

Lunds Universitet

Sociologiska institutionen

*"Här går jag och tar de
besprutade apelsinerna"*

Begränsning och ambivalens vid konsumtion och miljöhänsynstagande.

Författare: Mathilda Hektor

Kandidatuppsats: SOCK04, 15 högskolepoäng

Vårterminen år 2015

Handledare: Mikael Klintman

Abstract

Författare: Mathilda Hektor

Titel: "Här går jag och tar de besprutade apelsinerna": Begränsning och ambivalens vid konsumtion och miljöhänsynstagande.

Kandidatuppsats: SOCK04, 15 högskolepoäng

Handledare: Mikael Klintman

Sociologiska institutionen, vårterminen år 2015

I denna studie undersöker jag hur några studerande inom miljövetenskap, hanterar den problematik som råder mellan att försöka vara miljövänlig och upplevelser av de krav och begränsningar som innebär att leva i ett konsumtionsinriktat samhälle. Intresset ligger i att skapa en förståelse för hur denna problematik uppfattas av intervjupersonerna på en individnivå. Med hjälp av intervjuer undersöks det hur fem studenter med en inriktning i miljövetenskapliga studier uppfattar dessa strukturella begränsningar och känslorna som uppstår över detta. Det bakomliggande intresset kring min studie ligger i att jag under en tid uppfattat att miljömedvetna individer verkar stå inför stora utmaningar och problem i dagens samhälle. De verkar ha svårt att leva upp till sin miljöengagerade livsstil och betraktar en oro över konsumtionen och dess negativa effekter. Med hjälp av olika relevanta teorier kommer jag att beskriva studien utifrån fyra olika teman. Dessa teman presenteras såsom; konsumtionssamhällets strukturella begränsningar, där utgångspunkten studeras ur en miljöekonomisk aspekt, samt studeras det hur konsumenten begränsas via trender, miljömärkning och kvaliteten på produkterna. Sedan tolkas den upplevda motsättningen hos informanterna och deras känslor av kluvenhet. I det tredje temat analyseras den miljövänliga konsumtionen som ett avvikande beteende, vilket har skapat ett särskiljande och en viss fientlighet mellan olika konsumentgrupper i samhället. Slutligen nämner jag hur miljöansvaret ter sig på olika nivåer i samhället och uppfattningen om vart detta ansvar ska placeras. Det råder en oenighet hos forskarna om huruvida ansvaret bör fördelas mellan konsumenter och de högre (politiska och institutionella) instanser. Detta resulterar i att konsumtionssamhället begränsar den miljömedvetna konsumenten, samt att det kan skapa en motsättning hos dessa individer där de betraktar sig som otillräckliga och ambivalenta.

Nyckelord: Konsumtion, konsumtionssamhälle, konsument, ambivalens, ansvar, miljömärkning, stigma, motsättning.

Innehållsförteckning

ABSTRACT	2
INLEDNING	1
SYFTE	1
FORSKNINGSFRÅGOR	2
UPPSATSENS STRUKTUR.....	2
BAKGRUND.....	3
TEORETISK REFERENSRAM.....	4
STRUKTURELLA BEGRÄNSNINGAR FÖR HÅLLBAR KONSUMTION	4
MILJÖANSVAR PÅ OLIKA NIVÅER	6
SVÅRIGHETEN ATT GENOMFÖRA MILJÖMÄSSIGT OPTIMALA VAL	7
GRUPPER OCH UPPFATTNINGEN AV OLIKA KONSUMTIONSVALEN	9
METOD.....	10
KVALITATIV METOD	10
TILLVÄGAGÅNGSSÄTT	10
PILOTSTUDIE.....	11
INTERVJUER.....	11
URVAL.....	12
ANALYS OCH RESULTAT.....	13
STRUKTURELLA BEGRÄNSNINGAR FÖR HÅLLBAR KONSUMTION	13
MILJÖANSVAR PÅ OLIKA NIVÅER	15
SVÅRIGHETEN ATT GENOMFÖRA MILJÖMÄSSIGT OPTIMALA VAL	17
OLIKA KONSUMTIONSVAL SOM AVVIKANDE BETEENDE.....	19
SLUTSATSER OCH DISKUSSION	22
KONSUMTIONSSAMHÄLLETYS STYRNING OCH HUR MOTSÄTTNINGAR HANTERAS	22
VIDARE FORSKNING.....	23
LITTERATURLISTA	25
ELEKTRONISKA KÄLLOR	25
TRYCKTA KÄLLOR	25
BILAGA	27

Inledning

Hur resonerar de människor som visar ett särskilt intresse för miljö och hållbar utveckling, människor som genom sin miljömedvetenhet försöker göra en positiv inverkan på miljön, samtidigt som de lever i ett konsumtionssamhälle? I dagens samhälle konsumerar vi jämt och ständigt. Stora delar av vardagen kretsar kring just konsumtionen, som i sin tur styr vårt liv och skapar behov genom att nya trender oavbrutet uppkommer. Vi uppmanas att köpa mer, byta ut, slänga det gamla och ta in det nya. Det utpräglade slit-och-släng-samhället är både märkbart omiljövänligt och kan te sig förvirrande med de olika miljömärkningarna och dess olika betydelser som forcerar konsumenten med mycket information.

Jag upplever att bland många som når en högre nivå av miljömedvetenhet så verkar det finnas en strävan att kämpa emot det utpräglade konsumtionssamhället genom att forma en livsstil där konsumtion inte står i fokus. Dessa människor tycks ha en strävan efter ett samhälle där det existerar en påtagligt minskad konsumtion, där de nödvändigaste inköpen ska vara fria från skadliga kemikalier. Varorna ska vara lokalt producerade och samtidigt upprätthålla en god kvalitet. Jag vill studera närmare på skildringen mellan att leva i ett konsumtionssamhälle, samtidigt som de särskilt miljöambitiösa konsumenterna strävar efter ett miljöengagemang.

Uppsatsen har ett miljösociologiskt perspektiv inom området hållbar konsumtion. Jag använder mig även av miljöekonomiska insikter för att skapa en bred grund av det studerade ämnet. Det konstaterade miljöengagemanget är sociologiskt intressant att studera ur flera synvinklar. Inte minst dess relation till vår konsumtiska kultur som utgör en spänning mellan normer, något som sociologin är särskilt väl rustad för att undersöka. Ämnet är flitigt diskuterat bland människor med ett djupt inrotat miljöengagemang. Mitt mål är att uppmärksamma detta och även granska de känslor och åsikter som uppstår inom det här området. Genom att samla in och analysera intervjuer försöker jag tolka hur mina informanter - som studerar inom miljövetenskap - anser om sina egna konsumtionsvanor och reflektioner över dessa.

Syfte

I denna studie undersöker jag hur några studerande inom miljövetenskap, hanterar den problematik som råder mellan att försöka vara miljövänlig och upplevelser av de krav och begränsningar som innebär att leva i ett konsumtionsinriktat samhälle. Intresset ligger i att skapa en förståelse för hur denna problematik uppfattas av intervjupersonerna på en

individnivå. Dessa krav och begränsningar kan vara sociala processer i form av att känna tillhörighet eller distinktion från andra individer. Det kan även röra sig om strukturella hinder eller svårigheter för den enskildes förmåga till ett ansvarstagande. Uppsatsens syfte speglar en motsättning som jag upplever att många miljömedvetna människor handskas med i vardagen. Mina erfarenheter har sin grund i att jag bevittnat studenter och människor i min sociala krets, skapa olika trender som att exempelvis odla sina egna råvaror, eller aktivt välja bort klimatbovar, såsom kött, mejeriprodukter och andra omiljövänliga produkter. Dessa människor uppvisar ett förakt gentemot konsumtionssamhället, samtidigt som de inte kan undvika konsumtionen helt och hållet. Därför blir det intressant att analysera detta i en djupgående analys om varför just den här motsättningen uppkommer och hur det påverkar människors handlande. Hur ser den eventuella skuld känslan ut hos individer inom ett visst fält, över att inte vara kapabla till att leva miljövänligt fullt ut i vardagslivet?

Forskningsfrågor

- Vilka krav och begränsningar uppfattar intervjupersonerna att det innebär att leva i ett överflödssamhälle?
- Hur upplevs motsättningen hos intervjupersonerna av att leva i ett överflödssamhälle samtidigt som de vill sträva efter att vara miljövänliga?

Uppsatsens struktur

Jag kommer först att gå igenom några bakgrundsfaktorer, därefter kommer ett teoriavsnitt med relevanta teorier som kommer att knyta an till mina forskningsfrågor. Där intervjupersonernas egna perspektiv på individuell och en strukturell nivå kommer i uttryck. Jag har valt att belysa fyra teman, där "Svårigheten att genomföra miljömässigt optimala val" och "Grupper och uppfattningen av olika konsumtionsval" berörs på individnivå. Uppfattning av det strukturella perspektivet kommer att infinna sig i avsnitten: "Strukturella begränsningar för hållbar konsumtion" och "Miljöansvar på olika nivåer". Detta övergår i en metoddel, som kommer att genomsyra hela min studie. Uppsatsen avslutas med analys, slutsats, diskussion och vidare forskning där min studie knyts samman och besvarar frågeställningarna.

