

TUDATOSAN VAGY KÉNYELMESEN? ÉLELMISZER VÁSÁRLÁSI SZOKÁSOK ALAKULÁSA A KÖRNYEZETVÉDELEM JEGYÉBEN

Dr. Tamus Antalné¹ - Saáry Réka²
¹főiskolai tanár, ²tanszéki mérnök

Károly Róbert Főiskola
tamusne@karolyrobert.hu, rsaary@karolyrobert.hu

1. BEVEZETÉS

A fenntartható fejlődés a termékek és szolgáltatások előállításán kívül azok fogyasztása területén is komoly követelmények elé állítja a mai modern társadalmat. A fogyasztás mértékével, illetve összetételével kapcsolatban a legfontosabb kérdés a társadalom felkészültsége, ismerete és szándéka a környezetet legkevésbé károsító megoldások területén.

Jelen tanulmány a fogyasztás egyik jelentős tényezőjét, az élelmiszervásárlási döntéseket vette górcső alá a környezettudatosság aspektusából. Az élelmiszervásárláshoz kapcsolódó kockázatok feltérképezése során arra törekedtünk, hogy meghatározzuk a környezetet károsító technológiák, csomagolások helyzetét a fogyasztó által észlelt kockázatok rendszerében. Vizsgáltuk továbbá a vásárlási kockázatok csökkentését célzó magatartás hatását a környezettudatosságot befolyásoló tényezők (Zsóka 2007) körében.

Végezetül az élelmiszervásárlási trendek manifesztálódása alapján megkíséreltük elhelyezni a mai magyar társadalmat, a gazdasági fejlettség szerint a Padberg-Ritson- Albisu (1997) szerzők által felállított modellben (Lehota 2004).

A tanulmányban szereplő eredmények, következtetések egy önálló – három korcsoportot vizsgáló – kvalitatív kutatás eredményei alapján születtek.

2. ANYAG ÉS MÓDSZER

A kutatási céljainkat a bevezetőben meghatározott témakörök mentén állítottuk össze. A kutatáshoz kapcsolódó mini fókuszcsoportos interjúkat 2010 júniusában a Károly Róbert Főiskola területén bonyolítottuk le.

A három különböző generáció bevonása a kutatásba lehetőséget biztosított arra, hogy az egyes korcsoportok attitűdjét, viselkedését egymáshoz viszonyítva is megvizsgáljuk. *Kiinduló feltételezésünk az volt, hogy a fiatalabb generációk, a környezeti nevelés elterjedésének köszönhetően egyre környezettudatosabbak* (Kovács 2006).

Közvetett kvalitatív – kártyaválogatós – technikával arra kerestük a választ, hogy spontán módon megjelenik-e a környezettudatosság, a környezetvédelem iránti igény a vásárlási döntéshozatal során. Megvizsgáltuk, hogy az interjúalanyok hogyan viszonyulnak az egyes vásárlási kockázati tényezőkhöz, és azon belül milyen súllyal jelenik meg a környezetvédelem.

A szekunder kutatások alapján feltételeztük, hogy a környezettudatos attitűd és a magatartás, cselekvés között jelentős különbségek mutatkoznak, valamint úgy gondoltuk, hogy a kutatás során tetten érhetővé válnak a témához kapcsolódó valós illetve kinyilvánított preferenciák közötti eltérések.

Az interjúk során kitértünk a környezettudatos viselkedés megvalósulásának korlátaira és megoldási lehetőségeket illetve felelősöket kerestünk, amelyek, illetve akik képesek az egyén és a társadalom ezen a területen mutatott teljesítményét, elkötelezettségét növelni.

3. A KÖRNYEZETTUDATOS FOGYASZTÁS

A környezeti tudat (környezettudat) az egyének és a társadalom környezeti értékrendje, melyet a környezetről alkotott tudás és a morális meggyőződés alakít ki (Kovács 2006). A környezeti tudat teszi lehetővé a problémák megértést, a tettek következményeinek felmérését, feltárja a korlátokat és meghatározza a társadalom szándékait a környezet formálásával kapcsolatban.

