theory and the Role of Aesthetic Revisioning, *Cultural Studies*, 22, s. 567-587.

Værdibaseret forbrug – et paraplybegreb
Tove A. Rasmussen og Maria Majdall

Sørensen, M.P., 2004. *Den politiske forbruger i det liberale samfund*. Hans Reitzels forlag: København.

The World Commission on Environment and Development, 1987. *Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future (A/42/427)*, Oxford University Press: Oxford.