Bakgrund

Detta avsnitt syftar till att sätta in läsaren i ämnet samt väcka intresse och skapa en förförståelse inför det som kommer att behandlas.

Uppkomsten av miljöaktivism i Västeuropa kan spåras tillbaka till 1960-talet, där oron växte för konsekvenserna av den alltmer etablerade konsumtionen och produktionsutvecklingen. Det var uppenbart att denna utveckling ansågs som ett hot mot miljön då man bland annat såg hälsoeffekter av föroreningarna från industrier. Idag, ca. 50 år senare har överstatliga aktörer såsom Europeiska Unionen tillskrivit reformer där ansvaret över konsumtionen läggs på individerna i samhället istället för en högre politisk nivå där man försöker förändra strukturerna (Connolly, 2008:2).

I Norden har konsumtionen av miljömärkta varor och tjänster stigit med 83% sedan år 2003. Intresset av de miljömärkta varorna har ökat men tyvärr så hindras ofta konsumenterna av de högre priserna, då produkterna är i genomsnitt dubbelt så dyra i jämförelse med en kommersiell vara. Oftast har dessa miljömärkta varor en mindre uppenbar plats i butikshyllorna, vilket också gör det svårt för konsumenterna att urskilja dem. Därav uppmärksammas konsumenten mer av de konventionella varorna som får en mer framstående placering i affärerna (Mont et. al., 2013:26-28). Trots att Nordens befolkning anses konsumera mer miljömärkta varor, så ska man inte låta sig luras att vi är mer miljövänliga i jämförelse med andra länder. I vissa avseenden är det tvärtom, särskilt om vi jämför oss med utvecklingsländer (Mont et. al., 2013:26-28). När människor konsumerar bortser de ofta från produktionsprocessens förbrukande av råvaror, teknik och energi som ligger bakom varje produkt; samt de kostnader och miljöeffekter som uppkommer av produktionen och konsumtionen (Möllersten, 2009:11). Människor konsumerar idag en stor del av de resurser som naturen har att erbjuda. Exploateringen och nyttjandet av dessa resurser är så omfattande att vi glömmer bort att se resultatet av överkonsumtionen på framtidens tillstånd (Smith, 2013: 126-127). Det talas ofta om att uppnå en hållbar utveckling, vilket betyder att vi ska kunna "tillgodose våra behov idag, utan att äventyra den kommande generationens behov" (Bruntland report, 1986:154). En anledning till att överkonsumtionens konsekvenser förbises beror på en omfattande miljöbelastningsförskjutning, där rika länders förbättrade och bevarade miljö möjliggörs genom att förskjuta miljöbelastande verksamheter till fattigare länder. Trots detta så fortsätter det moderna industrialiserade samhället att uppmuntra människor att konsumera ännu mer för att gynna världsekonomin (Hornborg, 2010:138-140).

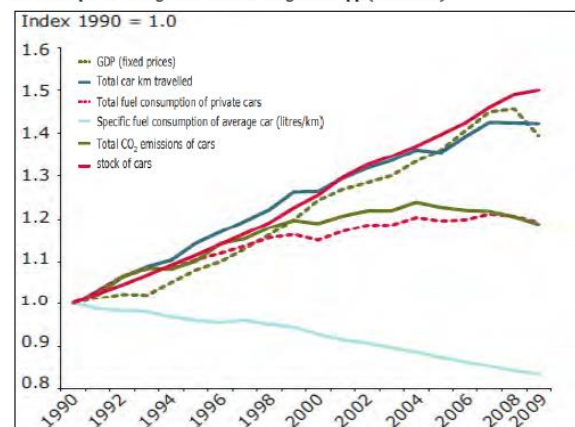
Teoretisk referensram

Strukturella begränsningar för hållbar konsumtion

Den konsumtiska kultur som råder idag har blivit en central del av livet. Det är en kultur som skapar begär, behov och längtan efter olika varor och tjänster utan att människor alltid reflektera över konsekvenserna av sina inköp. Samhällets normer föreskriver att individen ska vara ombytlig i sitt liv, genom en konsumtion av nya trender som ska ge uttryck för vår identitet. Denna kultur utgör ett outtalat tryck på individerna, där de pressas in i systemet och tvingas att efterfölja konsumtionssamhällets dominerande regler. Genom att produkter ofta verkar vara av begränsad kvalitet och hållbarhet skapar detta ett behov av merköp och driver fram snabbt förändliga konsumtionstrender. Det blir då svårt att avvika från dessa konsumtionsmönster eftersom det blivit en norm i samhället (Bauman, 2007:34, 63-65 & Mont et. al., 2013:38).

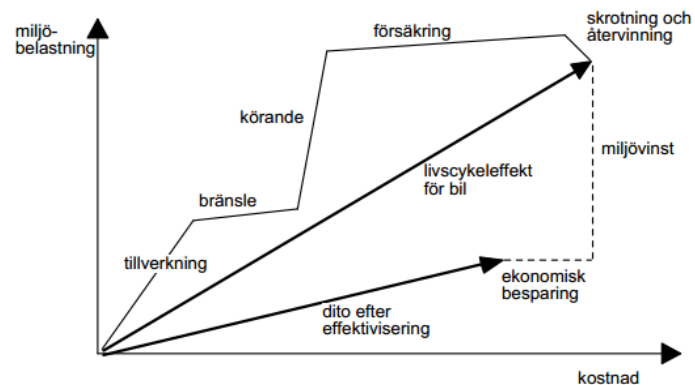
Ansvar för att minska miljöbelastningen läggs ofta på individen, genom att myndigheter och företag genom sin miljöinformation och miljöinriktade marknadsföring anmodar att vi bör ändra vårt konsumtionsbeteendet till mer miljöanpassade vanor. Vissa forskare i hållbar konsumtion hävdar att detta är överoptimistiskt, då de anser att hållbara levnadsmönster endast kan uppnås genom antingen en omorganisering av samhället och/eller en teknologisk utveckling, såsom effektivisering av produktionen (Mont et. al., 2013:25). Konsumenter uppmanas istället att konsumera mer miljömärkta produkter, vilket kanske ger bilden av att de kan bidra till en bättre miljö; det blir då enkelt att fortsätta konsumera i samma eller i en ökande takt, eftersom de får en känsla av att de tar ett större miljöansvar. Idag har vi genom den tekniska utveckling skapat möjligheter att minska utsläppen av produktionsprocesserna i Norden. Trots denna minskning och förbättring av effektiviseringen, så har utsläppen ändå ökat på grund av att man säljer fler varor på en mer enskild, nationell och internationell nivå (Mont et. al., 2013:23-24). Tabell 1, "utveckling av bränsleeffektiviteten hos en genomsnittlig bil jämsides trender i privatbilsägande och växthusutsläpp" (Mont et. al., 2013:27); visar att det skett en effektivisering av bilar, vilket har fört med sig ett minskat koldioxidutsläpp hos de enskilda

Figur 1 Utvecklingen av bränsleeffektiviteten hos en genomsnittlig bil jämsides trender i privatbilsägande och växthusgasutsläpp (EEA 2012)



bilarna. Men trenden av den totala bilanvändningen har i sin tur ökat kraftigt från år 1990 fram till år 2008 (Mont et.al, 2013:25). Ett annat exempel på detta är att andra produkter såsom TV-apparater eller kylskåp har blivit mer effektiva och energisnåla, men de har också blivit större i storleken och därav kräver de mer energi och resurser än innan effektiviseringen. Det har även skett en förminskning av vissa produkter såsom mobiltelefoner, vilket i sin tur kräver en ökad energiåtgång, på grund av att det ska vara möjligt att framställa mindre teknologiska förhållanden med kemikalier och unika metaller (Mont et. al, 2013:25-26). Denna process kallas Jevons paradox (rebound effekt) eller rekyleffekten (York, 2006:1 & Mont et. al., 2013:25). Produktionsprocessen effektiviseras och gör att användningen av exempelvis kol i industrier förbättras, vilket gör att fler produkter kan utvinnas per enhet kol. Kostnaderna för produktionen minskar alltså, vilket möjliggör att expandera försäljning och produktion för att eftersträva högre vinst. Detta gör att den totala kolkonsumtionen ökar då en effektivisering av produktionen skett. Följaktligen, när ett produktionssätt effektiviseras, och varorna blir billigare, så kan fler varor produceras för samma kostnad, och därav kan fler varor säljas, vilket gör att företaget vinner marknadsandelar, och kan generera ökade profiter. För konsumenter yttrar sig detta i att denne kan konsumera mer än tidigare, med sin inkomst (Jiborn & Kander, 2013:64 & Naturvårdsverket,

2006:12). Detta skapar en ny social struktur där beteendet påverkas av produktionen. När det sker en effektivisering kan konsumtionen beskrivas utifrån en hög- eller låg miljöbelastning. Detta kan förklaras utifrån modellen



Figur 2. Livscykeleffekt för bil. Sammansatt av deffekter enligt figur 1. X-axel visar här kostnad. Efter (Hertwich, 2005), hypotetiska värden.

nedan "Livscykeleffekt för bil" (Hertwich, 2005 i Naturvårdsverket, 2006:13): Denna modell beskriver att när en rationalisering av bilproduktionen sker så ger det även upphov till en ekonomisk kostnadsmässig besparing, såväl som en potentiell miljövinst. Men eftersom kostnaderna minskar så möjliggör det även för konsumenten att utöka sitt resande, vilket i slutändan leder till att kostnaderna blir desamma som innan effektiviseringen (Naturvårdsverket, 2006:14).

