



LUNDS
UNIVERSITET

Sociologiska institutionen

Diskursernas kamp

En kvalitativ analys av olika förhållningssätt till etisk konsumtion

Författare: Petra Torgilsson

Kandidatuppsats: SOCK01, 15 Hp

Vårterminen 2012

Handledare: Ann-Mari Sellerberg

Abstrakt

Titel: Diskursernas kamp: En kvalitativ analys av olika förhållningssätt till etisk konsumtion.

Ämne/kurs: SOCK01, Examensarbete på kandidatnivå, 15 Hp

Författare: Petra Torgilsson

Handledare: Ann-Mari Sellerberg

Lunds Universitet: Sociologiska institutionen, vårterminen 2012

Frågan om människans plats i och förhållande till naturen diskuteras sedan länge i den offentliga debatten. Människans inverkan på jordens resurser genom produktion och konsumtion av olika tjänster och produkter debatteras ofta livligt. Samtidigt debatteras behovet av fortsatt exploatering. Även om många av dessa frågor rör sig på organisatorisk och statlig nivå har det knappast undgått samhällets mer privata sfärer.

Syftet med uppsatsen har varit att ta reda på hur omgivningen reagerar på en människas val att köpa produkter med utgångspunkt i etiska värden. Tvingas de, trots en relativt utbredd medvetenhet om miljöfrågor, att moraliskt försvara sina konsumtionsval? Hur präglar detta försvar i så fall deras relation till sig själva och deras omgivning? Finns det konkurrerande diskurser som ”slåss” om sina anhängare?

Min utgångspunkt har varit kvalitativ och min analys grundar sig på de intervjuer jag utfört med personer som jag på förhand vetat är så kallade etiska konsumenter. Jag har även analyserat texten på matförpackningar för att se om och hur marknaden kommunicerar moral med den eventuella kunden. Några av de teorier som har präglat min uppsats är: Klaus Eders (1998) modell om hur olika diskurser antas konkurrera om möjligheten att få dominera samhällsdebatten. Stehr och Adolfs (2010) teori om att marknaden moraliseras har jag använt för att visa hur marknaden reagerar på den samhällsdiskurs som betonar miljöfrågor och för att titta på etisk konsumtion och miljömedvetenhet har jag använt bl.a. Anna-Lisa Lindéns (2004) forskning om konsumtion och miljömedvetande i Sverige.

Mitt empiriska material visar att intervjupersonens val att köpa varor med utgångspunkt i etiska värden provocerar konsumentens omgivning. Detta skulle kunna tyda på att konkurrerande diskurser påverkar människor i samhället och att denna konkurrens reglerar de olika diskurserna i förhållande till varandra genom marknadens och individens reaktioner, kommunikation och handling.

Nyckelord: Miljö, ekologisk mat, konkurrerande diskurser, etisk konsumtion, moralisering

Innehållsförteckning

Inledning.....	1
Tidigare forskning	3
Samhällsvetenskapliga aspekter på etisk konsumtion.....	3
Stort allmänt miljömedvetande – eller?	3
Etisk/politisk konsumtion – en definition	3
Etisk och politisk konsumtion – attityder och motivation.....	4
Tillit till och ambivalens angående märkning av varor.....	5
En ny diskurs och reaktioner på den	5
Teori	6
En undertryckt modernitet.....	6
Den moraliserade marknaden.....	8
Metod	11
Tillgång till fältet.....	11
Intervjuerna – genomförande och transkribering	12
Marknaden kommunicerar – textanalys av produktförpackningar	14
Analys.....	15
Intervjuerna: att förhålla sig till dubbla diskurser	15
Varför ekologiskt?.....	15
Ambivalens.....	16
Omgivningens reaktioner – den dominerande diskursen	17
Inte bara negativt.....	20
”Man själv vill ju absolut inte vara den där präktiga” – den undertryckta diskursen	21
Moraliseringen av marknaden – en textanalys	23
Varsamhet och omtanke	23
Den lilla fabriken i den vackra, anrika miljön.....	24
Motreaktioner – dynamiken fortsätter	25
Sammanfattning och avslutande diskussion.....	26
Är den moraliserade marknaden en del av den nya moderniteten?.....	27
Referenslista	29
Litteratur.....	29
Internetlänkar	30
Bilaga 1 – Intervjuguide	31
Bilaga 2 – Intervjupersoner	33
Noter.....	34

Inledning

Olika medier, organisationer och myndigheter rapporterar regelbundet om naturkatastrofer, miljö- och hälsorisker med olika produkter och om hur det finns giftrester i maten vi äter. Förutom att vi ständigt påminns om det ekologiska fotavtryck vi gör, hörs vittnesmål om fruktansvärda arbetsförhållanden för många människor på jorden och om hur djur inom matindustrin misshandlas. Denna uppmärksamhet kan ha bidragit till att miljö- och klimatfrågor numera ses som ett relativt legitimt diskussionsämne. Det uppstår här en paradox i och med att vissa menar att vi bör konsumera mindre för att spara på jordens resurser medan andra menar att vi skall konsumera mera för att öka inkomsterna och säkra jobben. Den kapitalistiska ekonomin bygger till stora delar på en socialt och ekologiskt exploaterande konsumtion. Hur kan dessa karaktäristika sammanföras med ökade krav på rättvis behandling av och en större respekt för medmänniskor, djur och natur? I denna problemställning framträder motstridiga diskurser.

I uppsatsen diskuterar jag människors val att köpa produkter som är certifierade enligt krav på respekt för god social etik och ekologisk hållbarhet och omgivningens många gånger negativa reaktioner på detta val. Min frågeställning behandlar huruvida det etiskt betonade valet liksom kritiken av det etiska valet, representerar konkurrerande samhällsdiskurser. Även om mina intervjupersoner på sätt och vis bara representerar den ena gruppen, blir den andra diskursen synlig i deras svar. Båda försvarar sig gentemot varandra med utgångspunkt i värden som ekonomi, tillit och etik. Jag diskuterar också hur marknaden, där mina intervjupersoner vistas och köper t.ex. sin mat, förhåller sig till att det finns personer som eventuellt konsumerar enligt så kallade etiska värden. Dessa värden kan röra sig om djur, natur och hälsa och kundens tro på att hans eller hennes konsumtion kan påverka världen till det bättre eller det sämre.

Inför en tidigare uppgift läste jag *Natur och samhälle* av Klaus Eder (1998) och hans tankar om olika samhällsdiskurser, eller olika moderniteter, väckte mitt intresse. Han analyserar människans förhållande till naturen och hur olika historiska och kulturella utgångspunkters utveckling har bidragit till att olika diskurser konkurrerar med varandra. Olika aktörer arbetar för att just deras värden skall uppmärksammas och deras kamp bidrar till att den fråga som de från början ägde, anammas av flera för att till slut, i till viss del ny form, eventuellt dominera den allmänna diskursen. Han pekar på något som jag tycker är viktigt för att det kan ge oss öppningar för att föreställa oss andra förhållningssätt i samhället än de som

präglas av marknadsekonomi och målrationalitet, och tillåta andra att göra det också. Om vi istället för att ställa ”modernitet mot traditionalism ställer den *dominerande* moderniteten mot den *undertryckta*” kan vi kanske se att ”dessa motrörelser [har] en egen rationalitet” (1998:215). I denna uppsats representeras den undertryckta moderniteten av de så kallade etiska konsumenterna, en miljödiskurs, och den dominerande moderniteten representeras av deras kritiker, den konventionella diskursen.

Detta leder till min frågeställning; Hur uppfattar människor som säger sig köpa produkter som är certifierade enligt krav på respekt för god social etik och ekologisk hållbarhet, att deras omgivning reagerar på detta val? Kritiseras de trots att detta val egentligen borde kunna ses som ett gott val efter någon sorts allmän moral och hur förhåller sig intervjupersonerna till omgivningens eventuella reaktioner? Mitt syfte är också att undersöka om de olika diskurserna märks på den marknad som de olika sidorna rör sig inom.

De teoretiker jag förhåller mig till i uppsatsen har alla sociologisk anknytning, även om några av dem arbetar disciplinöverskridande. Förutom Eder använder jag Nico Stehrs och Marian Adolfs (2010) artikel om en moraliserad marknad vilken diskuterar hur många människors höjda levnadsstandard och utbildningsnivå bidrar till att skapa en aktiv och i många fall medveten konsument. De menar att oavsett om konsumenten är politiskt medveten eller ej när hon eller han skall konsumera, utgår producenterna ifrån att medvetenheten finns där och marknaden moraliserar på detta sätt sig själv vilket i sin tur påverkar konsumenten och så vidare. Jag tittar även på bl. a. Anna-Lisa Lindéns bok *Miljömedvetna medborgare och grön politik* (2004) och på Ann-Mari Sellerbergs (1994) forskningsrapport *Miljöns sociala dynamik* om ordet miljöns omvandling, dess användningsområden och människors reaktioner på desamma.

Då min fråga fokuserar på upplevelser och reaktioner i förhållande till så kallad *etisk konsumtion* använder jag mig av kvalitativ metod. Mitt arbete är i huvudsak en analys av intervjupersonernas berättelser om deras omgivnings reaktioner på deras konsumtionsval och en analys av texten på matförpackningar. Båda analyseras i relation till de teorier och den tidigare forskning jag valt.

Efter denna inledning går jag igenom tidigare forskning på området. Därefter presenterar jag de teorier som jag jämför mitt empiriska material mot och innan analysen diskuterar jag den metod jag använder och hur jag har gått tillväga när jag samlat in det empiriska materialet. Som avslutning på arbetet skriver jag en kort sammanfattning för att summera de viktigaste aspekterna i förhållande till min frågeställning och ger förslag till vidare forskning.

Tidigare forskning

Samhällsvetenskapliga aspekter på etisk konsumtion

Då min utgångspunkt är sociologisk kommer jag nu att presentera tidigare forskning som utförts inom den samhällsvetenskapliga ramen och som berör så kallad etisk eller politisk konsumtion och människans förhållande till natur och miljö som begrepp.

Stort allmänt miljömedvetande – eller?

