

Klimatparadoxen - konsumtionens roll i en miljömedveten identitet

Gustav Lopez Valdivieso Svensson
Lunds universitet, Sociologiska institutionen
SOCK04 Kandidatkurs HT 18
Handledare: Henriette Frees Esholdt

Abstract:

Författare: Gustav Lopez Valdivieso Svensson

Titel: Klimatparadoxen - konsumtionens roll i en miljömedveten identitet

Kandidatuppsats: SOCK04, 15 hp

Handledare: Henriette Frees Esholdt

Sociologiska institutionen, Höstterminen 2018

Tidigare forskning kring klimat och identitet har framför allt fokuserat på hur vi kan förstå varför vissa människor konsumerar miljömedvetet, eller hur konsumtionen och identiteten hör ihop. Få studier har kopplat ihop just en miljömedveten identitet och den klimatsmarta konsumtionen, inte minst utifrån tanken om att vi lever i ett konsumtionssamhälle. Syftet med denna uppsats är att undersöka den miljömedvetna konsumtionen och vilken roll den har i den miljömedvetna identiteten. På grund av detta använder uppsatsen sig av intervjuer för att försök besvara en frågeställning om vilken roll konsumtion har i en miljömedveten identitet. Till detta används en teoretisk ram som kommer av teorier om konsumtionssamhället som presenterats av Jean Baudrillard och Zygmunt Bauman. Även Pierre Bourdieus teorier kring distinktion har använts. Med detta som grund har fyra stycken intervjuer genomförts med personer som identifierar sig som miljömedvetna. Intervjuerna har sedan analyserats utifrån konsumtionssamhället som teoretisk ram. Uppsatsen sluter sig till att konsumtionssamhället skapar ett sätt för människor att uttrycka sig och skilja ut sig från mängden genom sin konsumtion. Den miljömedvetna konsumtionen fyller en roll som särskiljande element för miljömedvetna identiteten, som ett sätt att bekräfta sin identitet, hävda sin egen individualitet och öka sin egen status. Utöver detta så fungerar konsumtionen även på ett individualiserande sätt eftersom den fungerar som en kraft som skiljer på människor.

Nyckelord: Konsumtion, identitet, konsumtionssamhälle, miljömedvetenhet

1. Introduktion:	2
1.1 Problemformulering och syfte:	4
1.2 Disposition:	4
2. Tidigare forskning:	4
3. Teori:	7
3.1 Baudrillard:	7
3.2 Bauman:	9
3.3 Bourdieu:	11
4. Metod:	12
4.1 Urval:	13
4.2 Genomförande:	13
4.3 Analysstrategi	15
4.4 Etik	17
5. Analys:	17
5.1 Individualismen	17
5.2 Det kollektiva och det individuella:	20
5.3 Negativ konsumtion	23
5.4 Det man inte pratar om	25
6. Avslutande diskussion:	26

1. Introduktion:

Att leva på ett miljövänligt sätt kan ofta vara jobbigt. Det är olika märkningar som ska vägas mot varandra, resor som tar längre tid eller helt enkelt inte blir av i brist på miljövänliga alternativ. På många sätt är en miljövänlig livsstil i dagens samhälle förknippat med många försvårande omständigheter. Varför väljer då, trots detta, en del människor att leva och konsumera på ett så miljövänligt sätt de kan? Besitter helt enkelt vissa människor en så stor drivkraft som gör att man trots allt förändrar sitt liv efter vad som är bra (och dåligt) för miljön? I den här uppsatsen vill jag snarare föra en annan argumentation, nämligen att den klimatsmarta konsumtionen är ett sätt att skilja ut sig själv från mängden. Det är sociologiskt intressant att titta närmare på miljömedvetenhet och konsumtion ur en social synvinkel eftersom klimatfrågan per definition är kollektiv. Ingen människa kan ensam rädda klimatet, och för att möta utmaningarna måste vi lyfta blicken till ett samhälleligt plan. Vad i samhället får människor att konsumera mer, och vilken betydelse har denna konsumtion för den miljömedvetna identiteten? För att komma åt kärnan i klimatkrisen så måste vi använda oss av detta perspektiv.

Människor, och alla levande organismer, behöver konsumera resurser för att överleva. Den mänskliga konsumtionen har dock de senaste 100-200 åren stigit till en tidigare icke skådad nivå, och man har på senare år börjat tala om vårt moderna samhälle som ett samhälle baserat på konsumtion, ett *konsumtionssamhälle*. Detta innebär bland annat att människor, istället för att konsumera för att leva, snarare lever för att konsumera. Många teoretiker har gett sig an att försöka beskriva konsumtionssamhället, bland andra Zygmunt Bauman och Jean Baudrillard, vilkas teorier redogörs för nedan. Den ökade konsumtionen ger också en ökad påverkan på klimatet. Kopplingen mellan den miljövänliga identiteten och konsumtionen har dock inte, i min mening, utforskats tillräckligt. Forskning har bland annat gjorts på kopplingen mellan konsumtion och identitet (Dittmar 2008, Belk 1998), men tanken kring vad just den miljömärkta, klimatsmarta konsumtionen gör för en miljömedveten identitet är inte utforskad i en tillfredsställande utsträckning. Om vi ska kunna möta den klimatkris som idag tornar upp sig vid horisonten så behöver vi också förstå de människor som försöker förhindra den framtiden. Därför anser jag att det är intressant att se vilken roll denna konsumtion har hos de människor som ser sig själva som miljömedvetna. Rymmer i

själva verket denna identitet en paradox som grundar sig i att identiteten som sådan är beroende av konsumtion? All konsumtion, och så även denna sorts konsumtion, skadar klimatet och då skulle den grund som identiteten vilar på stå i direkt motsättning till idealet att påverka klimatet så lite som möjligt.

1.1 Problemformulering och syfte:

Människor som ser sig själva som miljömedvetna väljer också ofta att konsumera på ett visst sätt. Man köper ekologiskt, närodlat eller produkter som på andra sätt är märkta för att de ska vara bra för miljön. Men vad grundar sig denna konsumtion i? Är det verkligen bara en praktik som formas av ens egna ideal, eller har människor fler anledningar till att ägna sig åt denna konsumtion? Jag har valt att undersöka detta med följande frågeställning:

- Vilken roll har konsumtionen i en miljömedveten identitet?

Syftet med studien är att undersöka och skaffa sig en förståelse för vilken roll konsumtionen har hos den miljömedvetna människan. Med ett perspektiv som grundar sig i att se samhället som ett konsumtionssamhälle så blir det ytterst viktigt att studera just konsumtionen i relation till den miljömedvetna identiteten. I tider där klimathotet kommer närmare och närmare och vi behöver minska vår påverkan på klimatet så måste vi också förstå vad samhället gör för att påverka individer till att vara eller inte vara miljömedvetna.

1.2 Disposition:

I nästa kapitel presenteras den tidigare forskning som finns kring klimat och identitet. I kapitel tre beskrivs det teoretiska ramverk som har använts i uppsatsen. Kapitel fyra presenterar den metod som har använts och vilket urval samt vilken analysstrategi som använts. Efter det beskriver kapitel fem själva analysen, och i kapitel sex presenteras en avslutande diskussion.

2. Tidigare forskning:

I detta avsnitt kommer jag att presentera den tidigare forskning som har gjorts i sociologi och anslutande forskningsfält. Den sociologiska forskningen kring miljö och klimat har bland annat fokuserat på genusaspekten av miljömedvetenhet. Detta beskrivs i tidskriften *Kvinder, Køn & Forskning* Nr. 3-4, exempelvis i Kate Sopers artikel *Beyond Consumerism: Reflections on Gender Politics, Pleasure and Sustainable Consumption* (2009, s. 92). Artikeln beskriver hur kvinnor ofta blir övertalade till att lägga sig till med "hyper-consumerist habits" (ibid), men att de även varit ledande i motstånd mot konsumism. Soper utforskar vidare hur samhället kan förändras i en mer miljövänlig, anti-konsumistisk anda. I artikeln *Cleanliness and consumption: exploring material and social structuring of domestic cleaning practices* undersöker Tulia Jack normer i Sverige gällande renhet för att kunna säga något om hur social och materiell infrastruktur kan påverka människors handlingar (2017). Hon menar att sociala normer och den rent materiella infrastrukturen samverkar för att påverka människors praktiker relaterade till renhet. För att påverka människor till att leva mer miljövänligt (använda mindre vatten och el) så måste man alltså påverka både de normer som finns kring renlighet, samt de materiella faktorer som spelar roll (exempelvis om man har en tvättmaskin i lägenheten eller en tvättstuga) (Jack 2017). Dessa två artiklar är exempel på hur sociologisk forskning har bedrivits i frågan om klimat. Dock är detta inte den riktning jag har velat ta min studie, och jag menar att det finns ett tomrum i forskningen som måste fyllas; kopplingen mellan konsumtion och identitet i hänsyn till miljöfrågan.