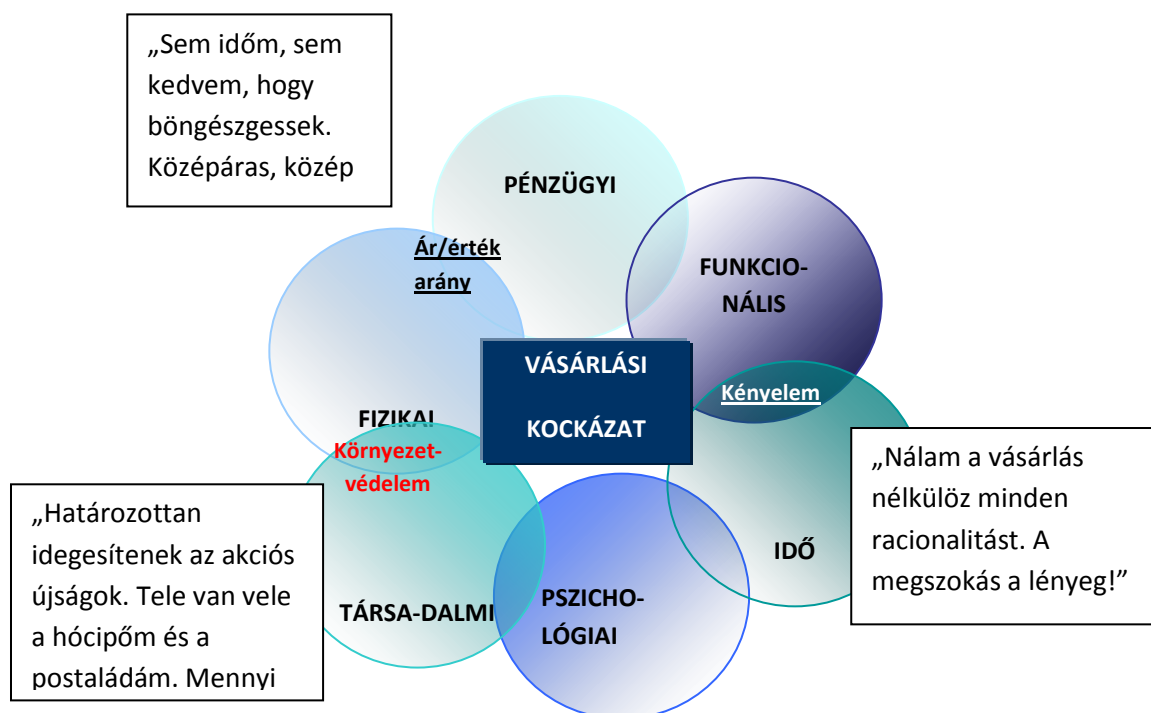
A környezettudatosság konkrét cselekvési szándék, magatartás, amely külső és belső tényezők bonyolult rendszerében valósul meg. A környezettudatosság kialakulása genetikai, pszichológiai-mentális illetve tanult komponensekre vezethetőek vissza (Kovács 2006). Hines és szerzőtársai a belső személyiségi szempontok mellett kiemelik az ismeret jelentőségét, ezen belül a környezeti problémák és a cselekvési stratégiákra vonatkozó tájékozottságot (Hines et al 1986). Ennek megfelelően tehát a környezeti tudat egyik alapfeltétele a környezettudatosság kialakulásának.

A fenti modell szerint *a cselekvési szándék ugyanakkor nem vezet feltétlenül környezettudatos cselekvéshez*, mert úgynevezett szituációs tényezők és ezen belül a vásárlási kockázatok csökkentésére irányuló magatartás sok esetben ellene hat.

4. KÖRNYEZETVÉDELEM, A VÁSÁRLÁSI KOCKÁZATOK RENDSZERÉBEN

A vásárlási döntések, a fogyasztói magatartás szakirodalma a kockázati tényezőket rendszerint fizikai, funkcionális, pénzügyi, társadalmi/szociális és pszichológiai csoportokba sorolja. Az élelmiszerfogyasztásra, és ezen belül elsődlegesen a vásárlásra vonatkozóan jelenik meg a kutatásokban az idő (Lehota 2006), mint lehetséges kockázatváltozó, amely a konkrét a vásárlással töltött időn túl az információszerzéssel, értékeléssel töltött időt, mint az elért értéket csökkentő tényezőt vizsgálja.