Sociologisk forskning har visat på att intresset för natur och miljö är stort men att det varierar beroende på olika faktorer som jag går igenom längre fram. Anna-Lisa Lindén, professor i sociologi vid Lunds Universitet, berättar i sin bok *Miljömedvetna medborgare och grön politik* (2004), att det på 1960-talet och tidigt 1970-tal utvecklades olika kontrollprogram och mätningar gällande Sveriges vatten och en ny renhållningslag tvingade kommunerna att ta ett större ansvar för företagets och hushållens avfall. Successivt har nya och fler upptäckter på miljöområdet och förändrade samhällsstrukturer (utvidgning av storstäderna) gjort att miljöproblemen blivit allt tydligare (2004:6). Lindén menar att detta bidragit till att ”enskilda medborgare [inte har] kunnat undgå frågeställningarna kring samhälle, konsumtion och miljö” (2004:7) och att en stor del av svenskarna tycker att det är viktigt att lösa miljöproblemen (2004:23, 37). I *Maten märks* (2008), en bok skriven av forskare inom sociologi och nationalekonomi – Mikael Klintman, Magnus Boström, Lena Ekelund och A-L Lindén – sägs att över hälften av konsumenterna i Sverige ”ser till mer än bara pris och produktkvalitet” (2008:19). De skriver att försäljningen av ekologiska varor har ökat under 2000-talet, men att ökningen har minskat i takt jämfört med tidigare år och att den inom vissa livsmedelskedjor till och med har gått ned (2008:69).

Etisk/politisk konsumtion – en definition

Anna-Lisa Lindén menar att även om många konsumentfrågor kan ses som politiska är det inte alla som agerar politiskt. Först när någon väljer att till exempel alltid köpa ekologiska grönsaker blir han eller hon en politisk konsument. Hon beskriver vidare tre grupper av överväganden som kan påverka konsumenters val av livsmedel; etiska överväganden (djurhållning, egen hälsa), politiska överväganden (makt, religion) och sociala överväganden (smak, status) (2004:141-142). Klintman et al. påpekar att om man ska räkna varje köp som gjorts utifrån vissa önskemål om att påverka samhället genom en specifik produkt som

politisk, riskerar begreppet att ”urvattnas” och i princip bli liktydigt med ”konsumtion” (2008:25).

När jag skriver etisk eller politisk konsumtion menar jag det som A-L Lindén syftar på; konsumentens val av mat eller andra produkter för sin hälsas skull, för att minska utsläpp av gifter i naturen, för att inte bidra till misshandel av djur i matindustrin eller för att inte bidra till att andra människor i fattigare länder utnyttjas under dåliga arbetsförhållanden eller andra, liknande aspekter.

Etisk och politisk konsumtion – attityder och motivation

Trots den stora miljömedvetenheten bland svenskar finns några faktorer som påverkar så att människor trots allt avstår från att fördjupa sig i frågan genom att söka information eller att köpa miljömärkta produkter. Lindén pekar på bekvämlighet och tidsbrist som några av huvudorsakerna (2004:7). Andra faktorer som har samband med ett miljövänligare beteende är känslor och bakgrundsfaktorer som utbildningsnivå, ålder/generation, och kön (2004, kap.2). Det kan ändå vara värt att tänka på att de nämnda faktorerna i sin tur har påverkats av andra, omkringliggande strukturella orsaker som till exempel yrkesval och inkomst (kön, utbildningsnivå) och landets ekonomi (generation) (ex. 2004:55). Lindén diskuterar också hur långsiktighet respektive kortsiktighet påverkar vårt handlande. Problem som ligger långt fram i tiden är svårare att ta till sig än de mer ”vardagsnära problemen” (2004:49) och hon menar att det är lätt att tro att det man gör inte spelar någon roll i den stora helheten.

Dessutom påverkar strukturella faktorer varför vissa människor lever mer miljövänligt än andra. Om kollektivtrafiken inte är väl utbyggd blir det till exempel krångligt att välja andra färdssätt än bil. Lindén menar att när konsekvenserna för den enskilda individens komfort är negativa minskar chansen att ett beteende förändras, även om det skulle vara positivt för miljön. Vilken inkomst någon har påverkar starkt dennas beteende och konsumtionsmönster. I ekonomiskt dåliga tider kommer intresset för arbetstillfällen före intresset för miljöfrågor, även om det skulle handla om uppbyggandet av en verksamhet som inte hade accepterats under för individen ekonomiskt gynnsammare tider (2004, kap.2).

Med hänvisning till studier ledda av Lena Ekelund vid Sveriges Lantbruksuniversitet i Alnarp (i 2008:29) påpekar sociologen Mikael Klintman et al. också att de tillfrågade svenska konsumenterna framförallt föredrar matprodukter odlade och framställda i Sverige och att detta ofta betonas med hänvisning till idén om närproducerad mat. Det som producerats i Sverige förknippades med hög smak- och produktkvalitet och ekologisk mat antogs vara giftfri men dyr. I denna sammanblandning av närproducerat och Sverigeproducerat missar

konsumenten ibland att uppmärksamma det faktum att viss importerad mat kan vara närproducerad, beroende på var i Sverige man bor. En norrlänning kan ha närmare till delar av Norge än till södra Sverige, liksom en skåning kan ha närmare till vissa delar av Tyskland än till norra Sverige. Priset var slutligen det som de svarande i undersökningarna såg som viktigast (2008:29-31).

Tillit till och ambivalens angående märkning av varor

Klintman et al. menar att "ett risksamhälle, med nya sorters osäkerheter och risker" växer fram jämte en "ökad distansering mellan människa och natur" (2008:38). Detta bidrar till att människor blir beroende av information från andra för att kunna göra vardagliga val. I ett samhälle som är så expertstyrt som Sverige är, där olika studier hela tiden ger motstridig information, blir det svårt för konsumenten att veta vad som är bra och dåligt. Med hänvisning till andra forskare pekar Klintman et al. på att det finns en ambivalens hos konsumenterna, att människor trots högre utbildningsnivå känner sig osäkra på "vad som är sant och falskt i olika beskrivningar av miljöproblem, och vilka åtgärder som är lämpliga för att hantera problemen" (2008:36-38).

De som vill göra sina inköp med hänsyn tagen till ekologiska och sociala värden är beroende av någon form av märkning av produkterna på marknaden. Samtidigt finns det numera en uppsjö av olika märkningar och det kan vara svårt för kunden att veta vilken certifiering som ställer de krav på producenten som konsumenten själv ställer. Lindén tar upp det faktum att de olika märkningarna står för olika saker, till exempel "miljöcertifierad vara" respektive "miljöcertifierad produktion" (2004:126) vilket bidrar till svårigheter för kunden att hålla isär vad som är vad. Hon påpekar att undersökningar visar att märkningen av produkterna är betydelsefulla. Kunden lägger stor vikt vid märkningen, både av omsorg om sin och andras hälsa och djurhållningen (2004:129).

En ny diskurs och reaktioner på den

Eftersom diskurs är ett svårt ord vill jag innan jag fortsätter definiera det med ett citat. Detta ord förekommer mycket i hela uppsatsen: "Diskurser är ordnande mönster som inte är begränsade till någon enskild text, utan som präglar en rad andra texter och praktiker" (Lindgren, 2011:279).

Ann-Mari Sellerberg, professor vid sociologiska institutionen på Lunds Universitet (www3.soc.lu.se), har skrivit en rapport som tar upp hur ordet "miljö" förändrats, från att tidigare haft en rumslig betydelse, till att börja handla om naturen, en miljö i bestämd form

istället för flera olika miljöer (1994:6,35). Framväxten av denna betydelse påverkade i sin tur uppkomsten av olika ord för att tala om fenomenet samt yrkesgrupper och myndigheter som skulle ansvara för ”miljön”. Förutom nya ord uppträder fler och fler symboler vilka i sin tur kan leda till osäkerhet (1994:7-15).

Med tiden tar ”miljön” större plats i samhället och får större makt att bestämma vad som ska prioriteras i samhällliga göranden och lagar upprättas för att skydda naturen och miljön vilket påverkar såväl individer som företag och stat. Sellerberg diskuterar också hur framväxten av nya ord som innefattar ”miljö” i sin tur uppmuntrar tillväxten av ord som uttrycker skepsis och irritation över detta nya miljöfokus. Ord som nedvärderar, exempelvis ”miljöknuttar”, miljöfantaster eller ”naturmuppar” (1994:55-57) börjar användas och det framträder olika diskurser – en som försvarar miljön mot ”miljöbusar” (1994:25) och en som menar att miljöfantasterna egentligen inte förstår sig på naturen eller att de åtminstone inte förstår vad de gör.

Teori

En undertryckt modernitet

Klaus Eder är professor i sociologi vid Humboldtuniversitetet i Berlin, Tyskland (www.bgss.hu-berlin.de). Hans *Natur och samhälle* (1998) är en omfattande bok om människans förhållande till naturen där han beskriver modernitetens kulturella evolution; från industrialism till ekologi (1998:246). Denna bok skulle fungera som bakgrund till min uppsats och för att ge mig större kunskap om sociologiska aspekter på miljöfrågan. Men *Natur och samhälle* kom att betyda mer än så. Den kom att ge mig ytterligare djup i frågan om människors förhållande till miljöfrågor och dessutom i viss mån att styra min frågeställning till att försöka förstå den kommunikation som sker i mellanmännsliga relationer och mellan individ och samhälle.

Eder går igenom olika kulturers förhållande till djur och mat och relaterar sitt resonemang till deras (våra) respektive religioner och hur olika mattabun används för att t.ex. upprätthålla den egna gruppens gränser mot andra och hierarkier inom den egna gruppen. Han går sedan igenom skapelsemyter och försöker belysa hur människans relation till djuren ändrats på olika sätt (1998: kap.3). Jag kommer främst att fokusera på bokens sista del, vilken behandlar modern naturpolitik.

Förutom att Eder menar att olika religiösa utgångspunkter bidragit till olika sidor i debatten lyfter han fram den kunskapsutveckling som kan ses som en reaktion på

upplysningsidéerna. Det jag finner mest intressant är idén om att miljörelsen har vuxit fram som en motreaktion mot upplysning och industrialism, men då inte som en enhetlig rörelse, utan som en blandning av ”den teoretiska nyfikenheten” och ”lusten i naturen” (1998:221) och hur miljöpolitiken idag fortfarande kan ses som en kommunikation mellan dessa läger, att olika diskurser konkurrerar med varandra. Miljörelsen har gjort oss uppmärksamma på att ekologin befinner sig i en kris och under andra halvan av 1900-talet har ”miljöproblemen [kommit att definieras] som samhällsproblem” (1998:216). Den dubbelhet som enligt Eder ändå finns i människans relation till naturen skapar olika utgångspunkt i hur hon skall förhålla sig till den, nämligen genom ”herravälde” eller ”naturskydd” (1998:222). Han diskuterar motrörelsers ställning i förhållande till den dominerande diskursen och jämför med det ”borgerliga samhällets” syn på dessa. Eder menar att synen på motrörelser, där värnandet om naturen varit centralt, ofta varit att de är irrationella och traditionalistiska. Eder vill alltså att vi istället ska se motrörelserna som del i en undertryckt modernitet i förhållande till den som dominerar. Ur den dominerande modernitetens synvinkel ses moderna motrörelser, vilka kanske varken bryr sig om tillväxt eller makt, som irrationella rörelser, trots att de bara arbetar utifrån en annan rationalitet än den dominerande moderniteten (1998:214-215).