Malin Ideland har i sin bok *Den KRAV-märkta människan* lagt fram ett perspektiv som utifrån en normkritisk ståndpunkt ser miljömedvetenhet och hållbarhetstanken som särskiljande (2016, s. 11). Hon menar att det skapar ett ideal för hur människor bör vara och samtidigt "pekar ut individer och grupper som problem: den farliga befolkningen" (ibid). Med Foucaults maktbegrepp som ram beskriver hon hur den KRAV-märkta människan har blivit en diskurs och hur de som lever efter det idealet lever "i det sanna" (Foucault, citerad i Ideland 2016, s. 12). Materialet för boken är olika typer av läromedel och policydokument som rör hållbarhet (Ideland 2016, s. 18-19) samt reklam och annat på samma område (Ideland 2016, s. 22). Denna uppsats skiljer sig dock från Idelands bok i vilken teoretisk utgångspunkt samt vilken metod som använts. Ideland utgår ifrån en diskursanalys om en viss typ av

idealmänniska som hon menar finns i miljödiskursen (2016, s. 11). Jag använder mig av konsumtionssamhället som teoretisk ram i mitt arbete, och på detta sätt anser jag mig kunna bidra till en ökad kunskap på området kring miljömedvetenhet och hållbarhet.

Det har gjorts en del studier på miljömedvetna konsumenter, bland andra Diana Crane i *Environmental change and the future of consumption* samt i *Who is reducing their material consumption and why? A cross-cultural analysis of dematerialization behaviours* skriven av Lorraine Whitmarsh, Stuart Capstick och Nicholas Nash. Dessa artiklar undersöker vilken motivation som finns för att konsumera miljövänligt, och inte identiteten som sådan eller vad konsumtionen kan spela för roll för identiteten. Crane är framför allt upptagen med problematiken att så många anser sig vara medvetna om klimathotet, men att det trots det är så få som faktiskt agerar på ett miljövänligt sätt. Detta menar Crane dels kommer av att det är ett komplext fenomen som påverkas från många olika håll, men också på grund av att fenomenet inte är generellt, utan snarare förknippat med en specifik livsstil som härrör ur medelklassen (2010). Whitmarsh et al fokuserar mer på vilka faktorer och drivkrafter som kan finnas bakom att minska sin konsumtion av materiella ting, något det kallar för "dematerialization" (2017). De menar att den kulturella kontexten är väldigt viktig för om man minskar på sin materiella konsumtion eller inte, samt att olika sorters miljöengagemang (som att källsortera eller att minska sin konsumtion) har tydliga kopplingar till olika socio-demografiska faktorer (2017).

Det finns en stor mängd olika studier som fokuserar på kopplingen mellan konsumtion och identitet, exempelvis Helga Dittmar som har studerat hur konsumtionssamhällets ideal både skapar en vilja att konsumera och formar våra identiteter genom det vi konsumerar, samt att vi köper saker för deras möjlighet att uttrycka vår identitet och som sätt att öka vår sociala status (2008). Detta menar Dittmar är en kärnaspekt av konsumtionssamhället, genom att saker ständigt marknadsförs med löften om att göra en lycklig, att ge oss ett gott liv och ett idealt själv.

En annan som har undersökt konsumtion och identitet är Russel W. Belk, som menar i sin artikel *Possessions and the Extended Self* att man måste förstå de saker som människor köper och omger sig med som förlängningar av de själva, och som uttryck för sin egen identitet (1988). Detta innebär att man då måste konsumera ting för att uttrycka sin identitet.

Mellan dessa huvudsakliga linjer i forskningen anser jag att det finns utrymme för att utforska den miljömedvetna identiteten kopplat till konsumtion. En kombination av dessa olika linjer ger en större förståelse för vilken roll den miljömedvetna konsumtionen har i

relation till en miljömedveten identitet. Då kan man utforska hur den miljömedvetna identiteten uppstår i relation till vårt samhälle, och därför förstå den specifika identiteten på ett djupare plan. För att kunna förstå hur samhället kan förändras i en mer miljövänlig riktning så måste vi också förstå de människor som försöker att få till stånd en sådan förändring, samt samhället de lever i. Därför behöver man binda samman dessa olika områden för att kunna gå djupare in i fenomenet och förstå det, inte bara identiteten i sig utan även dess koppling till samhället som stort.

3. Teori:

I denna del kommer jag att presentera tre teorier som tillsammans utgör min teoretiska utgångspunkt i studien. Det är ett perspektiv som utgår ifrån konsumtionssamhället, och därför presenteras två teorier om konsumtionssamhället för att skapa en begreppslig bild av detta fenomen. Bourdieus teori om distinktionen har använts för att fördjupa och utveckla de begrepp om särskiljning i relation till konsumtionssamhället som återfinns hos Bauman och Baudrillard.

Jag är medveten om att detta är en studie som lutar sig mot västerländsk teori och som genomförs i ett västerländskt land och som därför kommer präglas av ett västerländskt synsätt. Av utrymmes- och tidsmässiga skäl har alternativa synsätt inte kunnat inkluderas.

3.1 Baudrillard:

Jag kommer här att presentera Jean Baudrillards teori om konsumtionssamhället och lägga fram de centrala begrepp och tankegångar som jag senare även kommer att använda i min analys. Eftersom det finns många olika teorier och beskrivningar av konsumtionssamhället så behövs ett förtydligande och ett definierande av begrepp för att kunna visa på vilken av dessa perspektiv som kommer att användas i den här studien. Teorin jag kommer beskriva läggs fram i boken *The consumer society: Myths and structures*. I boken argumenterar Baudrillard för att vi lever i ett konsumtionssamhälle, som han menar är “an *order of consumption*, which is an order of the manipulation of signs” (1998, s. 33). Med detta menas att konsumtionen

fungerar som ett sätt att använda sig av olika symboler eller signaler, som både är de fysiska objekten som konsumeras och själva akten att konsumera. Genom att konsumera uttrycker vi något om oss själva. Eftersom vårt samhälle också kräver en konstant tillväxt och tillväxten är beroende av konsumtionen, så måste konsumtionen hela tiden öka, och då slängs också mer (Baudrillard 1998, s. 41-43). Genom att konsumtionssamhället får oss att konsumera, får det oss också samtidigt att *slösa* eftersom det måste finnas plats för att konsumera mer saker. Detta gör konsumtionssamhället också förödande för klimatet, då mer saker produceras än vad som hade krävts för att uppfylla behoven hos samhället. Och det som konsumeras, konsumeras inte heller för dess egen skull, det vill säga vilken materiell nytta den har för användaren, utan som en symbol:

“you never consume the object in itself (in its use-value); you are always manipulating objects (in the broadest sense) as signs which distinguish you either by affiliating you to your own group taken as a ideal reference or by marking you off from your group by reference to to a group of higher status” (Baudrillard 1998, s. 61)

Detta sätt att använda sig av konsumtionen, som en symbol eller signalering snarare än för det rent materiella, är enligt Baudrillard en social process för att skapa en social differentiering, genom vilken alla får sin plats i samhället (ibid). Denna differentiering har både en strukturell aspekt och en ‘levd’ aspekt. Den senare aspekten refererar till att konsumenten upplever sig som fri att välja, men ändå upprätthåller den ordning som finns genom att aspirera till att klättra i en social hierarki och att *särskilja sig från andra* (Baudrillard 1998, s. 61). Att använda sig av symboler för att särskilja sig från andra kräver också ett system för vad olika symboler betyder, vilket gör att varje gång en individ vill särskilja sig också *använder sig av* det system av symboler som konsumtion byggs upp av. Den strukturella aspekten av detta är att detta system inte är en produkt av individen, utan en produkt av samhället som varje individ upprätthåller genom att konsumera, och genom detta får också individen sin plats i systemet av symboler.

Konsumtionen har även en individualiserande effekt: “[c]onsumption is, therefore, a powerful element of social control (by the atomization of consuming individuals)” (Baudrillard 1998, s. 84). Detta eftersom konsumtionen som sådan är en individuell aktivitet, och genom att mer och mer fokus hamnar på konsumtionen så blir också samhället mer och mer individualiserat (Baudrillard 1998, s. 83-84).

Differentieringen kan ske på många olika sätt, och som citatet ovan säger så kan man både använda det för att stärka sin tillhörighet till den egna gruppen eller som verktyg för att skilja sig från den egna gruppen och signalera tillhörighet till en grupp med högre status. Jag vill dock lyfta fram ett citat som är högst relevant när man talar om miljömedveten konsumtion och att medvetet minska sin konsumtion:

“Now, admittedly, the rich man who drives a 2CV no longer bedazzles. What he does is more subtle: he super-differentiates himself, super-distinguishes himself by his manner of consuming, by style. He maintains his privilege absolutely by moving from conspicuous to discreet (super-conspicuous) consumption, by moving from quantitative ostentation to distinction, from money to culture.” (Baudrillard 1998, s. 54-55)

Detta citat belyser en intressant aspekt av konsumtionen som sådan, och specifikt denna sorts icke-konsumtion: det är ett sätt att medvetet minska konsumtionen, eftersom det ger en aura av medvetenhet och stil. Man skiljer sig från andra som har resurser *just genom att inte konsumera som dem*, utan på ett annat sätt. Som Baudrillard skriver så skiljer hen sig genom *just sitt sätt att konsumera*. Man kan även hitta detta hos fler av intervjupersonerna, där de påpekar just hur deras konsumtion skiljer sig från mängden. Det skapar en skarp kontrast att inte konsumera på det sättet som skulle vara förväntat givet ens socio-ekonomiska status, och intervjupersonerna väljer att framhäva den kontrasten som ett sätt att distansera sig från den grupp man tillhör, och visa tillhörighet till en grupp med högre status.