A kockázati tényezők súlya, illetve a csökkentésükre irányuló attitűd dinamikusan egyénenként, vásárlásonként változik a belső és külső tényezők keretrendszerében. Kvalitatív kutatásunk alapján az egyes válaszok gyakorisága illetve a válaszok homogenitás alapján határoztuk meg a kockázati tényezők súlyát az élelmiszervásárlási döntések során. A vizsgálatot segítette a kockázatokat leíró állítások között elosztott konstans összeg módszer is. (1. ábra)



1. ábra: A kockázati tényezők az élelmiszervásárlás folyamán
 Forrás: saját, kvalitatív kutatás alapján, 2010

A boltválasztás esetében az idő és a kényelmi tényező (közel van, útba esik) volt a domináns elem a döntéshozatalnál. Meglepő módon az ár és azon belül is elsősorban a minőség/ár arány elsődlegesen a fiatalabb korosztály körében került előtérbe. A termékválasztás esetében

kiemelt helyen említették a résztvevők a frissesség, minőség (mint fizikai jellemző) fontosságát, az összetételt és az egészségre gyakorolt hatást elsősorban az idősebb interjúalanyok emelték ki.

Habár a kártyaválogatás során, ahol környezetbarát technológiával előállított illetve hagyományos termékek, valamint csomagolt illetve csomagolatlan termékek közül választhattak a résztvevők nem jelent meg a környezettudatosság, mint döntési kritérium, a vásárlás tervezésére illetve kivitelezésére vonatkozó előkészületek kapcsán, az akciós újságok valamint a nylon zacskók említésekor, a résztvevők közel fele utalt arra, hogy környezetvédelmi szempontból nem szívesen használja ezeket az eszközöket.

Az egyéb kockázati tényezőktől eltérően a környezetszennyezéssel kapcsolatos kockázatészlelés, a korábban definiált környezeti tudat elsősorban társadalmi szinten, közösségi kockázatészlelés formájában manifesztálódik. Ilyen formán indokolttá válik a környezettudatos magatartást a társadalmi felerősítés elmélet illetve a társadalmi küzdőtér (aréna) megközelítés (Lehota 2006) aspektusából is vizsgálni. Az első esetben a kiinduló pont az, hogy a témában érintett érdekcsoportok (vállalatok, kereskedelmi láncok, média) felerősítik a társadalom környezeti kockázatészlelését és ezzel párhuzamosan a pozitív magatartás irányába terelik a közösséget és az egyént egyaránt. A másik megközelítésben a társadalmi küzdőtéren az érdekcsoportok összecsapása határozza meg a fejlődési irányokat és ez hat a közösség és az egyén viselkedésére.

A kutatás során, az egyéni felelősség hátrítása kapcsán, többször előkerült a közösség, az érintettek és a társadalom szerepvállalása egyaránt. A környezettudatos magatartás megvalósítását korlátozó tényezők egyik fontos elemeként több résztvevő a gyártók és a kereskedelem felkészületlenségét hangsúlyozta, de utalt a média felelősségre is. "Nem részemről van korlát, hanem a gyártók nem adják meg a lehetőséget. Például a kóla nincs visszaváltható csomagolásban...Nincs megfelelő tájékoztatás, konkrétumokat szeretnék látni, hogy miért érdemes környezettudatosnak lennem, mi ennek a hozadéka." (Gábor, 26-45)

Egyöntetű volt a válaszadók véleménye a társadalom, mint makrokörnyezet megítélés tekintetében. Feltételezésünk, mely szerint, ha másért nem, de a társadalmi elvárásoknak való megfelelés kényszere miatt, eltérések lesznek a valós és a kinyilvánított preferenciák között a környezettudatosságot illetően, megdőlni látszik. Az interjúalanyok korosztályra való tekintet nélkül úgy nyilatkoztak, hogy szerintük *nem társadalmi elvárás a környezettudatos viselkedés*. Az idősebbek a környezetet, mint negatív külső befolyásoló tényezőt határozták meg, amely nemhogy jó irányba terelné az egyént, hanem a már csírájában megjelenő törekvéseket elnyomja vagy ellehetetleníti. A társadalmi érdektelenségből aztán egyenesen következik az egyén érdektelensége, szkepticizmusa az egyéni szerepvállalás fontosságát illetően. „Az emberek nem is akarnak változtatni az ilyen szokásaikon. Van egy adott életritmus, életstílus adott lakhelyen. ... *Az én kis szemetem nem lesz világprobléma.*” (Laci, 18-26).