Som verktyg för att analysera den ekologiska diskursen använder sig Eder av några olika begrepp vilka hör samman men uppstår i olika nivåer. Som jag beskrev i uppsatsens inledning diskuterar Eder hur olika samhällsaktörer arbetar för att deras värden ska dominera den allmänna diskursen. Eder menar att olika kollektiva aktörer använder olika ”symboliska paket”, olika språk och symboler, i sin kommunikation med det omgivande samhället för att få detta att godta deras respektive värderingar och han framhåller att ”ett symboliskt paket som får resonans i den offentliga diskursen är /.../. en fullfjädrad »ramkategori»” (1998:254). Ramkategorier menar han, ”är stabila mönster av att erfara och varsebli händelser i världen som strukturerar den sociala verkligheten” (1998:250). Eder understryker också att ramkategorier är något som kollektiva aktörer medvetet skapar, medan ”diskurser [är] oavsedda fenomen” (1998:251). Det sätt på vilket en kollektiv aktör går till väga när den konstruerar sin ramkategori, kallar Eder ramkategoriseringsförfarande (1998:251). Användningen av symboliska paket är alltså tillvägagångssättet, ramkategoriseringsförfarandet, för att skapa en ramkategori, vilken i sin tur är den färdiga produkten som ger aktörskollektivet en specifik identitet i den offentliga diskursen.

Miljörelsen använder specifika symboliska paket för att positionera sig i den offentliga diskursen, men även miljörelsens ”konkurrenter uppträder på en marknad där de skapar och förmedlar »gröna» bilder av sig själva” (1998:250). Detta har då miljörelsen att förhålla sig

till. Precis som Socialdemokraterna i Sverige måste förhålla sig till att Nya Moderaterna kallar sig "vår tids arbetarparti" (www.moderat.se). Socialdemokraterna måste kämpa för att konkurrera om eller omformulera det symboliska paket som de tidigare i princip var ensamma om. Här framträder också den balansgång som en kollektiv aktör har att gå. Aktören måste skapa symboliska paket som kan accepteras av dennes sympatisörer och samtidigt skilja ut aktören från andra kollektiva aktörer (1998:265).

Eder fortsätter med att diskutera vad som händer de olika symboliska paketen när de uppgår i den offentliga diskursen *och* vad som då händer med andra rörelser som befinner sig där. När en ramkategori har skapats kan den komma att dominera den offentliga diskursen och förändra vad Eder kallar samhällets "överramkategori" och han utgår ifrån att ekologi mer eller mindre har den positionen i modern europeisk politik, vilken tidigare dominerats av industrialismen (1998:274, 285). Han går också igenom ekologins betydelse för människor och menar att miljötänkandet har med identitetsskapande att göra (1998:280-281).

När de olika ekologiska symbolpaketen tar plats i den offentliga diskursen påverkas företag och ekonomiska organisationer. De kommer att ingå i en diskurs om "offentligt ansvar" (1998:288). Marknadsprocessernas "institutionella framtoning förändras" och man använder "symboler för tillit och pålitlighet" framför rent ekonomiska värden (1998:289). Eder menar att samhället genomgår en kulturell evolution, från industrialism till ekologi, och det som då uppstår är vad han kallar en "*postkorporativistisk ordning*" (1998:290, kursivering i original). När miljöfrågan institutionaliseras normativt så bidrar det, enligt Eder till att staten blir en samordnare, inte en central aktör, när det "gemensamma goda" skall definieras (1998:311). Eder menar att statens förändrade position inte ska ses som ett försvagande av demokratin. Istället pekar han på hur allt fler medborgare, får tillfälle att delta i kampen "om det allmänna goda som hotas av en ultraliberal ordning och dess individualism" (1998:314).

Den moraliserade marknaden

Nico Stehr är professor i kulturstudier (min översättning) och Marian Adolf är professor i medieforskning, båda vid Zeppelinuniversitetet i Friedrichshafen i Tyskland (www.questu.ca & www.zu.de). Stehr och Adolf (2010) har skrivit en artikel, delvis med utgångspunkt i Stehrs tidigare arbete. I *Consumption between Market and Morals* beskriver de hur de anser att marknaden idag moraliseras. Denna artikel har jag valt att analysera mitt empiriska material mot därför att jag tycker att den kompletterar den ovan beskrivna *Natur och samhälle* av Klaus Eder, dels tidsmässigt och dels teoretiskt. Dessutom tycker jag att den tydligt visar

hur samhälle och marknad hänger samman vilket jag ser som en viktig aspekt när ansvar för människors och djurs levnadsvillkor diskuteras.

Enligt Stehr och Adolf styrs inte marknaden längre av enbart ekonomiska värden. Istället sker en ökning av andra värden och normer, vilket enligt dem visar hur ekonomiskt aktörskap ligger djupt inbäddat i modern kultur. Dessutom, menar de, kommer det i framtida västerländska kunskapssamhällen att läggas större vikt vid produktionsprocesser, regler för tillvägagångssätt och konsumentens resonemang (2010:213). Som exempel på denna ökning av andra värden på marknaden pekar Stehr och Adolf på utbudet av ekologiska produkter. Miljontals kunder väljer produkter som tillverkats med hänsyn till ekologi och social rättvisa och från att tidigare bara ha funnits i speciella butiker finns nu ekologiska produkter i nästan varenda butik. Även om företagen själva tillämpar dessa hänsyn på olika nivåer i organisationen så är det, enligt Stehr och Adolf, konsumenternas förändrade krav som tvingat fram dessa förändringar (2010:214).

Stehr och Adolf hävdar också att det inte går att definiera en sorts moral utan uttrycker istället att det i moderna samhällen existerar en mängd olika värden som tillsammans får representera moral. Denna mångfald av moraliska värden bidrar till att skapa olika marknader (2010:215). Vidare menar de att med tanke på att många samhällen förändrats är det dags att revidera de samhällsvetenskapliga teorier som uppstod under industrialismen. Många stater är välfärdssamhällen med hög allmän utbildningsnivå och trots att det fortfarande finns stora problem med arbetslöshet och en ojämn fördelning av resurser, är det många inom den moderna marknadsekonomin som har det mycket bättre nu än för 100 till 150 år sedan (2010:216, även not 4, sid.226). Detta, menar Stehr och Adolf, kan leda till att rollen som medborgare respektive konsument flyter samman. En rikare konsument har större makt att styra vilka värden hon eller han vill betala för. De frågar sig vidare om denna förändring även leder till en demokratisering av marknaden. Detta sker då genom att konsumenten ställer krav, inte bara på slutresultatet utan även på den produktionsprocess som föregår den färdiga produkten. De understryker vidare att det inte rör sig om ett ”alternativ till kapitalismen” (2010:217) utan snarare om en alternativ kapitalism.

Stehr och Adolf pekar på hur ”moraliseringen av marknaden” även kan förstås i relation till ”kunskapssamhällets dynamik”, och här understryker de att vad debatten slutligen handlar om är ”Max Webers fortfarande inflytelserika idéer om materiell rationalitet” (2010:217). De menar att den tidigare kortsiktiga investeringskulturen tvingas dela utrymmet på marknaden med en kultur som värderar långsiktiga värden med betoning på t.ex. rättvisa, hållbarhet, exklusivitet, hälsa och solidaritet. Förutom varornas och tjänsternas rent ekonomiska värde

kommer alltså även deras moraliska värde att lyftas fram (2010:218). Dessutom, menar Stehr och Adolf, kommer den här utvecklingen att ske även om inte alla sympatiserar med dessa värden. Nätverkande, global handel och offentliga kampanjer är faktorer som gemensamt bidrar till att moraliska värden kommer att få ökad betydelse på marknaden (2010:218).

Vidare diskuterar Stehr och Adolf det faktum att de marknader som skapat så stor rikedom för vissa, delvis genom exploatering, på samma gång har möjliggjort de sociala förändringar som ligger till grund för de reaktioner som skapar en moralisering av samma marknad (2010:218). De menar att samhälle och ekonomi är så nära sammanflätade att man inte kan skilja sociala strukturer från ekonomiska, och för att belysa detta beskriver de hur olika faktorer bidrar till att förändra marknadsstrukturerna. Dessa förändringar sker först i vad de kallar ”alla utvecklade länder” för att sedan spridas globalt (2010:219)¹.

Ökad generell rikedom och höjd levnadsstandard leder till människors ökade valfrihet. Den förhöjda levnadsstandarden bidrar till ökad utbildningsnivå. Kunskap och tillgång till information påverkar i sin tur människors syn på sig själva och sin omvärld vilket gör att de har möjlighet att bli självsäkra och aktiva konsumenter. ”Vi lever i en kunskapsbaserad ekonomi” (2010:220) och den tänkta konsumentens eventuella kunskap har effekt på producenterna. Marknaden förändras på flera sätt, dels för att tidigare offentliga verksamheter avreglerats, men också genom transnationella samarbeten som t.ex. EU. Dessutom påverkas världsmarknaden av juridiska regleringar med icke-ekonomiskt innehåll, t.ex. gällande konkurrens, miljö och säkerhet. Dessa regler påverkar inte bara marknadens resultat utan även dess processer (2010:220-221).

På detta sätt, förtydligar Stehr och Adolf, får konsumenten makt att förändra en process som tidigare var mycket svår att påverka. De menar att, när konsumtionen moraliseras krävs nya varor och produkter för att tillgodose efterfrågan. Detta påverkar i sin tur själva varan vilket påverkar produktionen av densamma. På så sätt kommer nya värden, som social rättvisa och respekt för miljön, att konkurrera med målrationella värden (2010:222). Den här moraliseringsprocessen kommer genom marknaderna själva att röra sig i ett ständigt kretslopp eftersom marknad och samhälle inte går att skilja åt (2010:222). Reklam i TV, på Internet, i bussar och tåg är ju marknadens ansikte inom samhället.

Med ovanstående som bakgrund kritiserar Stehr och Adolf den ekonomiska disciplinens idé om ekonomen som en rationell, effektiv och objektiv representant för marknaden, vilken i sin tur inte omfattas av moraliska värden. Denna idealtyp gör att konsumtion och konsument också omfattas av dessa karaktärsdrag och behöver därför inte heller undersökas närmare (2010:223). På samma sätt kritiserar de samhällsvetenskaplig forskning och

samhällsvetenskapens kritik av kapitalistiska samhällen. Dessa teorier, menar Stehr och Adolf, målar gärna upp konsumenten antingen som moraliskt förstörd av marknadens omänskliga logik eller som en hjälplös individ som förförs av marknadens enorma utbud. Ingen av dessa bilder menar de, gör individen rättvisa då många människor faktiskt gör aktiva val och är aktiva konsumenter (2010:225).