3.2 Bauman:

Jag kommer här att beskriva Zygmunt Baumans teori om konsumtionssamhället, som presenteras i boken *Konsumtionsliv*. Jag kommer att använda mig av denna teori, som också avhandlar konsumtionssamhället, eftersom jag anser att det ger ett djup och en nyansering att använda sig av två något skilda perspektiv på samma fenomen. På detta sätt kan man se till att analysen täcker fler områden än vad som skulle kunna åstadkommas med endast en redogörelse för konsumtionssamhället. Bauman och Baudrillard komplementerar varandra på ett bra sätt då de båda har olika sätt att angripa konsumtionssamhället på, men de skiljer sig inte så fundamentalt att de inte kan kombineras. Baudrillard, som har beskrivits ovan, har beskrivit konsumtionssamhället som ett system av olika symboler, och Bauman tar en något annan riktning. Han menar att konsumtionssamhället formar alla individer i samhället till att konsumera på ett sätt som inte funnits tidigare i historien. Där tidigare samhällsbyggen hade

den långsiktiga säkerheten som främsta uppgift så har det istället övergått till att tillfredsställa och ständigt öka individens begär. När säkerhet är ens främsta huvudbry så ser man till att skydda de varor man har, så att de håller längre och därmed vara en garant för att man ska klara sig även i framtiden (Bauman 2008, s. 38). Detta kallar Bauman för “produktionssamhället” (2008, s. 39), som baseras “framför allt på varaktig, långsiktig säkerhet” (ibid). Han menar dock att detta ändrar sig radikalt då samhället istället blir ett konsumtionssamhället. Långsiktighet och varaktighet är nämligen inte bra verktyg för ett konsumtionssamhälle, utan detta samhälles främsta verktyg är istället att se till så att begären ständigt ökar hos konsumenten, både i intensitet och i omfattning (ibid). Detta passar bra ihop med det flytande tillstånd som Bauman menar att vårt samhället idag karakteriseras av. Bauman menar också att de instabila begären, och de omätliga behov som kommer av dem gör att vi hela tiden måste konsumera mer, och därmed slänga mer för att skapa plats åt det nya (2008, s. 40). Den flytande samhällsformen är alltså en tydlig kärna i konsumtionssamhället, och tillsammans med denna så menar Bauman även att konsumtionssamhället även har en till helt unik förmåga:

“Konsumtionssamhället har i en aldrig förut skådad grad utvecklat en förmåga att absorbera varje form av missnöje som det ofrånkomligt, likt alla andra samhällstyper, framkallar - och sedan återvinna det som en viktig resurs för sin egen reproduktion och expansion” (Bauman 2008, s. 58).

Denna förmåga som Bauman talar om menar jag kommer fram i intervjuerna, framför allt i hur man talar om konsumtion. Man talar mindre om hur man kan minska konsumtionen, och mycket mer om hur man kan förändra sin konsumtion till det bättre genom att handla ekologiskt och miljömärkt. Detta visar på hur konsumtionssamhället just absorberar det missnöje folk har med konsumtion, och bara förändrar konsumtionen från ‘vanlig’ konsumtion till en konsumtion som är miljömärkt eller liknande. Allt för att vi inte ska ha dåligt samvete över att vi konsumerar, och därmed sluta konsumera, eftersom det vore förödande för konsumtionssamhället.

Bauman lyfter även fram hur konsumtionssamhället tvingar människor till att bli individualister, just eftersom att konsumtionen som sådan anses vara en sak för den enskilda människan: “en uppgift som måste genomföras *individuell*t och lösas med hjälp av konsumtionsfärdigheter och handlingsmönster som förvärvats *på enskild väg*” (Bauman 2008, s. 65). Detta skapar en värld där konsumtionen är varje människas enskilda angelägenhet och ingen annans. I och med detta blir också alla hela tiden tillsagda att de måste konsumera det

ena eller andra för att de ska kunna behålla eller öka sin sociala status (ibid). Varje produkt marknadsförs med ett löfte om att öka konsumentens själva värde, och i och med detta menar Bauman att vi själva också blir konsumtionsvaror (2008, s. 67). Vi blir varor på en marknad, och för att kunna bibehålla vårt värde som varor så måste vi också konsumera rätt saker som visar att vi innehar ett visst värde. Detta förstärks av att konsumtionen blir individuell i syfte att öka ens eget värde på en marknad där alla andra också försöker att öka sitt värde. Resultatet blir att alla individer blir konkurrenter på en marknad där alla desperat försöker att bibehålla det värde de har som säljbar vara (Bauman 2008, 65-67).

Vidare beskriver Bauman även hur "Konsumtionssamhället upplöser grupperna eller gör dem ytterst bräckliga och sårbara och främjar i stället bildandet och spridningen av svärmar. Konsumtion är en ytterst ensam aktivitet [...] även när den råkar utföras i sällskap av andra" (2008, s. 89). Här skiljer Bauman mellan vad han kallar för "svärmar" och grupper. De skiljer sig på flera sätt, då gruppen har en hierarki och en ledare, samt att den är mer än summan av sina medlemmar (Bauman 2008, s. 88). I kontrast till detta så finns svärmen, som *inte* är större än summan av sin medlemmar, och inte heller behöver allt det en grupp behöver för att överleva (ibid). Svärmen är inte heller beständig: "de samlas, skingrar sig och samlas på nytt, från ett ögonblick till nästa, varje gång styrd av olika, ständigt skiftande relevanser och lockade av föränderliga och rörliga mål" (ibid). Dessa svärmar uppstår endast i kraft av sina mål, och löses upp direkt efter dessa är nådda eller fokuset skiftar till ett annat mål. Till skillnad från gruppen så menar Bauman att svärmen inte har en arbetsfördelning, medlemmarna har inte olika uppgifter som de kan hjälpas åt med och på så sätt skapa något tillsammans; tvärtom så ska varje medlem vara fullt utrustad att kunna hantera allt själv (2008, s. 89). Detta gör att det inte finns något samarbete inom svärmen, och är anledningen till att den just inte är mer än summan av sina delar.

3.3 Bourdieu:

Jag kommer i denna uppsats använda mig av Pierre Bourdieus teori om distinktionen som ett komplement till teorierna om konsumtionssamhället, eftersom den avhandlar symboler i det sociala livet, och hur dessa kan verka som en särskiljande kraft, mycket likt Baudrillard. Då Bourdieu har en något annorlunda syn på dessa symboler, och går närmare in på detalj hur de

kan skilja människor åt så finner jag det fruktbart att inkludera denna teori. Detta ger ett djup och en detaljrikedom som har använts för att identifiera de distinktioner som intervjupersonerna använder sig av. Baudrillard's teori om konsumtionen som särskiljande kan framför allt kompletteras av Bourdieu genom införandet av olika sociala fält, vilket ger en möjlighet att se nyanserna i samhällets olika delar. På detta sätt kan man se miljömedvetna människor som del i ett miljömedvetet fält, som har sin egen logik i vad som värderas högt och lågt. På detta sätt blir det enklare att studera miljömedvetenheten som sådan, istället för att som Baudrillard ta in hela samhället i analysen.

Bourdieu menar att världen är uppdelad i olika sociala fält som är till viss del fristående från andra delar av samhället (1996, s. 264). Dessa fält har i sin tur sin grund i vad Bourdieu kallar för habitus "som på en och samma gång är *genererande princip* för objektiva klassificerbara praktiker och *system för att klassificera* [...] samma praktiker" (1993, s. 298). Med detta menas att habitus alltså både skapar vissa praktiker hos människor som vi kan se och klassificera, som hur man betar sig exempelvis, samt att habitus också skapar "smaken, dvs förmågan att särskilja och värdera dessa dessa praktiker" (ibid). Habitus är alltså en och samma gång ett sätt att värdera och ett sätt att skapa praktiker som kan värderas, och detta sker genom att habitus hjälper oss att förstå olika praktiker samt olika omdömen om dessa praktiker som "ett system av *särskiljande tecken*" (ibid). Habitus är olika för olika människor, och bestäms genom vilka och hur mycket kapital man äger (Bourdieu 1993, s. 299). Bourdieu delar även i kapital i olika former, och de viktigaste av dessa kallar han för ekonomiskt, kulturellt och socialt kapital. Hur kapitalet fördelas och vilket habitus man har spelar sedan roll för vilka fält man kan ha tillträde till, och vilken status man kan åtnjuta inom dessa fält:

"Varje fälts specifika logik bestämmer vilka egenskaper som är gångbara på just den marknaden, vilka som är relevanta och verksamma i det aktuella spelet, och som i förhållande till detta fält fungerar som specifikt kapital [...] Detta betyder konkret att den sociala rang och specifika makt agenterna finner sig tilldelade på ett visst bestämt fält framför allt beror på vilket specifikt kapital de kan mobilisera - oavsett om de i övrigt besitter den ena eller andra arten av kapital" Bourdieu 1993, s. 270

4. Metod:

Jag har valt att använda mig av en kvalitativ metod för att undersöka vilken roll konsumtionen har i den miljömedvetna identiteten. Detta eftersom den kvalitativa metoden ger möjlighet att med mindre fall än i kvantitativ metod dyka ner i ett fenomen och undersöka dess natur (Kvale 1997, s. 36). För att kunna skapa mig en bild av den miljömedvetna identiteten har jag använt mig av intervjuer. Detta eftersom intervjuer är en bra metod för att bilda sig en uppfattning av respondenternas personlighet, tankegångar och åsikter (Kvale 1997, s. 13). Eftersom syftet med denna uppsats är att just analysera den miljömedvetna konsumtionen och dess relation till den miljömedvetna identiteten så lämpar sig intervjuer väl. Jag har i intervjuerna använt mig av en socialkonstruktivistisk metod där jag fokuserat på hur den sociala verkligheten skapas (Gubrium, Holstein 1997, s. 38). Detta innebär att man så att säga kan gå lite 'djupare' i det intervjupersonen säger och tolka 'hur' något sägs och vad det säger om just denna personen. Identiteten tar enligt mig sig uttryck inte bara i vad någon gör eller säger, utan också hur detta sägs och framställs, och framför allt vad detta säger om personen.

4.1 Urval:

Under studiens gång har jag intervjuat 4 personer, som valts ut eftersom de identifierar sig som miljömedvetna. Denna metod kallar Michael Quinn Patton för "intensity sampling" (2015, s. 279), som han beskriver som en urvalsstrategi där man fokuserar på att hitta fall som inte är sticker ut eller är för extrema då detta skulle kunna förvränga bilden av fenomenet som forskaren ämnar att undersöka. Fall väljs också efter hur rika de är på information om det ämne som skall undersökas (Patton 2015, s. 308). En svårighet i början av studien var hur man skulle få kontakt med sådana personer utan att använda sig enbart av ett bekvämlighetsurval som lätt hade kunnat vara missvisande på grund av personernas sociala närhet till varandra. Därför valde jag att kontakta jag två miljöorganisationer, vilkas medlemmar kan sägas vara miljömedvetna. På grund av detta kunde jag intervju en person var ur dessa två organisationer och på så sätt undvika att hamna i ett totalt bekvämlighetsurval. Då jag hade förväntat mig att kunna intervju fler från dessa organisationer uppstod ett problem där jag ansåg mig behöva fler intervjuer, men inte hade

fler intervjupersoner att tillgå. Detta ledde till att jag tvingades att använda mig av ett bekvämlighetsurval till de resterande två intervjuerna, som då kontaktades genom gemensamma kontakter. Det främsta urvalskriteriet har varit huruvida intervjupersonerna själva har sett sig som miljömedvetna, men jag har även försökt få en så stor bredd som möjligt genom att intervjua både män och kvinnor, samt både yngre och äldre personer. Detta för att materialet inte ska bli begränsat till erfarenheter hos en speciell grupp, utan kunna fånga in så många erfarenheter som möjligt. Två kvinnor och två män har intervjuats, från 20 till 50-årsåldern. Tre av de intervjuade har tillhört eller tillhör miljöorganisationer i någon utsträckning.

4.2 Genomförande:

Jag har använt mig av en halvstrukturerad intervjuteknik, där jag haft olika teman att luta mig mot i en intervjuguide (se bilaga) som beskrivs av Steinar Kvale (1997, s. 117-118). Dessa teman har varit *bakgrund*, *identitet* och *konsumtion*. Dessa teman har arbetats fram genom två pilotintervjuer, där intervjuguiden har förändrats efter varje pilotintervju, i syfte att förbättra, lägga till och ta bort frågor. Dessa frågor har sedan sorterats in i teman som blev den färdiga intervjuguiden. Temat gällande *bakgrund* har inbegripit frågor om intervjupersonens uppväxt, om dennes föräldrar har varit miljömedvetna, om miljöfrågorna varit närvarande under uppväxten eller om det är något de har tagit till sig i vuxen ålder, samt om ämnet har tagits upp under skolgången. Syftet är att försöka förstå när och hur intervjupersonen har börjat engagera sig i miljöfrågan, samt vad det funnits för olika aspekter som har påverkat dem i detta. Frågorna om *identitet* har främst ställts för att kunna få en känsla för just intervjupersonens identitet, och speciellt i relation till miljömedvetenhet. Tanken är att få en bild av intervjupersonen, dennes vardag och livsstil - speciellt hur vardagen påverkas av dennes miljötank. Temat *konsumtion* rör sig mellan frågor om intervjupersonens egna konsumtion, samt tankar om hur konsumtion påverkar klimatet: vad de anser vara "bra" konsumtion och hur de identifierar denna. Syftet är här främst att se hur intervjupersonen konsumerar och hur dennes inställning till miljön påverkar konsumtionen. Frågor har också ställts för att undersöka intervjupersonernas mer generella syn på samhället, och vilken förändring som man ser som trolig, i samhället eller i klimatfrågan. Syftet är här är att se hur

intervjupersonen tänker kring konsumentmakt, det kapitalistiska systemet som helhet och möjlighet till förändring, antingen genom marknadsmekanismer eller på en politisk väg. Frågorna har ibland formulerats om i intervjun och ibland inte ställts alls då intervjupersonen redan svarat på frågan med egna ord. Frågorna har inte heller alltid ställts i den ordning de står i intervjuguiden, utan har ställts när det har passat det ställe samtalet har befunnit sig i. Detta för att få ett samtal som flyter på så bra som möjligt och inte byter fokus mer än nödvändigt, vilket passar sig för en kvalitativ intervju (Kvale 1997, s. 117). Intervjuerna har vid tre tillfällen ägt rum i ett café och vid ett tillfälle i intervjupersonens hem. Intervjuerna på caféer har bitvis störts av en hög ljudvolym, min bedömning är dock att det inte varit störande i sån grad att intervjun fått en sämre kvalitet. Intervjuernas längd har sträckt sig från ca 30 minuter till en timme. Jag har i min roll som intervjuare varit relativt passiv, då jag velat få fram svar som är så mycket som möjligt intervjupersonernas egna ord. Genomgående har jag försökt att använda mig av uppmuntrande nickningar eller mindre verbala tecken på att jag lyssnar på vad intervjupersonen säger, vilket jag upplever har gett en positiv effekt på intervjupersonerna på så sätt att de fortsatt sin tankegång på egen hand. Jag upplever inte att jag har behövt ställa många följdfrågor för att få intervjupersonerna att prata. Snarare är det så att jag vid vissa fall har försökt att ställa frågor för att styra in samtalet på de mer relevanta områdena för min uppsats, såsom miljö och konsumtion. Jag har även då och då hållt mig för att säga något i pauser som uppstått, som en uppmuntran till intervjupersonerna att beskriva det de sagt mer detaljerat. Min upplevelse är att min närvaro och intervjun som sådan har fått intervjupersonerna att vara något avvaktande till en början i intervjun, men att det senare har blivit mer och mer naturligt. Jag har dock bidragit till upplevelsen till det mer officiella genom att ha ett block i knät eller på bordet framför mig, att ha min mobiltelefon som inspelningsutrustning på ett bord mellan oss, och att min dator har varit öppen med intervjuguiden på. Att jag då och då sett ner och antecknat i mitt block upplever jag har gjort intervjupersonerna något nervösa, eller tveksamma då det kan upplevas som att jag inte lyssnar när jag antecknar. Det faktum att det är en intervju som genomförs har präglat den sociala situationen, vilket i flera fall har gjort att intervjupersonerna ibland reflekterat över om det de pratar om är intressant i relation till min studie. Detta anser jag inte vara önskvärt, då jag med min socialkonstruktivistiska ansats hade föredragit ett samtal som var mindre självmedvetet för att komma åt kärnan i identiteten.

Min egen position som man och yngre student upplever jag inte har spelat någon större roll under intervjun. Min roll som man kan ha gjort att jag upplevts som mer seriös, och på grund av detta också tagits på mer allvar än om jag innehaft en annan roll. Jag har upplevt intervjupersonerna som entusiastiska över att någon vill undersöka hur de tänker. Jag har inte beskrivit min egen ställning i miljöfrågan innan intervjuerna, vilket har gjort att intervjupersonerna i vissa fall har antagit en informerande roll som jag anser vara önskvärd, då det är just deras framställning av problemet och vilken roll deras konsumtion spelar i läsningen av detta som intresserar mig.