Még mielőtt azonban elmélyülnénk a környezettudatos magatartás meg nem valósulását alakító tényezők körében, lássuk, egyáltalán mennyire tartják önmagukat környezettudatos vásárlónak a válaszadók.

5. KÖRNYEZETVÉDELEMMEL KAPCSOLATOS ATTITÚDOK, KÖRNYEZETTUDATOS MAGATARTÁS

Kutatásunk során a környezeti tudatot illetve a tudatosságot direkt kérdések segítségével vizsgáltuk. A fókuszcsoportok tagjait arra kértük, hogy határozzák meg saját környezetvédő teljesítményüket - élelmiszervásárláshoz kapcsolódóan – a képzeletbeli 100%-os teljesítményhez viszonyítva. A 100%-osan környezettudatos vásárló jelen esetben mind az előállítási technológia, mind a csomagolás területén környezetvédelmi szempontok szerint dönt, a tudatos viselkedésért a pénz, a kényelem illetve az időráfordítás tekintetében akár áldozatokra is hajlandó. Az interjúalanyoknak indokolni kellett a saját indexük értékét. Kvalitatív kutatás lévén, nem lehet messzemenő következtetéseket levonni az indexértékek alakulásából, mégis figyelemreméltó, hogy a százalékok jelentős eltérést mutattak az egyes korcsoportok esetében. A csoportokon belül ugyanakkor viszonylag nagy a homogenitás.

1. táblázat

Környezettudatos élelmiszervásárlás indexértékének alakulása korcsoportonként

Név	Kor-csoport	Index	Átlag	Idézetek
Kitti	18-26	20%	16%	"Zacskót, papírtasakot vittem magammal" "Egyáltalán nem figyelek erre. Még nem foglalkozom ezzel."
Judit		15%		
Anett		23%		
Éva		20%		
Laci		0%		
Móni	27-45	30%	18%	"Nem teszek meg mindent. Bio hulladékzsákot választom például. Nem mindig veszek zacskót."
Gábor		10%		
Vera		30%		
Magdi		10%		
Andrea		10%		
Attila	45+	30%	60%	"Minden szinten oda figyelek, fémdobozos dolgokat nem is veszek!" "Műanyag edényt viszek tejfölnek, túrónak, üveget viszek tejnek. Közel van a piac, nem jelentet gondot. Nagyon régóta így vásárolok."
Enikő		80%		
Judit1		50%		
Judit2		50%		
Zsuzsa		60%		
Györgyi		90%		

Forrás: saját, kvalitatív kutatás, 2010

Az értékítéletek viszonylagos egyezősége az egyes fókuszcsoportos beszélgetések során, valószínűleg a csoporthatásra vezethető vissza. Nem elhanyagolható viszont az a tény, hogy a két fiatalabb korcsoport közel azonos átlagos indexet határozott meg a környezettudatosságot illetően, míg az idősebb résztvevők esetében kirívóan magas értékek hangoztak el, és ennek megfelelően magas átlag született. A közvetett technikák alkalmazása során kapott eredmények illetve a direkt kérdésekre adott válaszok egyaránt alátámasztották azt, hogy ezen generáció képviselői valóban jóval tudatosabban vásárolnak, több figyelmet fordítanak a

környezetvédelemre, mint fiatalabb társaik. Az eredmények megerősítésére álljon itt néhány idézet a nylonzacskó-használat megítélésével kapcsolatban:

„... sokszor nem kérek nylonzacskót, van nagy táskám, ingyen sem kell a zacskó!” (Attila, 45+)

„Támogatom, hogy a nylonzacskó pénzbe kerül. Hozzá kell járulni a környezetvédelemhez. Van nálam textil szatyor vagy a kocsiba pakolok.” (Enikő, 45+)

Ezzel szemben a fiatalok közül többen érdektelenségről, szkepticizmusról tettek tanúbizonyságot a témát illetően: „Beletörődtem, hogy ennyibe kerül, szóval kifizetem az árát. Most már a nagy zöld táskák gyűlnek.” (Gábor, 27-45)