Även om Stehr och Adolf målar upp en ganska positiv bild av en världsmarknad i förändring mot mer långsiktiga, hänsynsfulla värden, understryker de att denna ”etiska renässans” antagligen bara påverkar små områden till en början (2010:225). Samtidigt tänker de sig att dessa områden smittar av sig och stimulerar trender som påverkar konsumenter, vilka i sin tur påverkar olika produktionskedjor och vice versa.

Metod

Min frågeställning syftar till att undersöka huruvida miljörörelsens ”symboliska paket” (Eder, 1998:264) har fått ett så starkt fäste i den allmänna diskursen att de som konsumerar med hänsyn till ekologi och god social etik kan hävda en egen rationalitet. Eftersom min studie på sätt och vis har två ”spår”, även om dessa hänger ihop, använder jag två metoder; intervjuer och textanalys av förpackningar.

Jag har intervjuat sex personer som är så kallade etiska konsumenter. Intervjuerna kändes viktiga för att jag med intervjupersonernas hjälp skulle kunna fördjupa mig i relationen mellan marknad och individ och försöka förstå hur denna i sin tur påverkar mellanmännsliga relationer. Därför frågade jag efter eventuella bakgrundsfaktorer som bidrog till att intervjupersonerna väljer att handla enligt etiska riktlinjer, hur deras omgivning reagerar på detta val och om deras egna tankar och känslor om sitt konsumtionsval.

Min andra metod består av textanalys av matförpackningar. Texten på produktförpackningar ger mig möjligheten att analysera om det finns en framväxande moralisk diskurs där producenter kommunicerar med eventuella konsumenter och jag tänker mig att förpackningarna kan säga mig något om hur marknaden reagerar på konsumenters val av ekologiska produkter.

Tillgång till fältet

Flera författare talar om att ta sig förbi en *gatekeeper* för att få kontakt med intervjupersoner (t.ex. Crang & Cook, sid.21-22). Jag har haft lite tur på den punkten då jag genom en vän som arbetar i en miljöorganisation har fått några namn på personer vilka jag kunde intervjuas.

Andra intervjupersoner har jag valt i min umgängeskrets eller ur deras umgängeskrets i sin tur. Ytterligare en person kom jag i kontakt med genom studiearbetet. Mitt urval av intervjupersoner består av personer som säger sig medvetet konsumera ekologiska och eventuellt rättvisemärkta produkter. Urvalet grundar sig i att jag ville veta hur de som konsumerar ”etiskt” upplever att deras omgivning ställer sig till detta.

Intervjuerna – genomförande och transkribering

Jag skapade en intervjuguide som stöd för intervjuerna (se bilaga 1), inte för att styra intervjuerna hårt, utan för att få med de huvudfrågor som jag undrar över och för att ställa ungefär samma frågor till alla intervjupersonerna. Intervjuguiden skulle också kunna hjälpa mig vidare om samtalet skulle stanna upp och inget bli sagt (jfr 2007:69-70). Crang och Cook betonar dock att det är viktigt att lämna utrymme för pauser i samtalet då människor vid olika tillfällen kan behöva extra tid för att komma vidare i sin berättelse (2007:71). Detta visade sig tydligt i intervjuerna då vissa av mina intervjupersoner pratade med väldigt långa pauser och tänkte mycket, medan någon annan svarade ganska kort och koncist utan att utveckla svaret vidare, trots att jag avvaktade med en eventuell vidareutveckling av frågan.

För att få med så mycket information som möjligt spelade jag in intervjuerna och transkriberingen av dessa utgör en del av det material som jag baserar min analys på. Samtidigt möjliggör det även för mig att jämföra citat från intervjuerna med bl.a. tidigare forskning. Katarina Jacobsson menar att det finns flera fördelar med att spela in intervjuerna. En av dessa är att man undviker risken att intervjuaren tolkar materialet redan vid anteckningstillfället. Om forskaren istället har en transkriberad intervjuinspelning att analysera utgörs materialet verkligen av ”intervjupersonens perspektiv och tolkningar” (2008:172). Vid utskrivning av intervjuerna har jag försökt behålla en textbild som i så stor utsträckning som möjligt följer intervjupersonernas sätt att uttrycka sig. Några ”mm” och ”äämm” har jag hoppat över för att underlätta läsningen, men jag har inte gjort om något för att jag som intervjuare ska låta ”proffsigare” eller mindre ”ledande” i mina frågor. Jag har även gjort en sammanfattning av vissa avsnitt för att jag inte tycker att de ger svar på min frågeställning utan snarare fungerar som en transportsträcka mellan svaren. Crang och Cook diskuterar även det faktum att själva transkriberingen tar väldigt lång tid att göra om man ska ta med alla små ”hummanden” (2007:72), vilket jag märkte då jag skrev ut den första intervjun väldigt detaljerat och det tog flera dagar innan jag var klar.

Vid en intervju (faktiskt vid allt forskningsarbete) är det också viktigt att vara medveten om eventuella maktojämlikheter mellan mig som intervjuare och intervjupersonen. Ett par

intervjupersoner överraskade mig med frågande kommentarer som antydde att de kanske såg mig som mer kunnig än de själva i den fråga vi diskuterade och jag undrade om jag i det ögonblicket hade tilldelats rollen som "expert". Detta bemötte jag med att svara när jag kunde och, när jag inte kunde det, betona att jag också håller på att lära mig. Ojämligheterna gäller inte bara under själva intervjun utan också vid transkribering och analys av intervjun, för som Crang och Cook skriver, påverkar även forskarens språk och världsåskådning hennes eller hans forskningsresultat såväl som det insamlade forskningsmaterialet (2007:26). Forskaren ansvarar för hur medlemmarna av en studerad social grupp framställs och vilken påverkan detta kan ha på deras liv (2007:27, även Sjöberg, 2008:16-17).

Mycket forskning har länge varit snedvriden i det att en del forskare har vidhållit att de är objektiva i förhållande till sitt material och därmed bortsett från den förförståelse och de fördomar som eventuellt styr dem i deras arbete. Insikter om de snedfördelade bilder som genererats av sådan forskning har bidragit till en större reflexivitet inom samhällsvetenskaplig forskning. Vilka motiv har jag som forskare med mitt arbete? Vem representerar jag och vem är det jag 'sätter under lupp'? (se ex. Sjöberg, 2008:22-23). Crang och Cook påpekar också att man i många länder kräver att forskaren inför sitt arbete skriver en presentation av de etiska punkter som hon eller han kommer att ta hänsyn till. Bland dessa är kravet på att forskningssubjekten garanteras anonymitet, att forskaren är ärlig när det gäller informationen om målet med dennas forskning, om metoderna som kommer att användas och om vad resultaten skall användas till och att forskaren är opartisk i förhållande till forskningsobjektet (2007:29).²

Själva intervjuerna genomfördes på platser som var lugna och utan störande ljud, dels för att vi skulle kunna tala ostört, dels för att jag skulle få en bra ljudupptagning av konversationen. Hälften av intervjuerna ägde rum hemma hos intervjupersonen och hälften på ett kontor eller i ett mindre grupprum på intervjupersonens arbetsplats. Crang och Cook nämner att olika platser ger olika information och att vara hemma hos intervjupersonen kan vara krångligt i de fall det finns familjemedlemmar på plats, vilket kan medföra att intervjupersonen inte vågar svara uppriktigt på frågorna (2007:64-65). Detta var inget som uppstod i mitt fall och vi fick genomföra mer eller mindre hela intervjun ostörda. Några intervjupersoner uttryckte att de var nervösa inför intervjun, men jag upplevde ändå att de svarade avspänt och jag upprepade flera gånger att om det dök upp något som de ville lägga till eller om de undrade över något kunde de höra av sig i efterhand.

Marknaden kommunicerar – textanalys av produktförpackningar

Då en del av min studie består i att undersöka hur marknaden förhåller sig till konsumenternas förväntade kunskap om och ökade krav på produktionsprocessen i förhållande till andra värden än kortsiktigt ekonomiska har jag gått igenom olika produktförpackningar. Detta gjorde jag i en större livsmedelsbutik med ett blandat sortiment av både konventionella och ekologiska produkter. Jag läste igenom den informationstext som fanns på olika förpackningar och antecknade de som använde uttryck som omtanke, varsamhet, kärlek och försiktighet för att beskriva produktionsprocessen. Som Elin Lundin skriver i *Uppdrag: Forskning* kan diskursanalys använda ”olika former av texter /.../.som analysmaterial” (2008:97) och jag använder just matförpackningar. Simon Lindgren skriver i *Många möjliga metoder* (2011, i Fangen & Sellerberg, red.) om textanalys. Även om han tar upp både den kvantitativa och den kvalitativa utgångspunkten i förhållande till texten menar han att dessa gärna flyter in i varandra. Det vill säga att om man utgår ifrån ett kvalitativt förhållande till det textmaterial man har samlat in, kan den kvantitativa aspekten lätt komma smygande, till exempel när man lägger märke till att vissa ord förekommer mer ofta än andra (2011:271). Detta har jag reflekterat över i förhållande till mitt eget arbete med förpackningstexterna. Jag har inte alls räknat ord eller räknat antal varumärken i förhållande till andra för att jämföra *hur* vanligt förekommande användningen av ord som ”varsamhet” och ”omtanke” är i förhållande till icke-användningen av dessa. Jag har helt enkelt bara uppmärksammat *att* de finns där. Jag har ändå citerat från ett flertal förpackningar för att markera att det inte bara är en eller två producenter som har anammat detta språk och jag lade också märke till att flertalet av förpackningarna som jag läste på i butiken *inte* använde sig av någon ”omtänksamhetsdiskurs”. Kanske kan det ses som ett metodologiskt regelbrott att jag inte även räknat orden eller antalet förpackningar för att kunna göra en rent kvantitativ textanalys för att basera min mer kvalitativa analys på (2011:276-277).

Diskurs är ett lite svårt ord, som i sig beskriver något som inte riktigt går att ta på, en språkrörelse, mönster som framträder genom användning av ord, symboler och bilder. Att jag begränsat mig till just matförpackningar är för att mat är något som de flesta köper ofta och mina intervjupersoner har angivit att det oftast är vid inköp av mat som de reflekterar över om varan är ekologisk eller ej. En matbutik är därmed en arena där nya diskurser, som svarar mot nya rörelser i samhället i övrigt, borde vara lätta att upptäcka (2011:278-280).