En annan teori som belyser en strukturell begränsning är materialitetsparadoxen (Schor,

2010:27, 40). Denna materialitetsparadox uppstår när produkter fungerar som symboliska kommunikatorer, där deras märken, stil och exklusivitet bidrar med att förmedla en slags social status, identitetskonstruktion samt att individen kan välja att sticka ut eller smälta in i samhället. Det vill säga, individerna konsumerar idag inte en produkt för den funktionella aspekten, utan för en efterlängtan av det symboliska värdet. När det symboliska värdet blir mer uppskattat i varor, där de fungerar för att förmedla snabbt skiftande och ombytliga identiteter, så leder det till att varornas symboliska värde snabbt urlakas. Följaktligen ökar konsumtionstakten när människor söker förmedla ständigt föränderliga identiteter, vilket i slutändan leder till en negativ miljöpåverkan. Den här materialitetsparadoxen består alltså i att när konsumtionen är av just icke-materiell mening så är konsumtionen och användningen av material som störst. Juliet Schor menar alltså att eftersom identitet och mode förändras snabbt över tiden, där det symboliska värdet eftersträvas främst, så beror överkonsumtion snarare på att vi inte är tillräckligt materialistiska.

Sammanfattningsvis beskrivs detta utifrån en strukturell nivå där det benämns hur samhällets olika krav och begränsningar påverkar individer och deras konsumtionsrelaterade beteendemönster. Genom att belysa dessa teorier kan det förstås hur individen uppfattar att de tar ett ansvarstagande över miljön; men även hur det symboliska värdet i varorna och tillhörighet till kulturen motiverar deras konsumtionsval.

Miljöansvar på olika nivåer

Jiborn & Kander (2013) beskriver att en hållbar utveckling är inte bara en fråga om teknisk utveckling, problemet ligger även på att vi måste förändra dagens konsumtionsbeteende. Men eftersom det är svårt att kartlägga konsumtionsbeteendet hos människor, så läggs ofta fokus på produktionen då det är enklare att uppskatta dess miljöpåverkan och åtgärderna för detta (Jiborn & Kander, 2013:65).

Håkan Pihl (2014), skildrar att sålänge det inte finns en tredje part, exempelvis i form av statlig reglering av hur en resurs får användas/ exploateras, uppstår det möjligheter för individer att agera ”opportunistiskt”, det vill säga de kan söka vinster på andras bekostnad. När ansvaret läggs på individen på detta sätt, så upplever individen att den påverkan som det egna handlandet har är ”en droppe i havet”, att det egna handlandet då inte gör någon skillnad sett till det stora hela. Detta verkar leda till en uppgivenhet i fråga om att agera ”moraliskt rätt”. Det ändå inte tycks spela någon roll, eftersom skadan kommer ske ändå. Därför menar Pihl att det kan vara viktigt att en tredje part styr utvecklingen mot ett hållbart samhälle genom diverse skatter som styr det kollektiva beteendemönstret i en viss önskvärd riktning

(Pihl, 2014:17-18, 29-32). Detta avsnitt är tänkt att ge förståelse för hur individer uppfattar miljöansvaret på en högre strukturell nivå, även hur attityder kring miljöansvar kan komma i uttryck hos individerna. Det påvisar även en komplexitet och en oenighet gällande vart ansvaret för miljön ska fördelas, vilket kan ses som en strukturell begränsning hos individen att sträva efter miljövänliga val.

Svårigheten att genomföra miljömässigt optimala val

De individer som besitter en högre formell utbildning och ett politiskt engagemang reflekterar i högre grad över sitt konsumerande, samt erfarar mest tveksamhet över att leva i ett konsumtionssamhälle (Boström & Klintman et. al., 2009:7). Adrienne Sörbom beskriver att de miljömärkta varorna, som de högutbildade fokuserar mer på, har en symbolisk innebörd, och får konsumenten att i viss mån känna att de är ansvarsfulla och som ger dem en känsla av att de vill vara ansvarstagande och bidra med en mindre klimatpåverkan. Dessa varor har främst en symbolisk innebörd i deras vardagsliv, där de påvisar att de är ansvarstagande konsumenter. Men trots deras miljöengagemang och miljövänliga konsumtion så kan de inte undgå att känna sig osäkra på vad effekten blir av deras handlingar, och om det går att förlita sig på miljömärkningens trovärdighet.

Det finns två sidor av hur denna tveksamhet uppstått (Boström & Klintman et. al., 2009:8); det första är de omfattande trenderna genom tiderna som har stärkt individernas kapacitet att öka jämställdheten mellan könen, samt att gå mot en politisk modernisering. Dessa trender benämns såsom avtraditionalisering, sekularisering och utbildning som har ökat och spridit sig i en allt mer bredare samhällsklass. Detta har även gett upphov till en individualisering där individen utvecklat en reflexivitet och ett kritiskt tänkande gentemot sina egna handlingar och auktoriteter. Men å andra sidan så har samhället utvecklat en komplexitet som bär med sig många risker, vilket gör att människor blir mer beroende av experter för att orientera sig i samhället. Här bemöts individen av många olika slags auktoriteter om hur de ska leva sina liv. Denna omfattande informationspridning kan skapa svårigheter för individen, som i och med sin begränsade förmåga att ta till sig all kunskap, ständigt måste hålla sig uppdaterad av diverse expertkunskaper. Därmed blir tillförseln och behovet av kunskap en självförstärkande spiral (Giddens, 1990, 1991; Beck, 1992; Nowotny et al., 2001 i Boström & Klintman et. al., 2009:7-8).

Miljömärkningar i butiker hjälper människor att förlita sig mer på vissa varor än andra (Boström & Klintman et. al., 2009:8, 9-14 & Klintman, 2013:72). Däremot kan det vara svårt att förlita sig på att aktörerna bakom varorna som är miljöcertifierade verkligen framställt

varan på ett hållbart sätt. Men för många som saknar kunskaperna om de olika varornas miljöpåverkan så sätter de sin tillit till dessa miljömärkningar, eftersom de inte vet vilka de annars ska lita på. Konsumtionen motiveras då främst för att göra det "rätta", men människor som anser sig vara miljömedvetna är snarare skeptiska mot den förenklade konsumentinformation och reklam som dessa märkningar ger. Många gånger kan det vara svårt att uppskatta den påverkan som en miljömärkt vara har jämförelsevis med en icke-miljömärkt vara. Vilket gör att den miljöansvarsfulle konsumenten tvingas följa vissa principer, såsom att köpa miljömärkta varor, trots sin skepsis mot den förenklade konsumentinformationen. Denna ambivalens som uppstår grundar sig på att konsumenten inte kan uppskatta alla konsekvenser som en vara ger och att en miljömärkt vara säger inte nödvändigtvis mycket om hur bra den är i jämförelse med en konventionell vara. Klintman menar att en sådan komplexitet och osäkerhet gör det nödvändigt att förlita sig på vissa principer. Alltså blir gröna miljömärkningar ett substitut för bristande kunskap om produktens innehåll och produktionsprocess. Men detta kanske inte är tillräckligt för att kunna förlita sig helt på dessa märkningarna.

Människors handlingar och medvetande har alltmer distanserats från naturen. Detta avstånd har orsakat en minskad oro för miljön, där man kanske inte reflekterar kring sitt beteende och de konsekvenser på miljön som uppkommer. Det har skett en urbäddning där människors ansträngningar och attityder gentemot miljöns tillstånd begränsas. Genom åtgärder såsom ekomärkning, normer, information, så kan en social återinbäddning ske, där relationen mellan konsumenterna och naturen återupprättas. Många konsumenter litar på dessa åtgärder och därav stärker detta deras ekologiska värderingar och ifrågasättande av konsumtionssamhället. Detta tillvägagångssätt erkänner att det samtidigt finns starka sociala strukturer, såsom globalisering av produktionen som motarbetar människors önskan att minska miljöskada. Det är ofta detta som bidrar till att det uppstår en klyfta mellan människors starka miljöattityd och deras svaga miljöpraxis.