„Egy ekkora hipermarket kedveskedhetne ennyivel a vásárlóknak!” (Éva, 18-26)

5.1.A környezettudatos vásárlás korlátai

A környezetvédelem, a vásárlási döntések kockázatainak hierarchiájában meglehetősen hátra sorolódott, ennek megfelelően ezen kockázat csökkentésébe, a vásárlók viszonylag kis energiát fektetnek. A beszélgetések alanyai, miután kinyilvánították, hogy ez irányú magatartásuk radikális változtatására nem készülnek, sorolni kezdték azon tényezőket, amelyek korlátozzák őket a környezettudatos vásárlás megvalósítását.

Az említett korlátokat a Hines és szerzőtársai (1986) által felállított, a környezettudatos magatartást befolyásoló tényezők modelljébe helyezve az alábbi külső és belső tényezők jelentek nagyjából azonos súllyal (Zsóka 2007). Megfigyelhető, hogy az egyes említésekben markáns eltérések nem jelentkeztek a korcsoportok között. (2. táblázat)

A környezettudatos élelmiszervásárlás korlátai

Belső tényezők		Külső tényezők	
Személyiségi szempontok	"Kényelmes csomagolt terméket vásárolnom, az eláll három hétig, eszembe sem jut, hogy ezzel szennyezem a környezetet."	Kínálat	"Nem részemről van korlát, hanem a gyártók nem adják meg a lehetőséget."
	"Lustaság. Macerás. Nem hiszem, hogy van értelme. Én szerintem nem működik igazán, nem nőttünk fel hozzá."	Tájékoztatás hiánya	"Nincs megfelelő tájékoztatás, konkrétumokat szeretnék látni..."
Ismeret	"Minket nem neveltek környezettudatosan!" „Az emberek döntő többsége nincs tudatában annak, hogy a kidobott dolgoknak milyen súlya van.”	Negatív társadalmi befolyás	"Rossz társadalmi beidegződés. A barátnőm furcsán nézett rám, amikor újrahasznosítottam a nylonzacskót.”
Képesség	"Ahol vásárolok, ott nem tudok környezettudatosabb lenni."	Ár	"A környezetkímélő termékek sokszor drágábbak."

Forrás: saját, kvalitatív kutatás, 2010

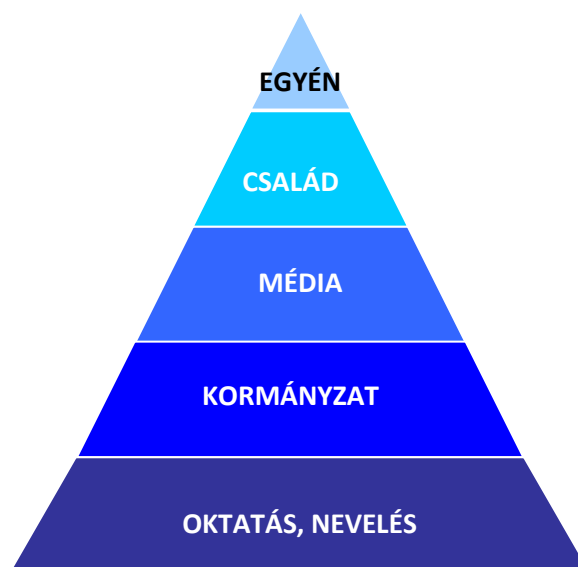
A felsorolt korlátozó tényezők rendre besorakoznak a vásárlási kockázatok rendszerébe, és mint ilyen, egyértelmű előnyt élveznek a környezetvédelemmel szemben. Az idő és a funkcionális kockázat csökkentését érdekében a válaszadók a kényelmes, praktikus, könnyen elérhető termékeket választják, az hogy ezzel esetleg szennyezik a környezetet, nem is jut eszükbe.

A kutatás folyamán – meglepő módon – a fiatalabb generáció mutatkozott a legárérzékenyebbeknek. A további korcsoportok esetén is megjelent az ár, a pénzügyi kockázat, mint fontos tényező, de középső korosztály és az idősebbek egyaránt hajlandóságot mutattak az irányban, hogy az esetlegesen drágább, környezetbarát technológiával előállított termékeket megvásárolják.