Efter fyra stycken intervjuer plus två pilotintervjuer upplevde jag en mättnad i materialet. Jag ansåg mig inte hitta fler fenomen i intervjuerna som inte hade kommit upp tidigare, och slöt mig därför till att fler intervjuer inte behövdes som material till uppsatsen. Med mer tid till förfogande hade en större studie kunnat få användning för mer material då det är möjligt att jag med få intervjuer kan ha missat vissa fenomen. Dock anser jag att fyra intervjuer är tillräckligt för den tid jag haft till mitt förfogande, då jag som sagt upplevt en mättnad i materialet.

4.3 Analysstrategi

I transkriberingen har jag försökt att så mycket som möjligt få med ordföljd, stakningar, ljud och andra yttranden som exempelvis 'eh' och 'ah'. Detta har jag gjort för att jag i många fall har försökt att få reda på vad intervjupersonernas yttranden faktiskt säger om de själva, och inte alla gånger tagit det de sagt för en helt korrekt spegling av intervjupersonernas inre. Min socialkonstruktivistiska ansats gör att jag så mycket som möjligt vill återspegla vad som faktiskt sagts på ett så korrekt sätt som möjligt, för att också kunna analysera hur saker beskrivs och framställs. Alla intervjupersoner har anonymiserats genom att ersätta namn och platser med mer generella benämningar, exempelvis 'barn', 'stad' eller 'europeiskt land'.

I analysen har jag utgått ifrån den analysmetod som Kvale benämner som "tolkning" (Rennstam och Wästerfors 2015, s. 31). Med detta menas att forskaren går utöver det som sagts och tolkar det, för att kunna gå längre än vad som sägs rakt ut. Utöver detta har jag använt tolkningen i ett sammanhang som Kvale kallar för "teoretisk förståelse". I detta sammanhang sätter forskaren in tolkningen i en teoretisk ram för att kunna gå utöver vad

intervjupersonen själv förstår som meningen med det hen gör, och också vad som kan sägas vara en allmän kunskap om ämnet (ibid). På detta sätt har jag använt den teoretiska ram som konsumtionssamhället utgör för min tolkning av materialet, och med den som hjälp har jag sedan formulerat olika teman som har framkommit ur materialet. Konkret har detta inneburit att jag läst transkriptionerna noga och strukit under de meningar som jag menar säger något om personens syn på sin egen konsumtion eller sin egen identitet. Meningar som sagt liknande saker har jag sedan sorterat in i olika grupper. De meningar som jag strukit under men sedan inte inkluderat är sådana jag i efterhand bedömt varit mindre relevanta för identiteten eller konsumtion, vilket har gjort att jag valt att sortera bort dem. Jag har sedan applicerat mitt teoretiska ramverk på de meningar jag sorterat in i grupper för att kunna formulera olika teman. Dessa var till en början *individualismen, det kollektiva och det individuella*, och *negativ konsumtion*. Efter att jag formulerat dessa teman dök en fråga upp hos mig: säger det inte också någonting om en människa vad den väljer att inte nämna? På så sätt valde jag att inkludera ett till tema, *det man inte pratar om*. På detta sätt ville jag fånga vad som inte sägs i intervjuerna, det som endast finns i det osagda, som inte kommer upp till ytan utan bara finns underförstått, eller möjligen i vissa fall undagömt.

Kvales rekommendation är att sedan göra en till intervju för att intervjupersonerna ska ha en möjlighet att kommentera den tolkning som har gjorts, men på grund av tidsbrist har detta inte varit möjligt att genomföra.

4.4 Etik

Enligt Kvales rekommendationer har jag sett till att få ett informerat samtycke från intervjupersonerna innan intervjun har påbörjats, detta genom att beskriva syftet med studien och att intervjupersonerna när som helst kan avbryta eller dra tillbaka sin medverkan i studien (1997, s. 107). Jag har både i den första kontakten informerat intervjupersonerna om att jag skriver en kandidatuppsats som kommer att handla om konsumtion och miljömedvetenhet. Jag har innan varje intervju beskrivit studien på ett kortfattat sätt och att jag intervjuar människor som ser sig som miljömedvetna. De har informerats om att de kan dra tillbaka sitt deltagande när som helst och att de inte behöver svara på några frågor om de inte skulle vilja det, samt att uppsatsen kommer att publiceras på internet.

5. Analys:

I denna del kommer jag att presentera min analys av intervjuerna utifrån de teorier som har presenterats ovan. Jag har valt att dela in analysen i olika teman som jag menar har stuckit ut i intervjuerna, eller som har tagits upp av flera av intervjupersonerna. Varje tema relaterar på sitt eget sätt till forskningsfrågan. *Individualismen* beskriver hur konsumtionen fungerar som ett sätt att individualisera människors syn på dem själva och *det kollektiva och det individuella* relaterar till denna individualism genom de spår av kollektivt tänkande som jag har upptäckt i analysen, motståndet mot individualiseringen. *Negativ konsumtion* beskriver hur intervjupersonerna identifierar sig med sina konsumtionsmönster, och hur det som lyfts fram är konsumtion man *inte* ägnar sig åt. *Det man inte pratar om* beskriver hur intervjupersonerna inte vill prata om sin 'dåliga' konsumtion, den konsumtion som inte passar in i den miljömedvetna identiteten.

5.1 Individualismen

“Ja, och så köper jag KRAV. Alltså så fort, det gjorde jag ju inte förut, innan köpte jag ju aldrig glass KRAV till exempel, för det är ju så vansinnigt dyrt, alltså då köpte jag det bara på mjölk och potatis och sånt här, men nu köper jag ju nästan alltid KRAV”

Likt citatet ovan från intervjuperson 4 så beskrivs konsumtionen som något individuellt. De flesta av intervjupersonerna bor tillsammans med andra människor, men beskriver ändå konsumtionen som något de ägnar sig åt själva, och inte genom hushållet, genom ett 'vi'. Genomgående beskrivs oftast konsumtionen som något individualistiskt, någon som individen ägnar sig åt och som endast kan ändras på individuell basis. Jag fann detta något märkligt, då det är uppenbart att det förändrade beteendet hos *en* individ inte kommer att rädda klimatet. Varför har inte människor med en miljömedveten identitet en större tanke kring ett kollektiv, som i syfte att förändra utsläpp, slöseri och miljöförstöring håller samman i den kamp som de tänker sig vara en del av? Nedan ska jag beskriva hur tanken kring det kollektiva hanteras, men ska nu djupare gå igenom just det individualistiska, och genom sociologisk teori tolka

materialiet. Jag menar att intervjuerna och den individualismen som kommer till uttryck där kan tolkas genom Baumans analys av individualismen i konsumtionssamhället. Eftersom konsumtionen som sådan ses som något individuellt så vill man inte identifiera sig med en rörelse på basis av sin konsumtion, tvärtom så ser man till att försöka distansera sig från det kollektiva och betona hur man utmärker sig i jämförelse med andra i ens närhet. Ett exempel på detta är när intervjuperson 4 beskriver sina flygvanor:

“Så det är alltid det där, liksom, för det var någon nu som frågade ‘ska du inte följa med till New York i augusti?’ och, och då orkade jag inte skriva att jag, alltså jag kan tänka mig att flyga om jag verkligen, verkligen, liksom då ska det vara en sån här, alltså som [Asiatiskt land] var, för några år sedan, och [Nordamerikanskt land], då ska det vara sådär, wow, once in a lifetime”

Intervjupersonen betonar här hur hans syn på flyg inte är den gängse synen. Genom att ta in en annan person, som får stå för den generella synen i samhället, så skiljer sig intervjupersonen själv från det större samhället genom att hen har en annan syn på flygande. Konsumtionssamhället ser till att bryta ner de kollektiv som fanns, och gör det otroligt svårt att bygga något kollektivt igen. Som Bauman beskriver så blir vi själva varor på en marknad, vi blir ensamma i vår konsumtion i syfte att öka vårt eget värde, och därför blir vi också konkurrenter på denna marknad. För att överleva konkurrensen så måste vi att höja upp oss själva över andra, visa hur vi konsumerar på ett ‘bra’ sätt som höjer vår status i relation till andra.