I detta avsnitt kan vi urskilja hur miljömedvetna individer uppfattar en motsättning i konsumtionen. Genom miljömärkningarnas symboliska fasad får individerna en känsla av ansvarstagande, men de kan ändå inte undgå att känna sig osäkra över verksamheten bakom varje vara. Sammanfattningsvis kan denna motsättning uppfattas som tvetydig då konsumenterna både upplever en känsla av ansvar men också en brist på tilltro.

Grupper och uppfattningen av olika konsumtionsval

Stigmatisering (stigma), även kallat avvikande beteende, uppstår där olika beteendemönster delas in i olika stereotypiska roller och kategoriseras efter en statusordning; alltså kan stigma ses som en attribut markerat med skam eller missanpassning (Scheff, 2014:1-2). Detta uppstår när en individ eller grupp avviker från samhällets inpräntade normer och värderingar och därmed blir främmande för andra grupper. Människor delas in i olika kategorier efter vilka likvärdiga attribut de innehar och vad som uppfattas som ett normalt beteende för dessa individer (Goffman, 2011:910). Då skapas grunden för den sociala miljön som medlemmarna rör sig i, samt de sociala spelregler som är anpassade efter gruppens attribut. När en individ från en annan grupp träder in i en främmande social miljö sker det en kategorisering av denna person. Detta för att bedöma de olika egenskaper som personen innehar och för att få en bild av den sociala identiteten. Efter det första intrycket placeras individen i ett visst fack, där gruppen omedvetet ställer förväntningar och krav på den utomstående. Om den utomstående inte uppfyller de sociala krav som gruppen begär, så blir det uppenbart för gruppen att individens attribut inte motsvarar deras förväntningar, varefter personen ses som avvikande från gruppens normer och beteende. Pierre Bourdieu (1984) talar om hur konsumenternas livsstilar och deras smak för de olika kulturella föremål uppkommer genom uppfostran, utbildning, socialt umgänge och erfarenheter, som ger oss en bild av vilken smak, det vill säga vilken typ av konsumtion, som har ett distinktionsvärde, och som kan fungera som en slags kommunikation som markerar ens position i den sociala hierarkin, och att man besitter de ”rätta” kulturella kompetenserna (Bourdieu, 1984:1-2). Genom att individen är en produkt av uppfostran och utbildning, så skapar det sociala ursprunget olika hierarkier, där konsumenternas olika distinktioner fungerar som markörer av klass, förvärvade av kulturen. Konsumtionen blir då en slags kommunikation, där de kulturella objekten får en betydelse för de som innehar just den kulturella kompetensen. En individ som står utanför denna kultur och saknar förståelse för tydningen av objekten, kan känna sig vilsen och utanför den kulturen som objektet symboliseras av.

Slutligen avslutas teorin med att studera hur individen hanterar situationer som går emot dess egna värderingar. Det nämns även hur olika grupper tenderar att placera människors konsumtionsbeteende i olika fack, där de kan anses som gruppmedlemmar eller som avvikande från gruppens egna normer och värderingar. Detta kan ses som en motsättning hos individerna som strävar efter att göra miljömässiga val då det kan uppfattas som ett utanförskap hos andra grupper.

Metod

Kvalitativ metod

Min forskningsplan utgår ifrån en kvalitativ ansats, då denna metod grundar sig på att förstå snarare än att förklara situationen så ansåg jag att denna metod var mest lämpad till syftet, eftersom studien är inriktad på att lyfta fram intervjupersonernas egna definitioner och bilder av de utmaningar och miljöhänsynstagande de står inför i vardagen (Hennink m.fl., 2011). Då grunden ligger i att förstå en viss känsla hos en målgrupp, samt skapa ett holistiskt synsätt över det undersökta specifika fältet. I metodvalet kommer jag även att använda mig av intervjustudier då jag anser det som lämpligt. Genom intervjuer kommer jag att ta del av informanternas egna erfarenheter och reflektioner i förhållandet till min problemställning därmed uppnå ett inifrånperspektiv. Målet med detta är att tydliggöra och öka förståelsen för sammanhanget mellan de intervjuades berättelser och den upplevda motsättningen som uppsatsen vill belysa (Fangen & Sellerberg, 2011:57-58).

I början av min uppsats fanns tanken om att genomföra en litteraturstudie på den problematik jag ville undersöka. Den skulle endast innefatta en högre strukturell nivå där jag studerade hur konsumtionssamhället som struktur utövar olika krav och begränsningar på den miljövänliga konsumenten. Men valet hamnade istället på intervjustudie därför jag ville ta tillfället i akt att komma närmare intervjupersonerna. Detta genom att studera deras känslor på närmare håll, utveckla en djupare förståelse över vad de anser om konsumtionssamhällets strukturella krav och begränsningar, samt sin egna upplevda motsättning angående konsumtionen. Målet med detta var att hitta och förstå den process som ligger bakom ett beteende eller en känsla hos individen, alltså användes även Verstehen-metoden (Hennink m.fl., 2011:32-35).

Tillvägagångssätt

Studiens tillvägagångssätt baseras på grundad teori som kan ses som en cirkulär process påbörjades med att utforma och strukturera upp en preliminär frågeställning efter den problematiken som ska undersökas (Hennink m.fl., 2011:32, 131). Denna process karaktäriseras av ett ständigt samspel mellan de olika stegen som metodiken innefattar. Första steget; konstruktion av frågeställning, sammanslagning av teoretiskt och begreppsligt ramverk samt metodval. Andra steget; Rekrytering av informanter, sökning och inhämtning av empiri. Tredje steget; Bearbetning av den insamlade empirin i form av analysering, kategorisering

och tematisering. Grundad teorin menas då med hur teorins utveckling bygger på att växelvis tolka, begreppsliggöra och kategorisera den relevanta information som inhämtas och bearbetas. Denna process kan exempelvis belysas hur jag ändrade den tidigt formulerade frågeställning men även hur hantering av litteraturen fångade mitt intresse och vägledde mig in på andra spår vilket kom att påverka min studies utformning.

Grundad teori karaktäriseras även av en öppenhet där den teoretiska modellen inte ska hämtas utifrån en förförståelse, utan teorin ska grundas på den datainsamling och de iakttagelser som framhävs under analysens gång. Detta blir problematiskt för mig att använda denna metod fullt ut då jag redan innehar en förförståelse inför det observerade ämnet samt fastställda intervjufrågor som begränsar öppenheten i arbetet. Denna förförståelse inför ämnet har även påverkat vilka frågeställningar som ställs samt den sökningen av litteratur jag efterfrågar. Detta på gott och ont, då det är svårt att slå sig fri från denna kunskap och tänka utanför ramen, men också fördelaktigt då denna kunskap väglett mig genom forskningen.

Pilotstudie

I ett tidigt skede av undersökning utfördes jag en pilotstudie där avsikten för att testa intervjufrågorna. Pilotstudie kännetecknas som en förundersökning som bidrar till en god grund att stå på inför en större studie, då syftet är att undersöka hur frågorna fungerar i verkligheten (Hennink m.fl., 2011). Resultatet av detta blev att min valda metodik fastställdes då den fungerade bra under pilotstudien samt att intervjuguiden förtydligades och utökades med ytterligare två frågeställningarna. De frågor som uppfattades diffusa av informanterna korrigerades helt och tydliggjordes för att framhäva dess fulla syfte.

Intervjuer

I samband med studien genomfördes det fem intervjuer där nio intervjufrågor utformades utifrån syfte och frågeställning. Intervjuerna tog ca. 19-33 min och utfördes i ett grupprum på universitet, då jag strävade efter en lugn och neutral plats. Alla intervjuer spelades in som ljudfiler och transkriberades sedan för att lättare kunna analysera det inhämtade materialet. Därefter påbörjades en lokalisering av gemensamma drag i intervjuerna som sedan skulle utmärkas som teman i studien. Efter fem intervjuer upplevde jag en mättnad i den informationen som informanterna gav mig, men samtidigt ville jag fortsätta intervjuer då det uppkom nya intressanta aspekter. Under intervjun försökte jag att hålla mig i bakgrunden och lät informanterna ta plats och bidra med sina erfarenheter. Uppstod frågor och oklarheter hos

informanten under intervjun, så kunde jag genom stöttning vägleda dem (Hammersley m.fl., 2007:109, 120).

I studien finns ett ansvarstagande på min sida, att ta hänsyn till de etiska aspekter som kan tänkas uppkomma i analysprocessen. Jag anser att mitt val av ämne innebär en låg risk för att äventyra personlig integritet, vilket gör det enklare att undvika sårbarhet hos informanterna. Däremot är detta ett ämne som kan väcka många känslor och åsikter, då studien är inriktad på en målgrupp inom ett visst fält, där de är kritiska gentemot konsumtion. Dessa delade åsikter karaktäriseras av en politisk, moralisk och etisk aspekt som spelar en stor roll hos informanten. Det uppstod starka känslor kring vissa frågeställningar, vilket var intressant, samtidigt som det fanns ett hinder att förmedla dessa känslor utan att hota deras integritet. Trots starka känslor så väcktes många intressanta insikter och diskussioner, hos både mig och de intervjuade personerna, vilket gav mig en känsla av att vi alla fick ut något tänkvärt från intervjuerna. Ett problem som uppstod under intervjuerna var att informanterna ibland bemötte mina frågeställningar med kunskapsbaserade svar, istället för att utgå från frågornas sökande efter deras känsloupplevelse. När jag upplevde att detta hände försökte jag att vägleda dem tillbaka till sina egna tankar och känslor omkring ämnet.