Az egyéni szerepvállalás elbagatellizálása, és ilyen formán a felelősség áthárítása (Zsóka 2007) meghatározó elemként szerepelt mindhárom interjú során. A kereskedelem felkészületlensége, a társadalom negatív befolyása valamint a kormányzati szerepvállalás hiánya egyaránt elhangzott minden beszélgetésben.

6. MEGOLDÁSOK, FELELŐSÖK

A környezettudatos vásárlás korlátainak meghatározása során említett elemek tükröződtek vissza a jelenlévők által definiált megoldási stratégiák és a konkrét feladatok szintjén egyaránt. Az említések gyakoriságát és a vélemények homogenitását figyelembe véve, egy olyan modell lehet működőképes a válaszadók szerint, amelyben kiemelt szerep hárul a környezettudatos nevelésre (a jövő generációjára), erőteljes befolyással bír a vállalati (gyártók, kereskedők) valamint a kormányzati (jogszabályok, szankcionálás) szféra, fontos a média tájékoztató, tudatformáló, motiváló funkciója és csak utolsó helyen jelenik meg a család illetve az egyén felelőssége. (2. ábra)



2. ábra: Felelősök a környezettudatos magatartás megvalósulása tekintetében

Forrás: saját, kvalitatív, kutatás alapján, 2010

A kvalitatív kutatás eredményei alapján felállított modell jól beilleszthető a szakirodalomban az élelmiszerkockázatok vizsgálata során megjelenő egyéni versus szervezeti felelősség kérdéskörébe. (Van Kleef et al 2006) Miközben az egyén hajlamos áthárítani a környezetvédelemmel kapcsolatos felelősséget és a feladatot a különböző szervezetekre, megkérdőjelezi azok szavahihetőségét és tettekézségét.

7. KÖVETKEZTETÉSEK

A tanulmányban ismertetett kutatásunkkal, annak kvalitatív jellegéből adódóan, nem általános érvényű megállapítások megfogalmazására, hanem továbbgondolásra érdemes tendenciák feltárására törekedtünk.

Megállapítottuk, hogy *a környezeti tudat és a magatartás, cselekvés szintjén manifesztálódott környezettudatosság, az élelmiszervásárlás során csak látens formában jelent meg a kutatásban résztvevő fogyasztókban. Kiderült ugyanakkor, hogy e tekintetben az egyes korosztályok viselkedése és véleménye jelentősen eltért egymástól.*

A vizsgált szakirodalmak alapján kialakult *várakozásunkkal ellentétben*, kutatásunk során *a legidősebb korosztály mutatkozott a leginkább környezettudatosnak*, a közvetett technikákat alkalmazó módszerek eredményei, illetve a direkt kérdésekre adott válaszok alapján egyaránt. Felmerül a kérdés, hogy a környezetkímélő vásárlási szokások ilyen erőteljes jelenléte a 45 év feletti vásárlóknál vajon a környezeti tudat „korral járó” felerősödése kapcsán, és ilyen formán egy hosszú tanulási folyamat eredményként alakult ki, vagy inkább egy a „régidő értéktrendjének” (takarékoság, a pazarlás elutasítása mind az egyén, mind a társadalom szintjén) köszönhető, hozott viselkedési minta berögzülésének eredménye. Ennek feltárása egyéb aspektusok, életstílus, értéktrend vizsgálatát vonná magával, amelyre jelen tanulmány keretében nem vállalkoztunk. Ugyanakkor *kijelenthetjük, hogy bármely magyarázat is állja meg a helyét, aggasztó a fiatal generáció gyenge teljesítménye és érdektelensége a környezetvédelmet illetően.*

Kérdéses továbbá, hogy *mi okozza a tudat és a tudatosság területén fellelhető hiányosságokat ennél a korosztálynál*: az ismeretek hiánya, esetleg a fogyasztói társadalomban egyre fokozottabban jelenlévő hedonista illetve az egyéni igényeket előtérbe helyező trendek erősödése.