Det finns dock exempel som bryter denna individualistisk tendens i intervjuerna. Intervjuperson 3 säger att “den riktiga miljörörelsen är död”, och beskriver kort därefter att “min miljörörelse är ju, den är ju, den är ju kooperativ liksom. Eller, kollektiv till och med”, vilket är ett exempel på att hen även tänker på ett mer kollektivt sätt. Hen beskriver även hur man borde göra det lättare att konsumera på ett miljövänligt sätt:

“om du går in i en affär idag, och så vill du göra, välja rätt, kunskapsmässigt rätt och bäst för hållbarhet [...] Då är ju dem prylarna där nere eller där borta liksom, så här, och allt annat skit som har, ja du vet, eller som vin. Egentligen 18 gifter, alltså toxiner finns i en flaska liksom. Genomsnitt. [...] Lik förbannat får man ju välja, leta efter den gröna. Det borde ju vara så att allt annat är rätt liksom”

Här beskriver intervjupersonen att man borde förändra så att det blir enklare att välja rätt miljömässigt, så att man inte behöver leta efter den vara som är miljömärkt hela tiden. Det menar jag tyder på ett mer samhällsligt tänk hos hen, vad vi kan göra som samhälle för att styra konsumtionen i en mer hållbart riktning, och inte bara genom att lägga allt ansvar på

individuen. Även intervjuperson 4 menar att man borde förändra mer samhälleligt för att försöka ändra folks konsumtionsbeteenden:

“i och med att städer ser ut som de gör, att det går ut på konsumtion [...] jag tycker om att vara på gator och torg och, och så, men, om om allting går ut på, om det är affär på affär, va- jag menar vad ska man göra liksom [skratt] Alltså, om det fanns andra saker att göra, eh i staden mer, eh, i Stad E fanns det en, en, när jag var, gick, på universitetet där, då fanns det en verkstad i flera [...] en våning med keramik, en med metallslöjd [...] alltså om sånt fyllde staden, andra saker, så skulle jag ju, eh konsumera mindre, och alla andra med tror jag”

Detta visar också på en tanke som höjer sig över det individuella och talar mer om den fysiska planeringen av staden, och hur den uppmuntrar till konsumtion. Jag tolkar detta citat som något som är sprunget ur en större tanke om hur man skulle kunna förändra på ett mer samhälleligt plan istället för att försöka få varje enskild individ att förändra sitt beteende genom bättre tillgång till information. Detta går inte i linje med Baumans och Baudrillards tanke om att konsumtionssamhället gör människor till individualister.

Med teorierna om konsumtionssamhället som grund tolkar jag dessa citat som att intervjupersonerna uppfattar att samhället i stor mån gör människor till individualister, men en önskan uttrycks också om att det inte ska vara på det sättet. Den inneboende förutsättningen i lösningen på klimatfrågan, att det inte räcker med att en person ändrar sitt beteende, utan att alla gör det, får människor att ändå tänka i kollektiva banor. Utifrån Bourdieu tolkar jag det som ett uttryck för det sociala fält som miljömedvetna människor tillhör och utgör. Genom habitus får människor en uppfattning om vad som är bra och eftersträvansvärt, och så även i detta fall. I detta specifika habitus och fält finns också en tanke och strävan efter att så många människor som möjligt ska leva på detta sätt, och på grund av detta finns ett visst motstånd mot individualismen. På så sätt erbjuder det sociala fältet ett sätt att motstå individualismen, som en del av den egna identiteten.

5.2 Det kollektiva och det individuella:

När människan blir mer individualistisk så blir det också svårare att forma grupper. I ett samhälle som blir mer och mer individualiserat så blir det också svårare och svårare att organisera, eller till och med tänka sig, en kollektiv förändring. I analysen av intervjuerna kan

jag se att det kollektiva alltid hamnar i bakgrunden till förmån för det individuella, vilket kan illustreras av hur endast en av intervjupersonerna ser sig själv som del av en rörelse.

Dessutom visas detta i hur intervjuperson 2 beskriver hur det uttryck att hen är med i en miljörelse:

“nu de senaste åren har jag varit ganska engagerad i, i, framför allt [Miljöorganisation], och det som är med i styrelsen och arrangerar olika event, och, och liknande [...] jag har fått en bok utgiven [...] med miljö och klimattema [...] så jag försöker få in, in miljö och klimat på ganska mycket, alltså, med hur jag, lever och äter och jobbar liksom, med att jag jobbar på strategienheten på stadsbyggnadsförvaltningen där vi har hand om strategiska miljöfrågor, och även nu att jag pluggar miljö och att jag skriver dikter där jag har lite tema på miljö”

Jag menar att detta citat visar på hur det individuella ges större plats, trots att intervjupersonen ser sig som en del av en rörelse. Detta eftersom intervjupersonen bara kort beskriver sitt deltagande i en miljöorganisation, men senare snabbt går över till vad hen *själv* har gjort i miljösyfte, hur hen *själv* försöker ha en miljötanke i hur hen lever. Detta sätt att beskriva sitt engagemang just utifrån *sig själv* och inte utifrån vad ett kollektiv gör eller vad de gjort tillsammans menar jag tyder på att intervjupersonen tänker främst i individuella tankegångar när det kommer till miljöfrågan.

Flera av intervjupersonerna betonar utöver detta också hur deras familjer inte alls har samma sätt att se på klimatfrågan som de har, och speciellt intervjuperson 1 lägger stor vikt vid detta:

“för det första ville ju inte familjen ens göra det här, alltså bara att få med dem att, liksom skölja ur grejerna på det sättet är ju svårt”

“det var inte så mycket stöttning i det, som sagt det här med mjölkförpackningarna”

“jag kanske är uppvuxen med en familj som inte bryr sig så mycket om miljön”

Dessa tre citat belyser hur ämnet om intervjupersonens familj, och hur de inte har samma engagemang i miljöfrågor, kommer upp under flera olika tillfällen i intervjun, i relation till olika ämnen. Att skilja sig själv från andra i ens familj, då intervjupersonerna inte har en familj som är lika engagerad, framstår som viktigt eftersom det då fortsätter att tas upp av intervjupersonen.

Även intervjuperson 3 distanserar sig och framställer sig som en exceptionell person genom att beskriva hur hen tänker självständigt:

“jag anser nog att det finns många människor som där ute som jobbar liksom, som är programmerade tjänst-programmerade konsulter eller ingenjörer eller sociologer säkert också men alltså med, de, de tänker inte själva”

Implicit i detta citatet ligger att intervjupersonen själv är en sådan som tänker själv, som skiljer sig från massan i detta, och därför är en ovanlig person. Hen distanserar sig genom att mena att hen inte är del av en miljörelse, och belyser detta extra mycket:

“Ah, nä, jag är inte del av den rörelsen, en del av, eller jag menar såhär, den riktiga miljörelsen är död. Om du, om du skulle fråga hundra personer “vilken färg har miljörelsen?” så skulle de säga grön. Vilket jag inte förstår då”

Med detta citat belyser inte bara intervjupersonen hur den inte är en del av den miljörelse som finns, idag, utan uttrycker också sitt missnöje över hur den ser ut idag genom att mena att “den riktiga miljörelsen är död”. Missnöjet verka komma av att miljörelsen enligt hen inte har rätt politisk färg, vilket har gjort att hen inte vill tillhöra denna rörelse. Även intervjuperson 4 framhåller att hen inte är del av en rörelse, utan snarare påverkar genom sitt jobb:

“Eh, nä [...] jag är inte aktiv, utanför privatkonsumtion och jobb, alltså dem man påverkar [...] jag tycker ändå att, jag tror att jag hade varit mycket mer frustrerad om jag inte, eller då eller då hade jag nog varit aktiv på något annat sätt, om inte mitt jobb hade, eh tagit så mycket av min energi”

Här visar intervjupersonen att hen inte känner sig som en del av en miljörelse eftersom hen lägger så mycket energi på sitt jobb. Intressant är dock beskrivningen att hen förmodligen hade engagerat sig mer politiskt i frågan om jobbet hade krävt mindre. Detta behöver alltså inte betyda att personen distanserar sig från ett kollektiv, men att vissa omständigheter i livet hindrar hen från detta. De flesta av dessa citat visar dock på en tendens hos intervjupersonerna att distansera sig från olika former av kollektiv, vare sig det är familjer eller andra kollektiv formade kring klimatfrågan. Jag tolkar detta utifrån Baumans tanke att vi alla själva blir varor på en marknad, och som en sådan så måste vi också se alla andra människor som konkurrenter i försäljningsprocessen. Svårigheten att ingå i ett kollektiv är uppenbara: för att en grupp ska fungera så kan inte dess medlemmar se varandra som konkurrenter om vem som ska kunna ‘säljas’ för det högsta priset. Då försöker människor särskilja sig från kollektivet i ett försök att öka sin egen status och värde. Som Baudrillard beskriver så försöker vi särskilja oss från andra vilket gör att vi alla får en position i symbolernas system, och distansen från kollektivet är en del i detta. När man distanserar sig från kollektivet så görs också ett försök att höja sin status över detta och dess medlemmar, så att man på så sätt kan befinna sig högre upp i systemet av symboler.

Ytterligare ett inslag kring den kollektiva miljömedvetenheten är att intervjupersonerna beskriver sina åsikter som något som är typiskt för den tid vi lever i, något

som är generationsbundet och något som förenar många yngre människor idag. Intervjuperson 1 beskriver det som

“en rörelse som vi, och våra föräldrar och våra morföräldrar också var en rörelse av sin tid, och förändringar man för med sig [...] men jag tror kanske mer att jag är, i såna fall en ny generations rörelse än en specifikt, en miljörelse”.