Analys

Intervjuerna: att förhålla sig till dubbla diskurser

I detta avsnitt kommer jag framför allt att diskutera hur mina intervjupersoner återger att deras omgivning och de själva förhåller sig till deras val att köpa produkter med någon form av så kallad etisk märkning. Jag kommer också att diskutera huruvida mina intervjupersoners sätt att uppleva sina åsikter och val skulle kunna vara ett resultat av hur de uppfattar att deras omgivning reagerat på desamma. En presentation av intervjupersonerna finns i bilaga 2. Jag börjar med en bakgrund till varför de valt ekologiska produkter framför andra.

Varför ekologiskt?

Som jag nämnde tidigare, valde jag att enbart intervjua personer som jag på förhand visste köper produkter med någon form av miljömärkning. På frågan om varför de väljer dessa produkter svarade de; miljön, kvaliteten, minska utsläppen av gifter i naturen, god djuretik och goda arbetsförhållanden för människor som producerar t.ex. mat och kläder. Här ser vi också den betydelse av ordet miljö som Sellerberg (1994) diskuterar uppkomsten av. Miljön blir i princip synonym med den natur vi lever i och hämtar våra råvaror från. En annan orsak som intervjupersonerna uppgav var att de förutom att undvika utsläpp av gifter i naturen, ville undvika att få dessa giftrester i sig via mat och vatten: *Alltså allting är ju som ett, hela världen är ju som ett stort rum, all skit stannar ju kvar där liksom, så jag vill inte dricka massa giftigt vatten och äta massa skitig mat* (intervju med Oskar). Detta ger en indirekt koppling till den personliga hälsan, vilket vissa också reflekterade över. Det var inte bara den egna hälsan som värnades utan även eventuella barn i familjen och arbetarna, som vid ekologisk odling slipper utsättas för direktkontakt med bekämpningsmedel:

Så det är både miljö, natur och hälsa och sedan även det här att...man inte vill...jag vill liksom inte bidra till att någon annan mår dåligt i något annat land bara för att jag ska köpa billig mat, så tänker jag också...att...ja som det här med att de har ju inte samma arbetsmiljölagar och så i andra fattigare länder (intervju med Tobias).

En av intervjupersonerna ger uttryck för att konsumtionen blir mer meningsfull:

Det känns bättre tror jag, rent allmänt när man går runt där och man letar, det känns som att man har, att man...gör någonting, som betyder någonting /.../ inte bara någonting man ska konsumera och äta upp eller så utan...som...man får någon sorts...bekräftelse eller någonting kanske, att man...man känner sig lite bättre som människa (intervju med Johan).

I mitt empiriska material framträder en medvetenhet som närmar sig dåligt samvete, en medvetenhet om att den egna konsumtionen, vilken i sin tur genomsyrar hela individens liv, påverkar allt runtomkring dem. Detta är en medvetenhet som smärtar när de själva inser att de inte riktigt klarar att ta hänsyn till alla aspekter av konsumtionskedjan vid varje köp. De kräver mer av sig själva: *Nästa steg är väl att börja köpa mer ekologiska kläder, köpa mer FairTrade och köpa begagnat känner jag, men...ja...som sagt, ologiskt och hyckleri är vad jag håller på med (intervju med Oskar).* Johan visar också en stark medvetenhet om sin egen oförmåga att alltid göra rätt: *och det kan ju...när man är lite låg, äta upp en lite (skratt) att man ändå sitter där och tror sig vara en medveten människa men ändå gör...de här lite mindre bra valen...* (intervju med Johan). Brist på tid nämndes också av intervjupersonerna som en försvårande omständighet, vilken minskade deras möjligheter att agera på ett sätt som stämde överens med de etiska värderingar som de eftersträvade: *det är ju det här med tiden alltid klart, att man...skulle ju vilja vara duktigare och...ja...till och med odla själv, men det räcker ju inte till (intervju med Sandra).* Detta stämmer med vad Anna-Lisa Lindén skriver. Hon menar att när konsekvenser av nya beteendemönster ”inkräktar på bekvämlighet och tidsåtgång” (2004:24) blir det svårare att ta sig an nya vardagsbeteenden.

Ambivalens

Trots att mina intervjupersoner visar på en relativt stor tillit till de miljö- och rättvisemärkningar som finns på matvaror ute i butikerna märktes också en ambivalens. Vissa reflektioner visar att även när engagemanget finns, så finns en underliggande visshet att märkningen trots allt kan ha fel, även om risken ses som liten;

...när man köper ekologiskt så får man ju då, man vet kanske inte till hundra procent att det är, man vet att det är, finns någon slags garanti för att det är så mycket, för att det är bättre än konventionella produkter.. (intervju med Jessica)

En annan intervjuperson ger uttryck för ambivalensen i förhållande till information och artiklar som dyker upp då och då: *där är ju mindre tungmetaller när man äter ekologiskt...så att det är ju...mätbart skillnad faktiskt ju...om det nu stämmer med vad de skriver och säger...*(intervju med Sandra). Även farhågor att det ofta dyrare priset på ekologiska produkter är ett resultat av att butikerna utnyttjar människors vilja att visa hänsyn gentemot djur, natur och medmänniskor genom att lägga på mer än vad som behövs, uttrycktes:

I så fall så kan man ibland tycka och misstänka att det är...affären, butiksledet som lägger på lite för mycket och det är ju inte det jag vill, jag är beredd att betala mer för just de här, ja förbättringarna som jag anser att miljömärkningarna bär med sig, men däremot så tycker jag inte att butikerna ska göra större vinst för att folk är miljömedvetna eller vill ta social hänsyn...(intervju med Cecilia).

Enligt Klintman et al. är det viktigt att märkningen av varor är tydlig, detta för att kunden själv sällan har insyn i hur produkten blivit tillverkad och har dålig insyn i de sociala omständigheterna för arbetare i andra delar av världen. I de fall konsumenten vill köpa exempelvis sin mat enligt etiska riktlinjer, måste de sätta sin lit till de experter som skall kontrollera produktionsprocessens sociala och miljömässiga förhållanden (2008:20,32).

Omgivningens reaktioner – den dominerande diskursen

Intervjupersonerna hade lite olika erfarenheter av hur deras respektive omgivningar reagerat på deras engagemang för frågor rörande miljö och sociala värden. Materialet visar dock tydligt att det trots den utbredda diskussionen om miljöfrågor på det offentliga planet i samhället, finns en underliggande norm på det mer privata planet, som försvarar ett mindre reflexivt beteende, där bland annat konsumtion av konventionella produkter är det mer accepterade än konsumtion av ekologiska produkter. Mina intervjupersoner upplever att deras omgivning, till viss del, både ifrågasätter och förlöjligar dem samtidigt som den försöker avslöja intervjupersonens eventuella dubbelmoral och på så sätt ”avväpna” dem. De som kan tänkas företräda den undertryckta moderniteten har att försvara sig mot den dominerande moderniteten (Eder, 1998:215), vilken hävdar större kunskap och en rationalitet som anses sitta inne med ett större förnuft och ett mer ärligt förhållande till vad de gör än den undertryckta diskursen.

Precis som intervjupersonerna själva uppvisar en ambivalens i förhållande till de märkningar som produkterna säljs med, visar omgivningens reaktioner på en misstro i samma,

men mer bestämd anda. En intervjuperson berättar att vissa kommenterar att man inte kan lita på att det är ekologiskt. Andra menar att omgivningen kan peka på att man är dum som går på det, att man blir lurad: *killkompisar som säger så att; går du på den [ohörbart] det är ju samma* (intervju med Sandra). En annan intervjuperson berättar:

många säger att det bara är lögn, att vad dum jag är som tror på de där märkningarna, att det finns ju inga, vem ska kunna kontrollera att det är KRAV-märkt, att det inte används massa kemikalier och sedan hävdar de att det finns bevis, ja det har man ju hört, säger de, att de har hittat massa bekämpningsmedel i KRAVs produkter – och det stämmer ju – ...och man kan ju inte veta liksom (intervju med Oskar).

Här syns återigen tydligt ambivalensen i förhållande till tilliten till märkningen vilken nu förstärks genom kritikerna runtomkring konsumenten. Johan berättar vidare om reaktioner som uppstår när han diskuterar ämnet med kollegor:

så kan det bli ganska provocerande för folk som gärna tar upp...ja till exempel det här med att det är för dyrt till exempel...och att det inte finns, och att...och en del säger ju till och med att, som; vaddå det spelar ingen roll, det kvittar liksom... Han fortsätter: ...att det bara är påhitt alltihopa ungefär (intervju med Johan).

Samtidigt finns det hos personerna i mitt material en tanke om att vissa kommenterar bara för att bråka eller tjafsa: *men det var ju mest för att kivas klart då...* (intervju med Sandra). Det visar ändå att valet att köpa ekologiska varor provocerar.

Andra reaktioner handlade om att intervjupersonerna sågs som ”tramsiga”. En person berättar: *jag tycker man kunde nästan bli lite mobbad för det lite grand förr, alltså inte mobbad så men...(skratt)...att det var trams* (intervju med Sandra) och någon annan säger att: *det är så jag resonerar, men de tycker jag är lite tramsig* (intervju med Oskar). Att påstå att någon är ”tramsig” nedvärderar den personens utsagor och värderingar och det blir svårare att upprätthålla sin egen trovärdighet och att föra en seriös konversation.

En person som väljer att köpa ekologiska produkter och som kanske även i andra sammanhang, som till exempel angående sopsortering, visar sitt miljöengagemang för sin omgivning kan uppfattas som lite extrem:

det är som att det fortfarande finns någon sorts så här...liten radikalisering kring det, /.../ som att man är nästan då extremvänster nästan, bara för att man alltid handlar ekologisk mat och när man då argumenterar om det, och framför allt om man då börjar dra in tredje världen eller någonting i det också (intervju med Johan).

I de nämnda exemplen, vittnar intervjupersonerna om ett ifrågasättande av deras intellekt och deras kapacitet att göra smarta val i vardagen. Klaus Eder reflekterar över hur det han kallar "det borgerliga samhället" (1998:213) nedvärderade de motrörelser som protesterade mot moderniseringen efter upplysningen, genom att kalla dem irrationella. Denna kritik av motrörelser menar Eder fortfarande är aktiv, om än i olika uttryck, som till exempel när teoretiker talar om icke-industrialiserade samhällen som "kvarlevor från en traditionell kultur" (1998:214) eller när samhällskriser ger upphov till motrörelser vilkas reaktion antas ha sin grund i att individen längtar tillbaka till en tid som ska ha varit mer oproblematisk. Även Sellerberg diskuterar i sin rapport hur miljövännen beskrivs som "världsfrånvända och romantiska" (1994:91). Det är i detta som Eder vill att vi ska sluta tänka på motrörelser som traditionalister och istället tänka oss en modernitet som är undertryckt i förhållande till den dominerande moderniteten (1998:215). Liksom Klaus Eder diskuterar rationalitet med ett ögonkast i riktning mot Max Webers teori om rationalitet gör Stehr och Adolf (2010) det också. De menar att på den moraliserade marknaden konfronteras den materiella rationaliteten med värderationella handlingar som hållbarhet och solidaritet (2010:217-218) och likaså talar Klintman et al. om en "utvidgad konsumentrationellitet" som tillåter att hänsyn tas till långsiktiga och omvärldsbejakande värden (2008:117).

