



LUNDS
UNIVERSITET

En konstruerad verklighet

En kritisk diskursanalys av second hand inom svensk
media

Avdelningen för modevetenskap, institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet.

Moda 63, 15 HP. Examensarbete för kandidatexamen, VT 2022.

Handledare: Ulrika Kyaga.

A constructed reality - A critical discourse analysis of second hand in the Swedish media

Sustainability is a term of significant relevance in today's global context, permeating discourses and management decisions, and influencing decision-making at the head of most industries. This is particularly apparent in relation to fashion. Second hand clothing is often portrayed as a model towards sustainable consumption, reducing personal environmental impacts while signifying good ethics. Critique towards the fashion industry's environmental consequences is often aimed towards waste created and energy consumption necessary for the production of new clothing, and very rarely towards our discarded clothing. However, the impact our unwanted clothes have on our environment and social life in marginalized countries is severe. This argument is strengthened in the thesis by Andrew Brooks previous research and fieldwork. Furthermore this thesis will draw upon works by Raymond L Bryant and Michael K Goodman in order to investigate the reasons for consuming sustainable items. This thesis adheres to Norman Fairclough's three dimensional model of critical discourse analysis to investigate how Swedish media portrays second hand clothing. We believe that there is an overly positive view on second hand clothing that lacks critique and transparency. Furthermore, the thesis draws upon Patrik Aspers theories on fashion markets and how they function through status. In order to get a fair view of how Swedish media portrays the second hand-market, research on 100 articles were conducted by using the digital archive Mediarkivet. Two central themes were found in the articles and they are analyzed according to Fairclough's model.

The results of the analysis shows how Swedish media primarily portrays the second hand-market as something positive, with limited hints towards the effects it has on our environment. The results also show how Swedish media is co-creating the second hand-market together with other agents in the industry to.... Media has a big part in forging what we see in any subject, which should not be overlooked. With this thesis, we want to show how this last statement is true.

Innehållsförteckning.

1. Introduktion.	3
1.1 Syfte och frågeställningar	5
2. Tidigare Forskning	5
2.1 Medias roll	6
2.2 Konsument narrativ om politiserade varor för etisk konsumtion	7
2.3 Miljövänlighet och begränsningar till att konsumera medvetet	8
2.4 Marknaden av andrahandskläder	10
2.5 Drivkraft till att handla second hand	11
3. Teoretisk grund	12
3.1 Kritisk Diskursanalys	14
3.2 Statusmarknader	15
4. Metod	17
5. Teorikritik	19
6. Material och avgränsningar	20
7. Disposition	22
8. Begrepp	22
9. Analys	23
9.1 Second hand som något hoppfullt.	23
9.1.1 Lingvistisk textanalys av artiklar	23
9.1.2 Diskursiv och social praktik av tema	27
9.1.3 Sammanfattning av tema hoppfullhet	29
9.2 Second hand och oro	31
9.2.1 Lingvistisk textanalys av artiklar	31
9.2.2 Diskursiv och social praktik av tema oro	34
9.2.3 Sammanfattning av tema oro	34
9.3 Sammanfattning av resultat och slutsatser	36
10. Diskussion	37
11. Vidare forskning	40
12. Källförteckning	42

1.Introduktion.

Second hand är dubbelt bra! Vid sidan av att inte konsumera alls är det näst bästa att återanvända det som redan finns. Det bidrar till stora hållbarhetsfördelar och är betydligt bättre för miljön.¹

Klimatkrisens dystra verklighet har haft en påverkan på västerländsk konsumtion av kläder, där modeindustrin hamnat mer i centrum för miljöfrågor. Som citatet ovan antyder har second hand konsumtion fått ett gott rykte, då det ofta beskrivs som det självklara alternativet till hållbar konsumtion.

Idag är second hand populärt av olika anledningar. Det anses vara billigt, bra för miljön och även något som bidrar till social status och medvetenhet. Forskning pekar på att konsumtion idag blivit en form av aktivism där politiska och ekologiska narrativ formar våra konsumtionssätt.² Vardagliga aktiviteter, som att handla kläder, har blivit politiska i mån om framtida sociala och miljörelaterade utmaningar. Men är konsumtion verkligen en realistisk väg till förbättring? Och är vår syn på alternativ konsumtion som second hand, i sin grund, okritisk och problematisk? Vår avsikt med det här arbetet är att undersöka hur second hand förmedlas inom svensk media. Hur second hand presenteras kommer att sättas i relation till tidigare forskning om second hand-marknaden, medias makt, ekologiska och politiserade varor samt diskurser om hållbarhet.