Detta anser jag vara intressant eftersom det strider mot den annars väldigt individualistiska tonen hos intervjupersonerna. Intervjupersonen beskriver hur det i slutändan inte är ett så stort aktivt val egentligen av hen att agera miljövänligt och tänka hur hens beteende påverkar miljön. Hen beskriver istället hur det ligger i tiden, och i det närmaste som att det knappast går att undvika om man tillhör samma generation. Hen utvecklar tanken något:

“men jag tror typ kanske att jag är så mycket färgad av var jag kommer ifrån och vad jag pluggar, och kanske i såna fall inte ser utan att det är så mycket som en vardag och det är det vi ungdomar håller på med nuförtiden. Vi bryr oss om vissa frågor, och agerar till en viss nivå”

Detta citat menar jag belyser hur ett sorts kollektiv formas kring tanken om “tidens anda”, och jag vill likna det vid det Bauman kallar för en ‘svärm’. Den generationsbundna rörelsen är inte en grupp; den har ingen ledare, ingen hierarki, det finns ingen arbetsdelning eller samarbete utan varje medlem förväntas att göra allt individuellt. Jag menar att vi kan likna det ‘tidens anda’ som intervjupersonen talar om som en svärm, en osynlig massa med människor som man har något gemensamt med (ålder), men som man ändå inte riktigt kan känna en gemenskap med. Trots detta så drar generationen ofta åt samma håll, svärmar mot samma sorts frågor och blir tydligt präglad av dessa mål, som ofta skiftar åt vitt spridda håll. Men att vara del i en svärm är inte att vara del i en grupp; den gemenskap och kollektiva trygghet som finns hos gruppen finns inte hos svärmen, och därför menar intervjupersonen att hen inte är del av en miljörelse. Konsumenten är, trots svärmen, ensam i sin konsumtion.

5.3 Negativ konsumtion

Samtliga intervjupersoner för fram hur de alltid försöker köpa ekologisk och/eller miljömärkt mat. Intervjuperson 1 beskriver också hur mycket av det beteende som hen lagt till sig med för att leva mer miljömedvetet i dag går på rutin:

“jag åker kommunalt [...] alltså mitt miljötank finns väl i allting ... i mina mönster redan så väl, alltså i maten jag äter. Jag äter ju inte kött. Jag försöker köpa ekologiskt, även närodlat [...] alltså jag tror att mycket är ju sånt här som man bara gör nu för tiden utan att man tänker på det”

Detta betonas av flera av intervjupersonerna, att miljötanket har blivit så att säga en del av dem, en rutin som man inte tänker på särskilt mycket i vardagen.

Intervjupersonerna lägger också stor vikt vid att visa på *hur* de inte konsumerar och *vad* de inte konsumerar av olika anledningar. Främst motiveras det utifrån ett miljöperspektiv, men även vissa hänvisningar till ekonomi och hälsa förekommer. Intervjuperson 2 betonar hur *svårt* det kan vara att konsumera på ett sätt som hen tycker är acceptabelt:

“det är ju svårt för mig att köpa [...] om jag ska köpa någon ny matprodukt som jag inte är van vid, så kan det ta lite tid, för jag vill ju, alltså dels det här med ekologisk, och det med att det ska vara producerat på ett bra sätt, men också liksom att försöka minska plastberoendet, så hellre, hellre liksom någonting i glas kanske, eller, eller papper. Men [...] det ska ju helst inte vara palmolja. Och sen, rent personligen vill jag inte att det ska vara för mycket E-ämnen [...] [s]å det kan vara lite svårt när jag ska köpa nya produkter”

Dock påpekar både intervjuperson 1 och 2 att detta inte är något som är tidskrävande om de inte är tvungna att gå utanför sina vanliga rutiner för konsumtion. Som vi kan se i citatet ovan så är det just när intervjupersonen är tvungen att köpa något hen inte vanligen köper som denna energi måste läggas på att just hitta en produkt som inte sticker ut från de produkter de vanligen konsumerar, just för att detta sätt att konsumera inte ska brytas. Konsumtionen är central för intervjupersonerna, speciellt i hänsyn till mat och kläder. Intervjupersonerna talar mycket om denna konsumtion, och hur de letar efter olika sorters miljömärkningar för att försäkra sig om att det är ekologiskt eller miljövänligt. Flera av intervjupersonerna svarar dock att de inte själva har undersökt vad det är som gör att produkter kan ha olika sorters miljömärkningar. Intervjuperson 2 menar att hen inte har undersökt vilka kriterier som finns för miljömärkningar, men att det måste vara bättre ju fler märkningar som finns på en produkt:

“det finns ju ett antal märkningar och jag är ju inte helt insatt i vad kanske alla exakt, betyder alla, eller jag vet ju vad de betyder men vad det innebär att de får den märkningen. Så noga har jag ju inte kollat, liksom. Men, jag tänker att, nästan ju fler märkningar desto bättre [skratt]”.

Jag menar att man kan, med utgångspunkt i Bourdieu, tänka sig hur denna tanke på märkningar och ‘bra’ konsumtion fungerar som en typ av symboler: genom att visa på sitt kulturella kapital, det vill säga sin kunskap om hur man ‘bör’ konsumera fungerar som ett sätt att distansera sig från de som inte konsumerar på ett miljömedvetet sätt. På detta sätt kan man

visa att man har kunskap om de saker som det miljömedvetna habitus anser vara mer värt. Att man inte har undersökt vad märkningarna faktiskt innebär menar jag kan tolkas som att de faktiskt är mer än just bara en miljömärkning: de är även symboler för att 'jag konsumerar rätt'.

Om vi tänker med Baudrillard så vill jag påminna om det citat som återfinns ovan: att konsumera på ett visst sätt för att urskilja sig ur mängden. Att handla miljömedvetet menar jag är ett typiskt exempel på detta: Miljömedveten konsumtion är ett sätt att urskilja sig från mängden, ett *speciellt sätt* att konsumera som gör att man inte längre är 'bara en till konsument'. En skillnad från Baudrillards tanke är dock denna: det är oftast dyrare att konsumera på ett miljövänligt sätt. För det första är ekologiska produkter oftast dyrare än icke-ekologiska, men det krävs dessutom att man lägger viss tid på att undersöka vad som är miljövänligt och inte. Detta gör att konsumtionen, förutom att vara en typ av konsumtion, dessutom kräver mer resurser och därför signalerar till omvärlden en form av högre status: *man har helt enkelt råd*.

Konsumtionen beskrivs omväxlande som enkel eftersom den är del av en rutin man lagt sig till med, och omväxlande som något svårt eftersom man hela tiden måste ta hänsyn till det, och ibland väga olika värden mot varandra. Exempelvis menar intervjuperson 1 att "alltså mitt miljötänk finns väl i allting .. i mina mönster redan så väl". Som kontrast kan man se det citat som finns ovan från intervjuperson 2 där hen menar att det är svårt för hen att köpa nya produkter eftersom hen måste kolla så att det verkligen uppfyller hens krav. Jag menar att det är ett sätt att både beskriva hur enkelt det kan vara att leva på ett sätt de menar är miljövänligt, men också att visa på vilket stort engagemang de själva har inför frågan. Dessa två menar jag är produkter av två olika tankegångar: den ena är att man vill att så många som möjligt ska konsumera på ett miljövänligt sätt, eftersom man faktiskt bryr sig om miljön. Den andra tanken är att just poängtera hur svårt det är för att belysa vilken uppoffring man faktiskt gör för något gott, och på så sätt skilja sig från de som inte gör det.

Dagens samhälle kräver att vi konkurrerar med varandra, och det gör att vi hela tiden vill skilja oss från mängden. I ett konsumtionssamhälle görs detta framför allt med konsumtion, och detta undantar inte den miljövänliga konsumtionen. Även om denna konsumtion inte måste ha som enda eller ens huvudsakliga syfte att fungera som en distinktion så gör den alltså det. I likhet med mycket annan konsumtion så har den ju också andra syften: man bidrar ju trots allt till mindre miljöförstöring än 'vanlig' konsumtion.

Poängen är inte att den miljövänliga konsumtionen i högre grad än annan konsumtion fungerar som en symbol, utan endast att den faktiskt också fungerar som det, utöver sina övriga funktioner.

5.4 Det man inte pratar om

I min analys har jag stött på ett fenomen som jag anser är talande för just den miljömedvetna konsumtionen och vilken viktig roll den kan spela i den miljömedvetna konsumtionen. Det jag talar om är att intervjupersonerna inte tycker om att prata om sin "dåliga" konsumtion. Intervjuperson 2 nämner att hen köpt ett par fotbollsskor och träningskläder samt hur detta givit hen dåligt samvete då denna konsumtion var "ju ganska egoistisk". Intervjupersonen går vidare och beskriver att denna konsumtion gjorde att hen fick dåligt samvete eftersom det inte gav någon nytta:

"annars är det ju, liksom risk kanske att man köper saker för att uppnå något annat mål kanske, att man, som någon slags forskare kanske, flyger fram och tillbaka på konferenser för att man tänker att jag gör ju ändå nytta, men det här med fotbollen var ju bara att jag ville göra det, så det ger ju ingen klimatnytta överhuvudtaget"

Detta citatet är intressant ur flera synpunkter: det finns inte så många exempel i intervjuerna där intervjupersonerna själv lyfter fram en konsumtion de har dåligt samvete för, och för att den konsumtion som då lyfts fram i sammanhanget är ganska liten. Att köpa ett par fotbollsskor och annat som behövs för att spela fotboll är en konsumtion som i sammanhanget är ganska liten, det vill säga att den inte är återkommande eller den konsumtion som har mest påverkan på klimatet. Man lyfter mer än gärna fram hur mycket man tänker på att köpa ekologiska varor, eller hur man inte köper kläder och när man väl gör det så ska det vara second hand eller gjort av ekologiskt bomull eller återvunnet material. Jag menar att detta med att uppehålla sig vid sin egna, bra konsumtion är ett sätt att ständigt upprätthålla den miljömedvetna identiteten inför sig själv och andra. Att påvisa att man handlar på ett miljömedvetet sätt gör att man kan upprätthålla bilden av sig själv, för sig själv, som miljömedveten. Miljömedvetenheten som socialt fält för med sig en ovilja att avslöja sin 'dåliga' konsumtion eftersom man vet vad som krävs för att bibehålla sin status i fältet.