Urval

Här är min intervjumetod utvecklad i två processer, där den första var sökandet efter en målgrupp som passade till min studie och det andra var att försöka rekrytera dem till att vara delaktiga och dela med sig av erfarenheter de själva besitter (Hennink m.fl., 2011:81-82). Då det fanns en önskan att nå ut till ett särskilt fält var jag tvungen att söka mig in i det fältet för att hitta lämpliga informanter. Fältet var student inom miljövetenskapliga och humanekologiska kurser. Där det fanns förhoppningar att hitta personer mellan 20-30 års ålder som har ståndpunkter inom hållbar konsumtion och som strävade efter att leva sina liv mer miljövänligt. I en fortsatt forskning kan det vara intresseväckande att undersöka hur andra grupper tolkar ämnet och ställa dessa grupperna mot varandra i en likhetsgranskning. Exempel på dessa fält kan vara individer i olika yrkesgrupper eller individer bosatta på landsbygden och innerstaden. På grund av den strikta tidsplanen så begränsades mitt urval till ett bekvämlighetsurval av informanter, där jag lätt kunde göra en bedömning på vilka personer som skulle anses lämpliga att delta i min studie. De är personer som besitter en viss kunskap, åsikter och engagemang inom ämnet. De fem informanterna anses ha ett brinnande intresse för miljön; de är motiverade över att göra bra konsumtionsval och lever för en framtid med en minskad klimatpåverkan (Hennink m.fl., 2011).

Analys och resultat

I denna del kommer jag att presentera fyra olika teman för att besvara frågeställningarna. Dessa teman ska ses ur ett helhetsperspektiv då de är länkade till varandra.

Strukturella begränsningar för hållbar konsumtion

Intervjuerna visar att det finns likvärdiga känslor och reflektioner gentemot den konsumistiska kulturen, som skapar ett behov och längtan hos individen inför vissa produkter. De uppvisar även en medvetenhet om konsumtionssamhällets utmärkande drag att tvinga in konsumenterna i en ofrånkomlig konsumtionsspiral, där exempelvis kvalitén på varorna inte bemöter deras förväntningar. Detta utgör ett hinder för de som önskar att eftersträva en miljövänlig livsstil, då de upplever att vissa varor måste konsumeras oftare på grund av den försämrade kvalitén. Bauman (2008) talar om att den konsumistiska kulturen utövar ett tvång över konsumenterna. Då konsumtionen har övergått till att vara en allt viktigare del i att uttrycka sin identitet, i och med att samhället blivit mer individualiserat och snabbföränderligt. Informanterna erfarar då en svårighet att gå emot denna kultur, då de uppfattar att konsumtionen utövas som en norm i samhället. De tolkas som upprörda över detta och det även upplevs en viss maktlöshet.

"Jag handlar för att jag behöver det och inte för att samhället säger att jag har en tom vägg där hemma som jag måste fylla upp med en tavla. Så hela grejen där med att jag behöver en tavla är fel, det är sjukt! Men ändå så känner jag någonstans att jag behöver den här tavlan och då gör det ont i kroppen på mig."

Informanterna ansåg att det krävs en bredare kunskap inför hur konsumtionen inverkar på miljön och klimatet. Det fanns en tydlig ståndpunkt, att detta engagemang och denna kunskap saknas på både individnivå och en högre strukturell nivå. Informanterna betonade på olika sätt vikten av att nå ut med bättre information och därav sträva mot en ökande konsumentkraft. De var skeptiska gentemot den mängd av information som konsumenterna förväntas att ta till sig, och ansåg även att det krävs större påverkan inom medievärlden, för att ändra konsumtionsbeteendet. En av de intervjuade hänvisade till att en bättre informationsspridning till konsumenterna och att exempelvis uppmärksamma vilka gifter i varorna som påverkar ur en hälsoaspekt.

"Ja, jag tänker lite på "rökning dödar", det fanns ju någon som satte upp en skylt på giffria bananer, alltså på ekologiska bananer".

De intervjuade förespråkade att lyfta just den konventionella varans negativa effekt på individens hälsa. Informanterna betraktade att vissa konsumenter nödvändigtvis inte behöver besvara sig för att förbättra miljöaspekten med sina konsumentval, utan de förespråkar istället en förbättring av deras konsumtionsval utifrån en hälsoaspekt. Konsumtionen riktas då mer till en självcentrerad synvinkel än ur ett större perspektiv. Detta blir intressant att analysera då informanterna uppfattar konsumtionen som individuellt målinriktad, där individen och dennes intressen står i centrum. Svagheten med denna analysering blir då lite tvivelaktig, då det är svårt att avgöra om konsumtion motiveras av detta egenintresse eller om konsumenternas kunskap gällande sanningen bakom konsumtionen brister. Nedan föreslår en informant hur uppmärksamhet ska riktas till hälsoaspekten för att öka en miljömedvetenhet

"[...]Jen lösning är hälsoaspekten, jag tror att många är väldigt omiljövänliga på grund av att de prioriterar andra saker med andra värden".

En av informanterna beskriver att det är svårt att hitta varor med lång hållbarhet och därav tvingas han att konsumera oftare på grund av den dåliga kvalitén på exempelvis kläder, vitvaror, teknik och skor. Informanterna försöker konsumera miljövänligt i en allt större utsträckning för att upprätthålla känslan av ett miljöansvar och minimera känslan av obeslutsamhet. Några av dem tillkännager att de ibland kan konsumera utanför de miljövänliga ramarna, då de anser att deras miljöhänsynstagande redan är tillräckligt eller inte har förmågan att göra medvetna val. Pihl (2014) talar om just detta miljöansvar, där det blir komplicerat att förstå vart ansvaret för miljön ska läggas. Informanter upplever då en motsättning, de är medvetna om att samtlig konsumtion är ofördelaktigt för miljön, men ändå kan de inte låta bli att ryckas med av vissa trender. Det kan uppstå en känsla av att konsumtionen är mer behaglig och accepterad om den innehar en miljövänlig inriktning.

"[...] jag var med i den här facebookgruppen 'Ekologiskt är logiskt', men det blev för mycket. Där blev det väldigt mycket av den här klassfrågan, som folk lägger fram bilder på och skriver: 'det här har jag köpt och så här mycket kostar det men jag får väl jobba lite extra timmar för att få igen det'".

I intervjuerna tecknas ett behov av att konsumera i en större omfattning. I nyhetsrapportering kan man ofta höra att vi konsumerat för lite för att "hjulen ska kunna rulla" i samhällsekonomin. En av mina informanter kämpar med denna motsättning med nya trender och känslan av att hänföras av dem. Hon beskriver sin önskan efter en ny mobiltelefon, men samtidigt har ett intryck av att det är felaktigt att köpa en ny, när hon har en fungerande.

"Men vet ju att man inte har något behov av det förrens någon har berättat om det. Djupt inom mig finns det en längtan efter att köpa en ny telefon fast jag redan

har en men det är ju inte så, det är ju för att någon har berättat för mig att jag behöver den här för att den har coola funktioner som jag egentligen inte har ett behov av”.

Miljöansvar på olika nivåer

Det fanns olika perspektiv hos intervjupersonerna i fråga om var i ansvaret för miljön bör läggas. Denna osäkerhet är genomgående i både teoridelen och intervjustudien. Den första attityden kring detta kan förklaras utifrån att samhället består av individer och att de kan påverka och ta ansvar genom konsumentmakten. Den andra attityden speglar då motsatsen där ansvaret ligger på en högre nivå och måste komma uppifrån såsom beslutsfattare inom politiken, media och företagen. Jag ser en motsättning hos informanterna där de ser att förändringar måste ske utifrån en teknologisk utveckling samt att förändra konsumtionsbeteendet. Det blir problematiskt då de har svårt att uppskatta om deras ansvarstagande och engagemang för en minskad klimatpåverkan gör en skillnad eller om detta endast kan påverkas från en institutionell eller organisatorisk nivå. I intervjuerna existerar det ett sådant stort engagemang över deras miljömedvetenhet och även en oro över att deras engagemang är meningslöst i längden. Då det är svårt att få bekräftat om ett miljöengagemang kan göra skillnad från individnivå?