Det insamlade materialet visar, som en av intervjupersonerna uttryckte sig när han vid en släktmiddag konfronterades med familjemedlemmar som kritiserade hans utgångspunkter inom miljöområdet: *det var som att sitta i "heta stolen"* (intervju med Oskar), att det finns en känsla av att de måste rättfärdiga sig inför sin omgivning. Att genom bland annat sin konsumtion av miljömärkta produkter visa sitt engagemang för djuretik och miljö, kan provocera omgivningen till att kritisera minsta avsteg som denna individ gör från sina egna värderingar:

så kan det vara liksom hur mycket dubbelmoral och oetiskt som helst, men sedan när man börjar diskutera själv /.../ finns det en procents...där man inte följer sitt eget liksom resonemang, då är liksom; ha, du funkade inte, då kör jag vidare som jag gör...ungefär. Man hittar alla sorts sätt att liksom försvara sitt eget icketänkande (skratt)...(intervju med Jessica).

En annan intervjuperson uttrycker lite samma sak:

nu är det precis som att bara för man jobbar med miljöfrågor och tycker det är viktigt, då förväntar sig människor att jag ska göra allting rätt precis hela tiden och annars tror de inte på mig...(intervju med Oskar).

Här märks samma tendenser som Sellerberg tar upp, ”en impuls till avslöjande” (1994:84) väcks. Hon berättar till exempel hur det i USA fanns särskilda organisationer som såg som sin uppgift att avslöja miljöorganisationers eventuella dubbelmoral och snedsteg. Sellerberg berättar vidare hur hennes empiri visar att allmänheten uppmanas till skepsis och kan ses som naiv om den tror på den information som olika miljöorganisationer sänder ut. Ironiska tongångar används för att belysa det som ses som tillkortakommanden hos dem som presenterar sig själva som miljökampar men som trots det inte alltid är konsekventa (1994:85-91).

Inte bara negativt

Trots att mitt empiriska material visar att omgivningen kan vara kritisk gentemot medmänniskor som väljer att konsumera med hänsyn till etiska värden, framkommer också att deras val smittat av sig lite grand, åtminstone på den närmaste familjen och vännerna.

En intervjuperson berättar om ett minne från när hon flyttat hemifrån: *när jag kom hem...till mina föräldrar så, så brukade mamma komma och säga [ändrar rösten till glad]; åh titta [Cecilia], nu har jag köpt ekologisk mjölk!* (intervju med Cecilia). Även Oskar berättar att förutom att hans familj köper en eller annan ekologisk produkt så hör hans vänner gärna av sig för att visa sitt stöd:

en viss förändring är det och det tycker jag ändå på mina närmsta vänner, ibland kommer det ett sms eller ett mms, från en kompis; kolla här vad jag har köpt! – sedan en bild på en ekologisk mjölk eller... diskmedel som är Svanenmärkt (intervju med Oskar).

Detta upplevs som positiva reaktioner från en del av omgivningen som kanske tidigare varit mer negativt inställd till ämnet.

”Man själv vill ju absolut inte vara den där pråktiga” – den undertryckta diskursen

I de samtal som jag haft med mina intervjupersoner framträder en medvetenhet om att omgivningen kan bli provocerad av deras val, vilket i sin tur gör att man kanske hellre avstår från att tala om saken. En strategisk tystnad uppstår för att man inte vill irritera sin omgivning med åsikter och beteenden som kan störa den sociala samvaron genom att ”pracka på” omgivningen de egna åsikterna, vilka kan framstå som alltför ”pråktiga”.

Sandra, som upplevde att killkompisarna retades lite med henne, menar att det inte är något som hon tar upp själv, utom möjligen om det händelsevis förs på tal: *att man råkar väl säga, eller råkar och råkar, man säger att man handlar givetvis ekologiskt i första hand, men det är ingenting som...* Hon fortsätter: *nej så det blir aldrig, kommer aldrig på tapeten så...* (intervju med Sandra). En känsla av att tränga sig på med sina värderingar uttrycks också. Cecilia säger: *jag tror att det som håller tillbaka mig lite är att jag tycker inte riktigt om att känna mig som en pådyvlande missionär* och hon fortsätter med att säga att om frågan dyker upp kan hon tala om det, bara det inte är hon som börjar: *då vill jag ju gärna svara och prata och diskutera men, men att det inte är jag som...ja...så, varenda gång; åh nej! Hon igen!..(skratt) så, det vill jag ju inte ha* (intervju med Cecilia). En liknande tanke finns hos Jessica som också har uttryckt en ovilja att vara ”pråktig” och då hellre avstår från att diskutera ämnet med andra: *man själv vill ju absolut inte vara den där pråktiga som ska säga till vad, vad folk ska göra och så och då blir det den där, friktionen liksom...* Efter att ha berättat att hon köper det hon vill utan att prata om det så mycket fortsätter hon: *jag går inte runt och liksom snackar om att, kanske jag kan nämna någonting eller tipsa om någonting eller sådär men...* (intervju med Jessica). Någon annan uttrycker i det närmaste en obestämbar känsla av skam och eventuellt en rädsla att hans konsumtion ska ses som skrytsam eller moraliserande i förhållande till andra i butiken:

sedan kan man ju ibland tycka när man står och handlar på [livsmedelsaffären] och det är ganska mycket folk...och så när man lägger upp så här ekologisk vara efter ekologisk vara, att man är lite...lite så där, åh, vad pråktig jag är! Och så står det någon bakom så här med, 4-barnsmamma, skitstressad med sådana här stora paket med allt som hon ska ha liksom, då känner man sig så här lite...(skratt)...skäms vet jag inte om det är ordet men...men man känner sig lite, lite...ja, jag vet inte.....(intervju med Johan).

Men det är inte alla som avstår från att prata med sin omgivning om miljöfrågor utan viss självsäkerhet uppvisas också, dock med en reflektion över om omgivningen verkligen kan stå ut med dem: *jo men det gör jag från och till rättså mycket. Sedan känner jag att ibland så blir de väldigt irriterade på mig. De blir; åh, nu kommer [Oskar] med sitt snack igen!* (intervju med Oskar). En annan av intervjupersonerna säger också: *Jag brukar propagera för sådant (skratt), jag kan bli väldigt engagerad, nästan lite för påtvingande, liksom; nu måste du handla det här istället!* (intervju med Tobias).

Även en känsla av att inte vara normal eller att vara ”speciell” uttrycks i intervjuerna och intervjupersonerna refererar till exempel till konventionellt framställda produkter som ”vanliga” och butiker som inte uteslutande säljer ekologiska produkter beskrivs också som ”vanliga” affärer. Tobias berättar till exempel hur han avstår från att köpa konventionellt framställd mjölk vilken han refererar till som ”vanlig”: *men skulle det vara att; nehej, mjölken var slut där, nej jag vill inte ha den vanliga liksom*, och han gör en liknande koppling när han talar om matbutiker som inte har så stort ekologiskt utbud: *när jag flyttade hemifrån, så fanns det ju, då hittade man ju ingenting...ekologiskt...i vanliga butiker då* (intervju med Tobias). En önskan om att inte skylta med sina värderingar som något annorlunda uttrycks så här:

komma med en Coopkasse liksom det gör ju vem som helst så det är inget märkvärdigt med det, men kommer man med en [eko-butiken]-kasse då är det något särskilt...och det kanske man inte vill...eller så vill man det, det är ju bra att göra reklam för dem, samtidigt så kanske man inte, det är den här inre dialogen som dyker upp igen, att man inte vill vara den där speciella (intervju med Jessica).

Denna tanke om att märka ut sig som annorlunda fanns hos flera av mina intervjupersoner. Sandra refererar också till icke miljömärkta varor som ”vanliga”: *alltså en som är vanliga sorten om man säger så* och hon funderar över sin omgivnings reaktioner när hon började köpa ekologisk mat: *eller de tyckte man gjorde sig märkvärdig för man handla det, det vet jag inte* (intervju med Sandra).

Hur mina intervjupersoner förhåller sig till sitt val att köpa ekologiska och/eller rättvisemärkta produkter verkar delvis bero på hur deras omgivning ställer sig till det valet. En accepterande omgivning som inte kritiserar och/eller ifrågasätter intervjupersonens val att köpa till exempel ekologisk mat, lämnar större utrymme för en konstruktiv diskussion om ämnet. När intervjupersonen uppfattar det som att hennes eller hans omgivning blir irriterad och provocerad av dennas engagemang i miljö- och etikfrågor verkar det istället bidra till att

intervjupersonen försöker att inte synliggöra eller tala om sina inköp av ekologiska produkter. Känslan av att de bryter mot en normaliserad företeelse blir tydlig när de refererar till konventionellt framställda produkter som de ”vanliga”.

Moraliseringen av marknaden – en textanalys

Förutom direkta miljö- och rättvisemärkningar som till exempel KRAV, Fair Trade, Svanen och Bra Miljöval används till viss del ett speciellt språkbruk. Både konventionellt framställda produkter och produkter med miljö- eller rättvisemärkning uppvisar en diskurs som lovar omtanke om djur, natur och medmänniskor. Användningen av uttryck som omtanke, varsamhet och kärlek, uppfattar jag som ett tecken på att det finns en medvetenhet från producenternas sida om att konsumenterna idag reflekterar över varornas innehåll och ursprung och att detta skulle kunna påverka försäljningen. Detta skulle överensstämja med vad Stehr och Adolf påpekar, att det finns ett samspel mellan producent och konsument och att (delar av) marknaden moraliserar sig själv vare sig alla konsumenter deltar i moraliseringen eller ej (2010:220). Vare sig det rör sig om konventionellt framställda produkter eller ekologiska, så används ord som signalerar omtänksamhet om något. Även Anna-Lisa Lindén (2004) talar om relationen mellan konsument och producent som en ”styrningsfunktion” där båda parter skapar en identitet genom miljömärkta varor (2004:71) och som exempel lyfter hon fram elmarknaden där många företag skyltar med att de har grön el, trots att produktionen av ”grön energi /.../ utgör en mycket liten andel av energiproduktionen” (2004:72). Detta kan jämföras med hur en del matproducenter menar att ekologiska produkter är en självklarhet i deras sortiment, trots att dessa är ytterst få i jämförelse med mängden andra produkter som de säljer (se t.ex. <http://www.felix.se/om-oss/>).