Figyelemreméltó a környezetvédelem méltatlanul elhanyagolt helyzete a vásárlási döntések kockázatainak rendszerében. Anélkül, hogy általánosításokba bocsátkoznánk az eredmények alapján, elmondható, hogy *a környezeti tényezők iránti érzékenység nagyon alacsony fokú volt az interjúalanyok körében.*

A környezettudatos viselkedés korlátai között kiemelt szerepet kapott a vélt és valós felelősség áthárítása, többek között a társadalomra, amelyet ugyanakkor, ambivalens módon az egyént negatív irányba befolyásoló közegként ítélték meg a kutatásban résztvevők.

Tekintettel a társadalom szerepének fontosságára, tanulságos lehet a magyar fogyasztók, az élelmiszervásárlási döntések aspektusából megjelenő értéktrendjei és termékválasztási trendek

alapján, Magyarország gazdasági fejlettség szintjét meghatározni, a közepes jövedelmű illetve a magas jövedelmű országok között. (3. ábra)

A Padberg és szerzőtársai (1997) szerint a fejlett és kevésbé fejlett országokban az élelmiszerfogyasztói magatartás különbségei, többek között a kényelem iránti igény, az egészséghöz kapcsolódó érzékenység, a mennyiség, a helyettesítés jellemző megnyilvánulásai valamint a társadalmi környezeti tudat szintjén jelennek meg (Lehota 2004).

Kvalitatív kutatásunk alapján megállapítottuk, hogy az egyes tényezők eltérő súllyal jelentek meg a fogyasztók tudatában. Míg a kényelem iránti fokozott igény és a termékkínálattal kapcsolatos telítődés szignifikánsan jelen volt a válaszokban, az *egészségtudatos termékválasztás illetve a környezeti tudatosság* – a már korábban felvázolt eredményeknek megfelelően – *csak közvetett módon, az említés szintjén volt tetten érhető a beszélgetés folyamán.*



3. ábra: Értéktrendek, termékcsoport trendek a gazdasági fejlődés különböző szakaszaiban
 Forrás: saját készítés Padberg-Ritson-Albisu (1997) in Lehota (2004) alapján

Habár tisztában vagyunk a jelen tanulmányban ismertetett kutatás korlátaival, úgy gondoljuk, hogy *az ismertetett eredmények jó alapot képezhetnek további kvantitatív illetve kvalitatív kutatások lebonyolításához,* amelyekben a generációk attitűdje és magatartása közötti különbségek megléte megerősítést nyerhet. Vizsgálható továbbá a környezettudatos nevelés szerepe, és megjelenése a mai magyar társadalomban.

Szándékunk szerint, bekapcsolódva a Károly Róbert Főiskolán, a fenntartható fejlődés területén folyó tudományos munkába, a hallgatók bevonásával, több a témához kapcsolódó kutatást kívánunk elkezdni a közeljövőben.

8. IRODALOM

Hines J.M., Hungerford H.M., Tomera A.N. (1986): Analysis and synthesis of research on responsible pro-environmental behavior: a meta-analysis, *The Journal of Environmental Education*, 18 (2), p.1-8

Kovács András Donát (2006): A környezeti tudatosság területfejlesztésben betöltött szerepe alföldi példákon keresztül In: *III. Magyar Földrajzi Konferencia, 2006. szeptember 6-7.* Budapest, MTA. Szerk.: Kertész Á., Dövényi Z., Kocsis K. Budapest: MTA FKI. [10] o. CD-ROM

Lehota József (2004): Az élelmiszerfogyasztói magatartás hazai és nemzetközi trendjei, *ÉLELMISZER TÁPLÁLKOZÁS ÉS MARKETING I*, 7-14. old.

Lehota József (2006): Az élelmiszerfogyasztással kapcsolatos észlelt kockázatok és kockázatkezelési alternatívák, *ÉLELMISZER TÁPLÁLKOZÁS ÉS MARKETING III*, 13-18. old.

Van Kleef, E., Frewer, L.J., Chryssochoidis, G., Houghton, J.R., Korzen-Bohr, S., Krystallis, T., Lassen, J., Pfenning, U. and Rowe, G. (2006). Perceptions of food risk management among key stakeholders: results from a cross-European study. *Appetite* 47, 46-63.

Zsóka Ágnes (2007): , Fenntartható Fogyasztás Magyarországon 2007. előadásai, Vanovics Edina, Gulyás Emese szerk. 2007. dec. 18, Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest 41-60. old