I detta avsnitt redogör jag för hur informanterna reflekterar över kring den styrning och makt som utövas över deras konsumtionsvanor. En av dem som jag intervjuade ansåg att hon delvis bidrar till ett miljöansvar, dels för att hon utbildar sig inom miljöområdet och upplever ett behov att ta ett ansvar, därmed sprida kunskapen vidare till allmänheten. Men det uppstår också en obeslutsamhet beträffande hennes konsumtionsvanor då hon anser att det finns vissa frestelser såsom rökning, som hon då anser bli motsägelsefullt på grund av sitt miljöengagemang. Samtidigt som hon tar ett ansvar att representera sin utbildning så vill hon inte predika för sina närmaste vänner, som inte har ett lika stort intresse av att ta ett miljöansvar. Istället fokuserade hon mest på att ge ut information om det uppstod en nyfikenhet hos den andra parten. Här finns ett engagemang att påverka på individnivå genom att sprida ett ökande intresse för konsumentkraften i samhället.

De andra informanterna ansåg att ansvaret för konsumtionen både ska komma från konsumenten och från den institutionella och organisatoriska strukturen genom att mötas på mitten. Men de betonar vikten av hur betydelsefullt det är med konsumentkraft och ett miljöengagemang för att sträva mot en bättre klimatpåverkan och bevisa för samhället att de är för en förändring. De eftersträvar att konsumentkraften ska göra mer skillnad än vad den är

kapabel till. Eftersom det är det enda sättet för dem att känna hopp över att deras ansträngningar kan bidra med en bättre miljö. De har en vilja att kämpa för miljön, men de anser sig hindrade av samhällets styrande inverkan. Därav uppkommer en viss ambivalens ur den mån som konsumentmakten har möjlighet att påverka. Deras känslor över sin miljöpraxis uttrycks som en "droppe i havet" då ansvaret läggs på individen istället för att en tredje part såsom att staten går in och reglerar beteendemönster. Problematiken blir att de kan agera opportunistiskt, genom exempelvis överflödskonsumtion. Det blir svårt för dessa informanter att då handla moraliskt rätt eftersom det inte tycks spela någon roll, skadan kommer att ske ändå. En av informanterna kände ändå en glädje över att vara kapabel till att påverka på en social nivå genom att föregå med gott exempel i sina medvetna konsumtionsval och därmed influera olika aktörer att göra likadant.

"[...] den skillnaden gör att iallafall det sänder budskap att det kan löna sig för företagen att tänka om. Det har ju en direkt effekt också såklart men den känns ju mindre än själva konsumentkraftseffekten men många påstår att den är väldigt liten, men många bäckar små".

När jag frågade informanterna över hur de tänkte kring, och kände över sitt ansvar för miljöförbättringen, så kände samtliga informanter att de alltid kunde göra mer för miljön, detta trots att de, i mina ögonmått, tar ett stor individuellt ansvar för miljöförbättring, genom att välja bort kött, "vrålig" elektronik, nya kläder, nya möbler, och bilåkande. Jag urskiljer att dessa individer lever efter den kunskap som de besitter, detta utgör en press på att de ständigt ska göra rätt val för att undvika den ångest som omiljövänliga varor och tjänster medför.

"Eftersom jag går miljövetarprogrammet så känns det som ansvaret ligger där och på mig. Jag ska ju representera den här utbildning och då måste jag ju ta ett ansvar också. Men självklart så är det mitt eget ansvar och mitt fel att jag känner skuld".

En annan aspekt är hur människor distanserat sig alltmer från naturen, detta kan beskrivas genom teorin om social urbäddning där konsumenternas beteende inte reflekterar vad konsekvenserna blir på miljön. Informanter uppfattar sig som distanserade från naturen, genom olika åtgärdar återskapar de en känsla närmare till naturen. Exempelvis genom att minimera kemikalieanvändningen, odla egna grödor, undvika fordon eller att ha en överdådigt hem eller garderob. De anser att de inte kan leva ut ett fullständigt ansvarstagande, delvis för att de inte har så mycket andra miljövänliga alternativ än att konsumera ekologiskt märkta varor.

”Jag har precis börjat, det känns nästan tvunget för min del. Jag vill lära mig odla grönsaker, jag vill vara vegetarian och samtidigt styra vad jag äter och hur det går till”.

Svårigheten att genomföra miljömässigt optimala val

Under granskningen av intervjuerna fanns det en uppenbar kluvenhet över agerandet kring konsumtionen. Informanterna påpekar själva att det är svårt att undkomma den miljökunskap, de politiska åsikter som de besitter och som formar deras vardagsliv. De reflekterar mycket över hur de ska leva sina liv med den möjligaste lägsta klimatpåverkan. Precis som Boström & Klintman (2008) beskriver, så uppfattas att de miljömedvetna informanterna innehar ett större miljöengagemang och därmed reflekterar de mer över sina handlingars miljöimplikationer än vad människor med en lägre formell utbildning gör. Denna motsättning antar dock olika former hos de intervjuade. Där det uppstår en rådande motsättning mellan konsumtionsvanor och miljöhänsynstagande, där de vill förlita sig på miljömärkningar men samtidigt känner de en misstro. De upplever att miljömärkta varor fungerar som symboliska kommunikatorer vilket skapar en enkelhet hos informanterna att guida sig i butikhyllorna.

Jag uppfattar att det existerar en hög reflexivitet hos de intervjuade, som ständigt resonerar kring sitt handlande och har ett kritiskt tänkande gentemot samhället. Min uppmärksamhet riktades på att det särskilt fanns dessa känslor av tveksamhet och brist på förtroende vid klädkonsumtion och vid inköp av mat, då dessa inte bemötte de intervjuade personers miljömässiga krav för en hållbar produktion. En av informanterna skildrar en motvillig känsla när hon genomför vissa köp som går utanför hennes syn på ramen av att konsumera miljövänligt:

"[...] köper jag inte ekologisk mat så känner jag mig mer dum gentemot mig själv. Det är ju så att folk struntar ju i vad jag handlar men för mig känns det lite pinsamt, typ lite som: här går jag och tar dem besprutade apelsinerna. Det känns fel! Men nu är det ju så att vi nästan bara köper vegansk mat hemma och då har jag ångest över att köpa det där äckliga margarinet och smöret som endast innehåller 1,5 % fett, alltså det är palmolja i det och mycket kemikalier, jag blir så frustrerad".

Här åtskiljs hennes yttringar, vilket gör att hon lätt kan legitimera ett visst medgivande för sitt omiljövänliga handlande.

"[...] Men jag kan inte känna direkt någon obehagskänsla när jag konsumerar eftersom jag tycker att jag redan gör mycket skillnad för miljön."

Här blir det påtagligt att hennes inneboende kunskap påverkar hur hon resonerar över sina konsumentval. Men det visar även också på att hon har svårt att förlita sig på de produkterna som ska anses som miljövänliga, detta blir fascinerande då hon tycker att det uppkommer en pinsamhet att handla konventionella varor, samtidigt så förvirras hon av de sämre produkter som erbjuds vid konsumtionen av vegan kost.

Det finns en underliggande rädsla och tveksamhet över varor som ökar risken för exempelvis sjukdomen cancer eller annan ohälsa. De benämner inte specifikt denna känsla men under intervjuens gång så har det uppkommit att de aktivt valt bort vissa varor som just innehåller farliga kemikalier för att undvika sjukdomar. Informanterna bedömer att de inte har tillräckligt kunskap av varans ursprung och innehåll. De har en tydlig skepsis över att konsumera dessa varor.

"[...] bomullsindustrin är inte bra och färgningen är inte bra och det ska fraktas långt. Det här är mina sista hela byxor, så det behövs nya och de är dyra, det är svårt. Känns som det inte finns någon efterfrågan på miljövänliga kläder för det är inget som framhävs att det påverkar individen som köper det direkt som det är med mat typ "du får cancer av det här".

De påvisar även att det är svårt att veta hur tillförlitliga vissa varumärken är och att det krävs en djupare kunskap för belysa det.

"Men det finns ganska mycket ekologiska kläder som säljs, typ HM, Åhlens har, jag vet inte hur strikta deras regler är men de har iallafall".

Denna ambivalens kan te sig på två olika sätt, den ena aspekten upplyser hur individen är självständig och kan reflektera över sina egna handlingar och den andra aspekten handlar om att vi lever i ett komplext samhälle där individen är beroende av samhällelig expertis och information för vägledning. Min intervjustudie styrker just dessa två aspekter, beträffande hur informanterna då uppfattar miljömärkningar av varor. En informant berättar att det går i perioder när hon erfarar mest tveksamhet över sina konsumtionsval. Hon påtalar att hon periodvis innehar en högre miljömedveten och eftersträvar att leva väldigt klimatsmart, men dessa perioder övergår till en mättnadskänsla över sitt engagemang och hon tappar förhoppningarna om konsumentmakten. Det blir även tydligt att applicera Håkan Pihls (2014) teori om att det individuella handlandet ter sig "som en droppe i havet", där känslan av ens egna handlandet inte spelar någon roll.

" [...]vissa perioder när jag förtränger detta, man blir så trött av att tänka hela tiden och det känns som det inte gör någon skillnad ändå".