Genom sitt habitus blir man påmind om vad som värderas högst, och genom detta kan man också manövrera på fältet för att skaffa sig anseende.

6. Avslutande diskussion:

Konsumtionen har en större roll i den miljömedvetna identiteten än att bara fungera som ett sätt att leva efter ett ideal, nämligen att leva miljövänligt. Konsumtionen fungerar som ett sätt att särskilja sig själv från andra, som ett sätt urskilja sig från mängden och hävda sin egen originalitet. Detta gör människor inte minst för att öka sin egen sociala status, något de blir, om inte tvingade, så i alla fall uppmanade till att göra då samhället format sig som en marknad, där människor måste konkurrera med varandra. I Baudrillards termer använder man sig av ett system av symboler som ger mening åt de symboler man använder sig av, och när människor använder sig av systemet så upprätthåller de också detta system. Med Bourdieu kan man se hur samhället är uppdelat i olika fält, och hur det i olika fält finns olika sätt att värdera handlingar, vad som är önskvärt och inte, samt vilka resurser som spelar roll i det specifika fältet. Då kan man se miljömedvetenheten som ett fält, och genom habitus förstå hur kapital värderas samt vilka handlingar som är mest värda. Baumans teori om konsumtionssamhället ger oss en tydlig bild av hur den kollektiva tanken i samhället bryts ner och de grupper som innan fanns ersätts av svärmar som hela tiden försvinner och uppstår på nytt.

I intervjuerna menar jag att det finns tydliga tecken på att de tendenser som finns i samhället i stort, och speciellt i konsumtionssamhället, återfinns hos intervjupersonerna. Detta menar jag kan innebära svårigheter att minska vår påverkan på miljön. Den individualism som jag ser i intervjuerna och svårigheten och motvilligheten att identifiera sig med en rörelse gör att det kan vara svårt att bygga något kollektivt som i slutändan kan leda till en förändring av samhället. Min åsikt är att detta krävs för att vi ska kunna skapa både en bestående men också en tillräckligt stor förändring som skulle kunna förhindra miljökatastrofer i framtiden. Då blir det ett problem att en miljömedveten identitet inte fokuserar på att skapa en kollektiv rörelse. Tolkat utifrån Bauman, Baudrillard och Bourdieu framträder snarare en bild av en person som handlar på ett miljömedvetet sätt som en väg att urskilja sig från mängden, och utan att mena att detta är det enda som driver identiteten som sådan, så menar jag att det är en relativt dyster

bild. Detta behöver dock inte vara hela sanningen. Jag är medveten om att det material som har tolkats kommer från endast fyra personer, och därför går det inte sluta sig till att detta är ett generellt fenomen i samhället. Det skulle mycket väl kunna finnas människor som är miljömedvetna och fokuserar på att försöka bygga en rörelse kring miljöengagemanget.

Mitt bidrag till forskningen ligger i undersökningen av den miljömedvetna identiteten och vilken roll konsumtionen spelar i denna, något som inte undersökts i stor utsträckning. I förhållande till tidigare forskning så har jag ett perspektiv som är grundat i att vi lever i ett konsumtionssamhälle, och min utgångspunkt är att detta måste också påverka den miljömedvetna identiteten. Denna uppsats kan ge ett perspektiv som breddar och nyanserar bilden av den miljömedvetna individen. Vidare forskning skulle kunna fokusera mer på vilka ansträngningar miljömedvetna människor gör för att forma kollektiv och bygga en större rörelse, som går utöver privatkonsumtionen. Intressant kan också vilken sort dessa eventuella ansträngningar är, exempelvis om de syftar till att informera uppmana till mer aktiv handling, om det fokuseras på vad man kan göra som kollektiv om man ansluter sig, eller vad varje människa individuellt kan göra för att förändra. Det vore också intressant med en jämförande studie som undersöker människor som är anslutna till någon form av förening och de som inte är det, i syfte att undersöka hur de tänker i miljöfrågan. En sådan studie skulle kunna se om det finns skillnader bland dessa två grupper i hur man tänker kring kollektiv handling.

Referenser:

- Baudrillard, Jean. 1998. *The consumer society: Myths and structures*. London: Sage Publications.
- Bauman, Zygmunt. 2008. *Konsumtionsliv*. Göteborg: Daidalos
- Belk, Russell W. 1998. Possessions and the Extended Self, *Journal of Consumer Research*, Volume 15, Issue 2, 1 September 1988, Pages 139–168, <https://doi.org/10.1086/209154>
- Bourdieu, Pierre. 1993. *Kultursociologiska texter*. 4 uppl. Stockholm: Brutus Östlings Bokförlag Symposion.
- Bourdieu, Pierre. 1996. *The State Nobility: Elite Schools in the Field of Power*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, Pierre. 2002. *Forms of Capital*. I Nicole W. Biggart (red.) *Readings in Economic Sociology*. Oxford: Blackwell
- Crane, D. (2010). *Environmental change and the future of consumption: implications for consumer identity*. *Anuario Filosófico*, 41 (2), 353-379
- Dittmar, Helga. 2008. *Consumer culture, identity and well-being*. East Sussex: Psychology Press.
- Ideland, Malin. 2016. *Den KRAV-märkta människan*. Lund: Celanders förlag.
- Kvale, Steinar. 1997. *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur.

- Jack, Tullia. 2017. Cleanliness and consumption : exploring material and social structuring of domestic cleaning practices. *International Journal of Consumer Studies*. 41 (1): 70-78.
- Patton, Michael Quinn. 2015. *Qualitative research & evaluation methods: integrating theory and practice*. 4 uppl. Thousand Oaks, Kalifornien: SAGE Publications, Inc.
- Rennstam, Jens och David Wästerfors. 2015. *Från stoff till studie: om analysarbete i kvalitativ forskning*. Lund: Studentlitteratur.
- Soper, Kater. 2009. Beyond Consumerism: Reflections on Gender Politics, Pleasure and Sustainable Consumption. *Kvinder, Køn & Forskning*. Nr 3-4(2009): 92-100.
- Whitmarsh L, Capstick S, Nash N. 2017. *Who is reducing their material consumption and why? A cross-cultural analysis of dematerialization behaviours*. *Phil. Trans. R. Soc. A* 375: 20160376. <http://dx.doi.org/10.1098/rsta.2016.0376>

Bilaga:

Intervjuguide:

Bakgrund:

- Vad arbetade föräldrarna med? Fick du med dig detta tankesätt i barndomen?
- Var växte du upp någonstans? Urban miljö, landsbygd villaområde osv
- Var bor du idag? Urban miljö, landsbygd, villaområde osv
 - Odlar du själv osv
 - Alternativ: Varför har du valt att bosätta dig i stan och inte på landet?
- Talades om miljö när du gick i skolan som liten?
- Har du barn? Talar du om detta med dem?
- Vad arbetar du med idag?
 - Känner du att du kan leva bekvämt på din inkomst?
- Vilken klass skulle du säga att du tillhör?

Identitet/livsstil:

- Beskriva vardagen, och hur det påverkar val.
- Följdfrågor och konkreta exempel!
- Varför började man? Konkret händelse eller något man alltid haft med sig/gjort?
- Något speciellt som man gett upp?
- Tillhör du någon miljörelse?
 - Finns det en gemenskap? Hur uttrycker den sig?
- (Hur reagerar vänner/bekanta?)
- Vad har du för förhållande till naturen/landsbygd? Vad tänker du på när du hör ordet natur?

Konsumtion:

- Vad tänker du på när du hör ordet konsumtion?
- Vad tänker du kring konsumtion och klimat?
- Finns det bra konsumtion?
 - Hur ser den ut?
 - Hur mycket undersöker du märkningar och märken?
- Vad tänker du kring möjligheterna att konsumera på ett miljövänligt sätt?
- Man kan nästan alltid göra mer. Hur kommer det sig att du inte går längre?
 - Ex:
 - Kött/insekter/närodlat
 - transport
 - odla eget (om inte)
- Om jag skulle hävda att Sverige står för en liten del av de globala utsläppen, och att det därför är meningslöst att försöka påverka endast Sverige, vad skulle du säga då?