Varsamhet och omtanke

På en påse chips som *inte* är miljö- eller rättvisemärkt sägs till exempel att ”härinne tvättas potatisen, varsamt” och även att de är ”varsamt saltade” (Bjäre Chips). Några andra chips ”är varsamt friterade”(OLW). På en förpackning till en fryst matpaj, sägs att den är ”bakad med omtanke i Dalarna” medan en annan är ”tillagad med omtanke i Skåne” (Felix). En fryst kladdkaka ”är bakad med mycket omtanke” (Ekströms) och ytterligare en är ”bakad med kärlek” (Frödinge). Även en brödtillverkare deklarerar att ”vi bakar med kärlek” (Pågen) trots att det rör sig om ett storskaligt bageri där brödet framställs i maskiner som påminner om vilken industri som helst (se film här: www.pagen.se). En konventionell filmjolk är ”skapad

med omsorg” (Skånemejerier) och en annan färdigrätt har framställts ”med kärlek till god mat” och med ”omtanke om varje detalj” (Findus).

Inte bara svenska produkter har påverkats av den ”moraliserade” kulturen på marknaden. På en påse engelska chips beskriver man tillverkningsprocessen: ”hand cooked with care” (Kettle Chips). Här vill jag relatera till att Stehr och Adolf (2010) menar att en av de sociala förändringar som påverkar och möjliggör en utbredning av en moraliserad marknad är globaliseringen (2010:221). Människor reser och lär sig och varor exporteras och importeras långväga ifrån vilket i sig bidrar till en större medvetenhet om olika marknadens konkurrensförutsättningar, där konsumenters ökade krav på god social etik och ekologisk hållbarhet är några av dessa.

Även på produkter som säljs med någon form av ekologi- eller rättvisemärkning används ord som signalerar försiktighet och omsorg. COOPs eget märke för ekologiska produkter, Änglamark, har till exempel undertexten ”När du visar omtanke om dig själv, dina nära och din omvärld”. En påse ekologiska chips berättar att man ”försiktigt friterar i ekologisk solrosolja” (Gårds Chips) och både ekologisk mjölk och yoghurt från en större mjölkproducent berättar att produkten ”varsamt tagits om hand” på mejeriet (Skånemejerier). Även deras ekologiska vispgräddor sägs vara ”skapad med omsorg” och antyder att grädden blir smakrik och god för att kon som producerat mjölken ”lever ett bra liv på ekologiska gårdar” (Skånemejerier).

Kanske upplever producenterna ett behov att förstärka en redan miljömärkt produkt med ord, för att marknaden aktörer också förhåller sig till den ambivalens som konsumenter, till exempel mina intervjupersoner, uttrycker i förhållande till olika miljö- och rättvisemärkningar. Dessa texter som signalerar godhet, omtanke och kärlek kan relateras till det som Eder kallar ”symboliska paket” och som används av både miljørörelsen och dess konkurrenter (1998:253-254). Han understryker också att när dessa symboler används är det för att skapa en bild av sig själv på marknaden som en organisation som värnar om ”det gemensamma goda”, nämligen ”den naturliga miljön” (1998:289).

Den lilla fabriken i den vackra, anrika miljön

Precis som ord som signalerar omsorg om produkten, sänder vissa producenter ut signaler med estetiskt och storleksmässigt innehåll. Storleken är då oftast liten och man visar gärna på hur gården funnits i samma familjs ägo i generationer. Detta skulle kunna ses som en ”flirt” med de konsumenter som värnar om närproducerade produkter, vilket kan relateras till det

som Klintman et al. diskuterar, att närproducerat förknippas med inhemskt producerat och dessutom antas vara bättre än importerad mat (2008:28-32).

En ekologisk mejeriprodukt som säljs av en större mejeriproducent berättar att mjölken ”kommer från välmående kor som betar fritt på de bördiga markerna” och en av gårdarna lyfts fram genom att bonden och gårdens katt presenteras med förnamn. Dessutom skrivs att det rör sig om ett ”litet mejeri” (Skånemejerier). På en konventionell mjölkprodukt presenteras bönderna med enbart förnamn och vilket år deras farfar köpte gården, det är dessutom en bild på bönderna och deras kor (Skånemejerier). De ovan nämnda ”varsamt saltade” chipsen sägs vara framställda i ”den lilla fabriken” vilken omges av gårdarna som producerar de råvaror som används. Den omkringliggande miljön beskrivs som Sveriges ”kanske /.../ vackraste färskpotatisdistrikt” (Bjäre Chips). En rabarberdryck beskriver ägarna till musteriets med förnamn och berättar att dryckesserien kommer från ”familjens egna recept, framtagna med kärlek till historien” och området de kommer ifrån (Kiviks Musteri).

Just att gårdsägarna presenteras med förnamn signalerar en familjaritet som tar bort det anonyma som kan upplevas i samband med en stor industri. Dessutom kan det industriella ses som raka motsatsen till småskaligt, ekologiskt jordbruk, vilket skulle kunna ses som en konkurrensfördel i en tid då miljöproblem står på den politiska dagordningen.

Motreaktioner – dynamiken fortsätter

När jag analyserade förpackningstexter så reagerade jag på att vissa produkter eventuellt signalerar någon sorts reaktion mot all ”varsamhet” och ”omtanke”. En chipstillverkare informerar att det i påsen finns ”lätsaltade potatisskivor utan krusiduller” (Estrella Original Potatiships) medan en ölburk beskriver sitt innehåll som ”inget tjafs och inga konstigheter” (Norrlands Guld). Kommentarer skulle även kunna tolkas som en försäkran om att det inte finns några tillsatser, som till exempel konserveringsmedel och annat.

Min textanalys av matförpackningar skulle kunna tolkas som att delar av marknaden reagerat på den samhällsdebatt som kritiserar storskalig, exploaterande matproduktion, vare sig det rör sig om produkter med någon form av miljö- eller rättvisemärkning eller produkter som framstår som konventionellt framställda. Dessutom kan en eventuell motreaktion skönjas, som en irriterad protest vilken menar att produkten smakar gott, utan en massa fjäskiga omskrivningar. Men för att undersöka om en sådan ”protestdiskurs” finns, skulle ytterligare empiri behöva samlas in, kanske under en längre period, för att sedan analyseras vidare.

Sammanfattning och avslutande diskussion

De etiska konsumenter jag intervjuat uppvisar en ganska stark tillit till de miljömärkningar de navigerar efter när de ska göra sina inköp. Att mina intervjupersoner visar en ambivalens i förhållande till trovärdigheten i märkningarna kan betyda att de verkligen är osäkra i förhållande till märkningarnas trovärdighet, men också att de lyssnar till människor i deras omgivning som menar att miljömärkningarna bara är ”lögn” och ”påhitt”. Dessa kommentarer bidrar också till att intervjupersonerna ofta undviker att tala om sin konsumtion för att inte väcka irritation.

I de olika diskurserna om så kallad etisk konsumtion kan en konflikt skönjas. Även om Eder (1998) talar om den dominerande respektive undertryckta moderniteten så kan man genom marknadens reaktioner se att den dominerande också förhåller sig till rörelsen inom den undertryckta moderniteten. Det som Stehr och Adolf (2010) talar om som en moraliserad marknad ser jag i den ”omtänksamhetsdiskurs” som framträder genom exempelvis de matförpackningar jag tittat på men även i organiserade sammanhang som CSR – corporate social responsibility (www.csrsweden.se), Social Banking – kollektivt ägda banker (se ex. www.ekobanken.se) och olika miljö- och rättvisemärkningar (KRAV, Fair Trade) på produkter. Både den undertryckta (miljö)diskursen och den dominerande (konventionella) diskursen förhåller sig till varandra. Den undertryckta kan dock fortfarande antas vara i minoritetsställning för även om frågor som rör miljö, naturvård och social rättvisa för jordens människor är legitima mål att arbeta för rent politiskt (se t.ex. www.miljomal.se), så verkar tanken om ett mer personligt ansvar fortfarande vara lite svårare att diskutera. Detta märks bland annat genom de reaktioner som mina intervjupersoner upplever att deras omgivning ger uttryck för. Intervjupersonernas berättelser vittnar också om en känsla av att vara ”speciell”. Att köpa sin mat i en eko-butik upplevs som en speciell handling, till skillnad från om man går in i en ”vanlig” butik. Omgivningen ser sådana inköp som tydliga ställningstaganden och en av intervjupersonerna påpekar det inkonsekventa i detta. Att gå till en ”vanlig” butik som COOP upplevs som en ”icke-handling” och som det normala (intervju med Jessica).

Med tanke på att ekologisk framställning av mat syftar till att minska mängden giftiga utsläpp i naturen och öka välfärden för djur och arbetare inom matindustrin, skulle det förväntade vara en allmän uppslutning bakom dessa värden. Det borde ses som positivt ur moralisk synvinkel. Men ändå upplever mina intervjupersoner att de bemöts negativt av sin omgivning. Varför blir det så?

Ett flertal studier fokuserar på vad etisk konsumtion betyder för den enskilda konsumenten eller huruvida det ska ses som en altruistisk eller egennyttig handling. Andra fokuserar på varför vissa väljer att konsumera enligt etiska riktlinjer och hur många som gör det. Jag skulle önska att framtida studier även beaktar att konsumenter förhåller sig till olika diskurser vilket också påverkar deras attityder och handlingsmönster. Detta bidrar till en dynamik som gör sig gällande i människors vardag. Eventuellt skulle etisk konsumtion som normbrytare kunna studeras i större utsträckning – också ur ett genusperspektiv. Det skulle dessutom vara intressant att läsa mer om varför diskussionen om moraliska värden i sig provocerar människor och vad som ligger bakom motståndet mot så kallad etisk konsumtion, både på strukturell och på individuell nivå. Slutligen är det viktigt att titta på om det verkligen stämmer att ökad ekonomisk välfärd gynnar viljan att engagera sig i frågor som rör miljön och social rättvisa (se ex Lindén, 2004). Stehr och Adolf säger att ”det genomsnittliga hushållet [inom OECD-länderna] idag bara spenderar 30-40 procent av sin inkomst på grundläggande behov” som mat och tak över huvudet (2010:216, min översättning). Om detta stämmer borde inte mina intervjupersoner möta ett sådant motstånd från sina medmänniskor.

Är den moraliserade marknaden en del av den nya moderniteten?