Här blir det även påtagligt ännu en gång huruvida konsumenten kan uppfatta obeslutsamhet över konsumtionen. Precis som Pihl (2014) också nämner upplevs det en känsla av att ens individuella handlande ter sig som en "droppe i havet" i jämförelsevis med alla andra. Uppfattningen blir då att ens egna handlandade inte spelar någon roll och gör ingen skillnad på samhälligt plan. Tecken på lösningen av miljöproblemen individualiseras ter genom att de kan verka vara självständiga och ansvarstagande i sina egna konsumtionsvanor. De strävar efter att vara oberoende av konsumtionssamhällets, genom att ha en kontrollerad användning av produkter, såsom odling. Där dem försöker motverka att deras konsumtion resulterar i en rekyleffekt. Dessa miljöproblemen flyttas från den högre politiska nivån till individens ansvar, vilket tydligt skapar en föreställning av ambivalens och ångest hos de intervjuade personerna.

Samtidigt så skymtas även en osäkerhet då de är i behov av mer kunskap från samhället för att kunna utföra rätt handlingar. De efterfrågar exempelvis en ökad kännedom om miljömärkta varors tillförlitlighet, miljöeffekter och hälsoeffekter. Dessa människor besitter redan mycket kunskap om varor och dess miljömärkningar, men de har fortfarande en känsla av att de saknar kunskapen att kunna bedöma varorna ur ett större perspektiv. De blir då beroende av samhällets expertis och ett fortsatt sökande efter kunskap. Då samhället karaktäriseras av en komplexitet blir det trots en bristande kunskap nödvändigt att förlita sig på miljömärkta varor.

Slutligen tolkas det att informanterna har en inneboende känsla av att deras tillvaro är onaturlig. De har distanserat från naturen och fränkommit en mer naturlig syn på framställning och användning av råvaror. Det finns även en stark oro över konsumenter som inte kan urskilja miljöeffekterna av deras handlingar. De känner sig begränsade i sina ansträngningar och attityder av globaliseringen och andra styrande strukturer som motarbetar deras önskan att gå mot en minskad miljöskada på global nivå. Den symboliska miljömärkningen hjälper individerna med en social återinbäddning, där de återupprättar en närmare känsla till naturen och en ökad ekologisk värdering. Då de anser att miljömärkta produkter står närmare naturen än vad de kemiskt besprutade och framställda produkterna har. Förhoppningen är då att minska klyftan mellan deras miljöpraxis och miljöattityd.

Grupper och uppfattningen av olika konsumtionsval

En annan intresseväckande aspekt som uppkom under intervjuerna var att informanterna uppmärksammade olika grupper och kulturer i samhället, de ansåg att miljöansvaret kan fördelas mellan olika individer beroende på deras egenskaper och förutsättningar. En informant resonerade om att det finns grupper såsom den äldre generationen där de är

uppväxta med andra vanor och tankemönster som karaktäriseras av ett minskat hänsynstagande till miljön. En annan informant talar om att ensamstående föräldrar med barn kanske inte prioriterar att lägga sin energi på att leva klimatsmart, då det kan finnas begränsningar i vardagsrutinerna såsom både ekonomin och tiden. Trots att informanterna accepterar dessa olika grupper i samhället med olika kunskapsbanker, normer, åsikter och ekonomiska begränsningarna så kan jag inte låta bli att studera en slags fientlighet gentemot dessa grupper och deras egna miljöengagerade omvärld. Vid en närmare studie på dessa intervjuer så kan Bourdieus (1984) teori om distinktion bekräftas, då intervjuerna urskiljer ett "vi-och-de-tänkande" hos informanterna. Med detta menas att de kategoriserar individer efter hur pass miljövänliga de anses vara. Deras egna fält innehar spelregler där medlemmarna strävar efter den begärda sociala identiteten och stärka gruppens gemensamma normer och värderingar. Inom detta fält ställs det även krav och förväntningar på varandra, då gruppen starkt symboliseras av en miljövänlig anda. Adrienne Sörbom (2009) talar om ett symboliskt ansvarstagande som dessa informanter anser sig ta genom sina konsumtionsval av miljömärkta varor. Detta blir en distinktionsmarkör som befäster deras position i det sociala fältet och det uppstår en acceptans för dessa medlemmar inom gruppen. Men trots deras miljöengagemang och miljövänliga konsumtion så kan de inte undgå att känna sig osäkra på vad effekten blir av deras handlingar, och om det går att förlita sig på miljömärkningens trovärdighet. En av mina kvinnliga informanter beskrev hur hon ibland får hopp om framtiden men upptäcker sedan att hon lever i en grupp med individer som har liknande livsstil som hon.

"Det händer ofta att jag tänker "Nu händer det grejer, alla bryr sig!". Men okej, vad har jag för kompisar, vad pluggar jag, var jobbar jag, men det är ju i min bubbla".

Informanterna är väldigt kritiska gentemot grupper som lever och formas efter materialitetsparadoxen. De innehar en tydlig fientlig inställning gentemot samhällets överkonsumtion och skrytkonsumtion som handlar just om det symboliska värdet som varorna ger oss. Det finns även ett behov av dessa produkter hos konsumenterna för att kunna bidra med en social status att kunna uttrycka oss från mängden. Det bildas då två motpoler här mellan de olika grupperna. De intervjuade ställer sig mot konsumtionssamhällets normer, sociala tillhörighet och varornas symboliska värde; och sen har vi den andra gruppen som längtar och upplever ett behov av det symboliska värdet för att känna en tillhörighet till samhället.

” Men jag försöker att inte handla saker och jag är ganska bra på att ge dåligt samvete till mina vänner när de säger "kolla vad jag har köpt!!" och jag svarar "okej".

Det blir uppenbart att de särskiljer sig från andra konsumenter som inte konsumerar av samma skäl. De intervjuade strävar ständigt efter att uppskatta varans materialistiska värde och frångå den symboliska aspekten. På så sätt så tar de hänsyn och värderar varan i sig och därav gå mot en ökad miljömedvetenhet och gruppens förväntningar. Det kan uppstå en del motsättningar inom och mellan dessa olika grupperna, hur de uppfattar varandra som accepterande avvikande. En intressant diskussion är hur köttkonsumtionen bemöts mellan olika grupper. Då en tänkvärd aspekt som uppstod under intervjun var hur en informant upplevde hur det är att utmärka sig själv som vegetarian men väljer att ibland stiga utanför kostens förväntningar och krav och äta en köttbit.

"[...] många vegetarianer kan säga till mig: "hur kan du äta kött ibland?". Då är det nästan värre att jag äter kött en gång i månaden än att nån annan som uttalat äter kött flera gånger i veckan".

Här uppstår en motsättning inom gruppen hos miljömedvetna människor, trots att de står på samma sida och kämpar för en bättre miljö. Det uppstår ett stigma i just denna aspekt då de vill undvika att bli bedömda för sina handlingar. Gränsen mellan att vara accepterad och inte accepterad i en grupp är skör. En miljömedveten person som väljer att gå utanför fältets ramar kan genast anses som stigmatiserad och placeras i ett annat fack.

”Men samtidigt kan jag känna när man är med de i min klass eftersom alla är så miljömedvetna, veganer och så ibland när jag äter fisk och har med mig en matlåda med fisk i i skolan och då kan jag känna [...] "vad tänker de nu när jag kommer med min laxbit från Norge där massa fisk har gått åt till den här lilla 100g". Men sen om man ska ut och resa så kan man få kommentaren "jaha, ska du verkligen ut och flyga, du som är miljövetare".

Här blir det också påtagligt om Bourdieus (1984) teori om distinktion, eftersom det finns en tydlig skillnad mellan kunskapen i olika grupper och hur det format deras sätt att vara. Då jag ser tydligt att grupper tillägnat sig kulturen och dess inneboende logik på olika sätt. Det blir även en förklaring till hur de olika hierarkierna ter mellan konsumenterna.

Mina intervjupersoner uppfattade även negativa uttalanden från andra angående sina matvanor. Dessa situationer uppstod mest på restaurang och i sällskap där erfarenheter kring klimatpåverkningar inte var så uttrycklig. Det bemöttes med ett visst förakt när de uttalade sig om sin vegetariska och veganska kost, det ses som främmande trots att de kämpar för en god

sak. Det är intressanta blir att granska det andra fältets uttalande gentemot vegetarianer och veganer. Då det existerar en etablerade köttkonsumtion i detta fält, blir det då normativt att se detta som en naturlig kost och annat som mer avvikande.

" Jag brukar jämföra mig med min vän som är vegetarian, ganska mainstream och har inte så mycket åsikter om konsumtion och sånt. Hon har inspirerat flera av hennes kompisar att bli vegetarianer medans jag är mer radikal i min syn på det och då tar folk mer avstånd från mig".

Konsumenter som står utanför sättet att handla miljömedvetet kan inte relatera till sig själva och vad som innefattar att leva i denna kultur och ta del av kulturobjekten. Därav kan det urskiljas att det uppstår olika attityder mellan grupperna. Grupperna har två olika kunskapsbaser som utgör olika sätt att kommunicera, därav kan vissa av informanterna ses som radikala för att andra grupperna inte kan tolka deras distinktion.

Slutsatser och diskussion

Konsumtionssamhällets styrning och hur motsättningar hanteras

Min studie visar att det finns strukturella krav och begränsningar hos informanterna som genomsyrar deras känslor och handlingar av att leva i ett överflödssamhälle. Den teorin som jag valt att belysa detta med är Zygmunt Baumanns beskrivelse av konsumtionssamhället, där denna teori appliceras på informanternas uppfattning av hur deras livsstil påverkas. De anser att samhället är en komplex struktur där kunskapen och engagemanget över klimatpåverkningarna inte är tillräckliga. De försöker motarbeta denna struktur genom en minskad privat konsumtion, men det blir påtagligt att konsumtionssamhället utövar ett förtryck att de ska konsumera varor som de egentligen inte behöver. Detta genom en sämre kvalitet på produkter men också genom nya attraherande trender som urlakar det symboliska värdet i de gamla varorna. Det är djupt problematiskt att samhället är uppmanar människor till merkonsumtion som bidrar till en rekyleffekt.

När min uppsats påbörjades utgick jag ifrån att det fanns en inre motsättning över konsumtion hos de miljömedvetna människor. Efter en närmare analys av mitt material har kompletterat denna mindre generalisering om hur motsättningens form och grad är varierande hos dessa individer. Detta beror på konsumenternas olikartade engagemang och åsikter kring de olika produkterna. En återkommande aspekt under intervjustudien var den rådande

motsättning samt den akademiska miljökunskap som de besitter och som styr deras känslor över konsumtionen. De upplever en viss press över att efterleva denna vetskap om vilken miljöpåverkan deras handlingar kan leda till. Kluvenhet uppstår då även när de orienterar sig bland de miljömärkta varor, där det är svårt med tilliten till dessa varor, då det är svårt att kartlägga dess produktionsprocess.

Ett mycket intresseväckande diskussionsämne som uppkom under intervjuerna var hur informanterna tolkar den kritik som de bemöts av från andra fält, som är rustade med ett mindre miljöengagemang. Det uppstår en distinktion mellan dessa grupper, där fientlighet gentemot varandras livsstilar avslöjas. Informanterna försöker då blottlägga materialitetsparadoxens negativa effekter och gå emot varornas symboliska värde. De nedvärderar grupper som strävar efter just det här symboliska värdet istället för varorna i sig. Pierre Bourdieu beskriver just detta särskiljandet mellan grupper som tenderar att skapa olika hierarkier där motsättningarna uppstår; detta genom att det blir svårt att tyda varandra mellan de olika grupper, då de besitter olika slags kulturella och sociala kapital. Motsättningen uppstår även inom den miljömedvetna gruppen där de ständigt försöker efterleva de krav som impliceras av att leva i denna grupp såsom att behöva konsumera omiljövänliga produkter som inte accepteras av medlemmarna.

En återkommande aspekt som genomsyrade hela uppsatsen var kartläggning av ansvarstagande för att förbättra miljöproblematiken. Ligger ansvaret på en högre nivå eller på konsumentmakten? Det är en fråga som upplevs att det råder en osäkerhet om. Många av mina informanter föreslår att miljöansvaret ska komma från både individnivå och makronivå genom en ökad engagemang och kunskap hos båda parterna. Här kan informanterna ses som ambivalenta, de urskiljer sig som otillräckliga över att ta ett ansvar men samtidigt existerar det en press över att ta ett stort ansvar för att representera sitt fält. I och med att informanterna känner sig inpressade i ett konsumtionssamhälle, så känner de ett stort ansvar över att vända den process av social urbäddning som sker, där människor separeras från naturen. Det är svårt för dem att upprätthålla en tillit till de grupper som informanterna anser vill motarbeta ett miljöengagemang på grund av de ekonomiska intressen.

Vidare forskning

Under min uppsats har många frågor uppkommit som motiverat mig till att vilja forska vidare i ämnet. Den första tanken som uppstod var en mer praktisk studie, där det finns en stor nyfikenhet över hur och om det är möjligt att vända konsumtionssamhället till en mer tillitsfull konsumtion med en betydelsefull minskad klimatpåverkan. Detta genom att kanske

genomföra en samhällsvetenskaplig studie på individnivå och kartlägga hur konsumenternas beteende förändras över tiden och stärka konsumentmakten. Jag anser att det kan bli omfattande att belysa denna fråga utifrån en strukturell nivå, då det krävs bland annat mer insyn i det politiska och ekonomiska systemet samt om det är möjligt att människorna kan få ett större inflytande i maktutövningen.

Ett annat perspektiv som skapade en förundrande känsla inom mig var informanternas sätt att uppmana andra konsumenter utanför deras fält, att inte konsumera av miljömässiga skäl utan av egocentriska skäl. De verkar anse att i och med att konsumenter är så distanserade från naturen, medan det är lättare för människor att relatera till sig själva och sin egna hälsa än att ta ansvar på en högre nivå såsom klimatpåverkan.

Litteraturlista

Elektroniska källor

Bruntland report: http://www.un.org/ga/search/view_doc.asp?symbol=A/RES/42/187

Naturvårdsverket, 2014-04-04

<http://www.naturvardsverket.se/Documents/publikationer/620-5623-9.pdf>

Tryckta källor

Bauman, Zygmunt (2008). *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos.

Boström, Magnus & Mikael Klintman (2009). *The green political food consumer*. In Laura Terragni, Magnus Boström, Bente Halkier, and Johanna Mäkelä (Red.), *Anthropology of food. Can consumers save the world?* No. S5 (September 10, 2009).

<http://aof.revues.org/index6394.html>.

Bourdieu, Pierre (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*.

<http://www.mit.edu/~allanmc/bourdieu1.pdf>

Connolly, J. & Prothero, A. (2003) *Sustainable Consumption: Consumption, Consumers and the Commodity Discourse*. *Consumption, Markets and Culture*, dec 2003, Vol. 6 Issue 4.

Fangen, Katrine & Sellerberg, Ann-Mari (red.) (2011). *Många möjliga metoder*. 1. uppl.

Lund: Studentlitteratur

Giddens, Anthony (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity in association with Blackwell.

Hammersley, Martyn & Atkinson, Paul (2007). *Ethnography: principles in practice*. 3. ed. Milton Park, Abingdon, Oxon: Routledge.

Hennink, Monique M., Hutter, Inge & Bailey, Ajay (2011). *Qualitative research methods*. Los Angeles: SAGE.

Hornborg, Alf (2010). *Myten om maskinen: essäer om makt, modernitet och miljö* / Alf Hornborg. Göteborg: Daidalos.

Jiborn, Magnus & Kander, Astrid (red.) (2013). *Generationsmålet: kontroverser kring klimat och konsumtion*. 1. uppl. Stockholm: Dialogos.

Klintman, Mikael (2013). Citizen-consumers and evolution: reducing environmental harm through our social motivation. Basingstoke: Palgrave Macmillan

Mont, Oksana, Kuusi, Helka, Power, Kate & Heiskanen, Eva (red.) (2010). *Förbättrade nordiskt beslutsfattande genom att skingra myter om hållbar konsumtion*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. <http://www.norden.org/sv/publikationer/publikationer/2013-552>

Möllersten, Björn (2009). *Det saknade miljömålet: om miljöpåverkan i andra länder av svensk konsumtion, med förslag till nytt miljö kvalitetsmål*. 2. uppl. [Göteborg]: Miljöförbundet Jordens vänner.

Pihl, Håkan (2014). *Miljöekonomi för en hållbar utveckling*. 5. [rev.] uppl. Lund: Studentlitteratur

Schor, Juliet. (2010). *Plenitude: the new economics of true wealth*. New York, N.Y.: Penguin Press

Smith, Richard (2013). *Capitalism and the destruction of life on Earth: Six theses on saving the humans*. Institute for Policy Research & Development, London. <http://www.paecon.net/PAEReview/issue64/Smith64.pdf>

York, Richard (2006). *Ecological Paradoxes: William Stanley Jevons and the Paperless Office*. <http://www.humanecologyreview.org/pastissues/her132/york.pdf>

Bilaga

1. Vad definierar du som grön konsumtion och gör det någon skillnad?
2. Skulle bättre information om produkterna vara en lösning?
3. Känner du att du tar ett miljöansvar?
4. Hur påverkar det dig och dina konsumtionsvanor?
5. När du köper något som du inte anser vara miljövänligt, vad har du då för känsla?
6. Vad känner du för kött, är det något du konsumerar?
7. Får du några reaktioner eller synpunkter från andra individer om dina konsumtionsvanor?
8. Känner du att det råder en motsättning mellan dina konsumtionsvanor och miljöhänsyn?
9. Vart anser du att ansvaret för konsumtionssamhället bör placeras?