Som avslutning vill jag jämföra de två huvudteorier som jag använt mig av i uppsatsen för att se hur deras visioner står sig i förhållande till varandra och i jämförelse med min studie. När Eder diskuterar hur de olika symboliska paket som miljörelsen använder sig av påverkar den offentliga diskursen så att andra aktörer också börjar förmedla ”gröna” bilder av sig själva, tangerar han det som Stehr och Adolf menar när de talar om en moralisering av marknaden. Eder talar om att samhället går in i en postkorporativistisk ordning där ekologi utgör överramkategori och där det gemensamma goda ska värnas. När det gemensamma goda ska definieras, diskuteras och värdesätts går det inte att undvika en moralisk argumentation (1998:274-275). Stehr och Adolf (2010) diskuterar i sin tur hur marknaden kommer att förhålla sig till konsumenternas förväntade krav på ansvarsfullhet i förhållande till ekologiska, ekonomiska och sociala värden istället för att, vad som tidigare antogs, enbart utgå ifrån rent individualistiskt ekonomiska värden. Marknaden styrs också av politiska mål och inom- och mellanstatliga regleringar (2010:219-220).

Även om Eder utgår ifrån att det finns flera diskurser som konkurrerar med varandra, också inom miljörelsen, slår han an en ganska säker ton när han talar om hur ekologi

kommer att dominera den offentliga diskursen. Stehr och Adolf är, tolv år senare, lite mer försiktiga i sin förhoppning om att andra värden än rent ekonomiska ska dominera marknaden. Om vi dessutom tittar på den rapport som Sellerberg (1994) skrev för nästan 20 år sedan om reaktioner på ordet miljöns nya betydelse och användning och ställer dessa i relation till mina intervjupersoners berättelser, verkar det som att det kan dröja innan miljödiskursen respektive den konventionella diskursen har lika många och lika starka spelare i kampen om vem som ska få sätta dagordningen i den offentliga debatten.

Referenslista

Litteratur

Crang, M. & Cook, I. (2007). *Doing Ethnographies*. SAGE publications Ltd.

Eder, K. (1998). *Natur och samhälle: Om det praktiska förnuftets evolution*. Göteborg: Bokförlaget Daidalos AB.

Jacobsson, K. (2008). Den svårfångade kvaliteten. I Sjöberg, K. & Wästerfors, D. (red.) *Uppdrag: Forskning*. Malmö: Liber AB.

Klintman, M., Boström, M., Ekelund, L. & Lindén, A-L. (2008). *Maten märks; Förutsättningar för konsumentmakt*. Lunds Universitet: Informationsenheten, Sociologiska institutionen.

Lindén, A-L. (2004). *Miljömedvetna medborgare och grön politik*. Stockholm: Formas.

Lindgren, S. (2011). Textanalys. I Fangen, K. & Sellerberg, A-M. (red.) *Många möjliga metoder*. Lund: Studentlitteratur AB.

Lundin, E. (2008). Konsten att hitta sin teori. I Sjöberg, K. & Wästerfors, D. (red.) *Uppdrag: Forskning*. Malmö: Liber AB.

Sellerberg, A-M. (1994). *Miljöns sociala dynamik: om ambivalens, skepsis, utpekanden, avslöjanden m.m.* Research Reports. Lunds Universitet: Sociologiska institutionen.

Sjöberg, K. (2008). Forskaren och fältet. I Sjöberg, K. & Wästerfors, D. (red.) *Uppdrag: Forskning*. Malmö: Liber AB.

Stehr, N. & Adolf, M. (2010). Consumption between Market and Morals: A Socio-cultural Consideration of Moralized Markets. I *European Journal of Social Theory* 2010 13:213. SAGE publications.

Internetlänkar

Adolf, Marian

http://www.questu.ca/academics/faculty/visiting_tutors/marian_adolf.php

[2012-05-01, kl.22.55]

CSR-Sweden

<http://www.csrsweden.se/Strategi2020.aspx>

[2012-02-19, kl.22.05]

Eder, Klaus

http://www.bgss.hu-berlin.de/lehrbereiche/struktur/mitarbeiter/2438?set_language=en

[2012-04-06, kl.17.54]

Felix

<http://www.felix.se/om-oss/>

[2012-05-18, kl.17.45]

Naturvårdsverket – Sveriges miljömål

<http://www.miljomal.se/nas-miljokvalitetsmalen/>

[2012-05-18, kl.16.08]

Nya Moderaterna

http://www.moderat.se/web/Var_politik.aspx

[2012-04-06, kl.20.00]

Pågens bageri – hemsida

<http://pagen.se/Vart-bageri/sa-har-bakar-vi-brod/>

[2012-05-18, kl.17.40]

Stehr, Nico – Karl Mannheim professor i kulturstudier

<http://www.zu.de/english/departments/stehr.php>

[2012-04-08, kl.14.40]

Sellerberg, Ann-Mari

<http://www3.soc.lu.se/index.php?id=144>

[2012-05-02, kl.15.52]

Social Banking – Ekobankens hemsida

<http://www.ekobanken.se/?id=2185>

[2012-04-09, kl.20.35]

Bilaga 1 – Intervjuguide

Inledning

Tack för att du tar dig tid till den här intervjun.....

Intervjun är viktig för mig för att knyta teorier om etisk konsumtion till konsumenters egna erfarenheter.....

Är det okej om jag spelar in intervjun? Det underlättar arbetet för mig och risken för missförstånd minskar i jämförelse med om jag bara skulle ta anteckningar. (Eftersom jag kommer att tvingas förenkla för att hinna med att anteckna och det är till nackdel vid analysarbetet.)

Konfidentialitet; ingen annan än jag och personer inom universitetet som hjälper mig med uppsatsen kommer att ha tillgång till vad vi pratar om här och jag anonymiserar intervjun så att ingen skall kunna veta vem som sagt vad.

Du får gärna en utskrift av intervjun om du vill det.

Du får när som helst fråga om det är något du undrar över.

FRÅGOR

Etisk konsumtion (ex FairTrade och ekologi)

Brukar du handla varor med någon form av miljömärkning som exempelvis Demeter, KRAV eller EU-märkningen för ekologiskt jordbruk?

- (om ja)** Varför?
Vilken märkning?
I vilken utsträckning? Ungefär hälften av det du köper? Mer?
- (om nej)** Varför inte?

När du ska köpa en vara eller tjänst, funderar du över hur varan du planerar att köpa är framställd?

Varför gör du det?

När började du med det?

Vad tänker du på då? Ex hur djuren du ska äta har levat? Om maten är besprutad? Om arbetskraften blir väl behandlad och får bra lön?

Varför inte?

(En del köper inte ekologiskt – varför då tror du?)

Kunskap om konsumtionsprodukterna

Upplever du att du kan mycket eller lite om frågor som rör produktion av varor och tjänster som du brukar köpa?

Brukar du söka efter sådan information?

Var söker du sådan information?

Kvantitet – Kvalitet – Pris

Är priset på varan viktigt för dig?

Varför det?

Varför inte?

Är det viktigt för dig att ofta köpa nya livsstilsprodukter (kläder, smycken, teknik)?

Varför?

Varför inte?

Vad tycker du om priset på ekologiska produkter?

Känslor och tankar

Brukar du tala med andra om frågor som rör ”etisk” konsumtion?

Har du fått kommentarer av någon i din närhet p.g.a. att du köper ekologiskt och/eller rättvisemärkta produkter?

Om vad i så fall?

Hur?

Vad svarar du på det?

Tycker du att frågor rörande framställning av mat och andra produkter diskuteras mycket i samhället i stort?

Påverkar det dig på något sätt?

Brukar du själv reflektera över varför du väljer som du gör?

Avsluta

Tacka för medverkan och påminn om kontaktuppgifter om det dyker upp frågor och erbjud återigen en utskrift av intervjun om så önskas.

Tilläggsfrågor

Kan du utveckla det vidare?

Hur menar du då?

Du pratade tidigare om.....kan du berätta mer om det?

Bilaga 2 – Intervjupersoner

De jag har intervjuat är mellan 30 och 50 år. Flera av dem har, åtminstone i någon mån, läst på universitet eller högskola medan andra inte har det. Varken samhällsklass, ålder, kön eller yrke är dock, enligt mig, av betydelse för analysen av mitt material i förhållande till min frågeställning. Jag presenterar dem här för att göra det empiriska materialet mindre ”sterilt”. Intervjupersonerna framträder inte med sina riktiga namn.

Oskar arbetar inom en miljöorganisation. Han är väldigt engagerad i det han gör och vill gärna att alla tar sitt ansvar när det gäller omsorg om våra gemensamma resurser. Han prioriterar ekologisk och vegetarisk mat i sin konsumtion och efterlyser bättre märkningar på produkter som t.ex. kläder, elektronik och vitvaror.

Jessica arbetar inom vården och är vegetarian sedan länge. Hon intresserar sig mycket för makt- och klasskillnader. Jessica köper främst ekologiska produkter men tycker det är bra om varan även är rättvisemärkt.

Sandra arbetar i anslutning till träindustrin. Hon intresserar sig privat för ekologi och närproducerade varor. Familjebildning var en av orsakerna till att hon började köpa ekologisk mat.

Tobias är butiksanställd och ekonomiansvarig. Han brinner sedan länge för frågor som rör natur och arbetsmiljö och ekologiska och rättvisemärkta produkter är ett självklart val för honom. Som en följd av sitt engagemang för djuretik inom matindustrin avstår han från att äta kött.

Johan arbetar inom äldreomsorgen. Som en följd av bland annat information om djurs levnadsförhållanden inom matindustrin avstår han i regel från att äta kött. Hans konsumtion består till största delen av ekologisk mat och miljömärkta hushållsprodukter.

Cecilia arbetar i viss utsträckning med miljöfrågor på ett företag. Hon började tidigt intressera sig för ekologisk mat och tanken på ett socialt, ekologiskt och ekonomiskt hållbart sätt att leva genomsyrar hennes inställning till livet.

Noter

¹ Jag utgår ifrån att när de talar om ”utvecklade länder” så menar de länder som är i ett mer eller mindre postindustriellt skede, med hög allmän levnadsstandard och viss välfärd. Även om jag generellt sett är kritisk till att vissa länder kallas utvecklade, eftersom jag anser att de flesta är utvecklade, bara på olika sätt.

² Här ställer jag mig dock lite frågande; Är jag partisk om jag, som i detta fall, själv är konsument av tjänster och produkter som (antas ha) producerats med hänsyn till ekologisk och social hållbarhet – kan jag då inte undersöka samma fenomen i förhållande till sociala och ekonomiska strukturer? Jag vill hävda att så länge jag hela tiden påminner mig själv om var jag står och är öppen för att andras aspekter kan vara (minst) lika sanna som mina och så länge jag inte försöker dölja min egen position bakom någon sorts allmängiltighet, så är jag ärlig och kan forska om allt.