Second hand har länge varit en del av människans kultur. Under 1600 - talet uppkom second hand-marknaden, där kläder till sin början brukades som en alternativ valuta till pengar, men för att senare bli något som förknippades med välgörenhet, där export till kolonier var vanligt.³ Second hand, som länge varit bundet till välgörenhetsorganisationer, har idag på grund av en ökad popularitet fått fler företag och nya organisationer att närma sig marknaden.⁴ Detta har

¹ Röda korset. 2021. *Second hand bidrar till hållbarhet.*

<https://www.rodakorset.se/vad-vi-gor/second-hand/second-hand-bidrar-till-en-hallbarhet/> Hämtad: 24/3 - 2022.

² Bryant, Raymond & Goodman, Michael, *Peopling the practices of sustainable consumption: Eco-chic and the limits to the spaces of intention*, King's college London, 2013, s. 41.

³ Norris, Lucy, *Trade and Transformations of Secondhand Clothing: Introduction*, 2012, s. 133.

⁴Remake World. *Fast Fashion's Tapping of the Secondhand Market Is Its Latest Greenwashing Tactic*
<https://remake.world/stories/fast-fashions-tapping-of-the-secondhand-market-is-its-latest-greenwashing-tactic/>
Hämtad:02/6 - 2022

medfört att vad som tidigare varit en relativt obemärkt del av modemarknaden, och som varit synonymt med något äckligt eller smutsigt,⁵ nu blivit något åtråvärt. En marknadsanalys för second hand-marknaden gjord av FMI, Future Market Insights, visar att bland annat den amerikanska second hand-marknadens sammansatta årliga tillväxt mellan 2021 och 2030 kommer att vara 11.2%, med ett nuvarande marknadsvärde på 32 miljarder dollar.⁶ Detta tyder enligt vissa på att second hand-marknaden inom de närmsta tio åren kommer växa till att bli en större marknad än nyproducerat mode.⁷ En så pass kraftig tillväxt kan medföra problematik.

2015 gjordes en undersökning av brittiska Oxfam som visade att 70% av donerade kläder hamnar i Afrika vilket resulterar i allvarliga konsekvenser.⁸ Detta kan kopplas till tidigare forskning om second hand-marknadens påverkan på marginaliserade länder. Exempelvis visar forskning att ett resultat av överflödet av importerade kläder blir att utsatta länders inhemska textilproduktion utplånas.⁹ Ghana är ett exempel på ett land som fastnat i handel av donerade kläder och tar varje vecka emot omkring 15 miljoner plagg.¹⁰

Statistik för omhändertagandet av kläder inom svensk textilindustri är bristande, där aktörer ofta menar att överskottet av överblivna kläder exporteras "för vidare sortering".¹¹ Däremot har amerikanska EPA - Environmental Protection Agency, genom insamlad statistik från 1960 fram till 2018, undersökt återanvändning av kläder. Undersökningen visade på att återanvändningen

⁵ Nordvästra Skånes Renhållnings AB <https://nsr.se/inspiration/minska-ditt-avfall/vaga-kop-second-hand/> Hämtad: 05/5 - 2022

⁶ Future market insights, *Second hand apparel market by sector*.
<https://www.futuremarketinsights.com/reports/secondhand-apparel-market#:~:text=The%20secondhand%20apparel%20market%20will,of%20the%20world's%20carbon%20footprint>. Hämtad: 24/3 - 2022.

⁷ Greenqueen, *10 Stats Proving Secondhand Fashion Will Explode As Consumers Factor In Sustainability*.
<https://www.greenqueen.com.hk/secondhand-fashion-growth-sustainability/#:~:text=By%20end%20of%20this%20decade,%2443%20billion%20fast%20fashion%20industry>. Hämtad: 06/5 - 2022.

⁸ Vogue Business, *Secondhand fashion: Is it really good for Africa?*
<https://www.voguebusiness.com/sustainability/secondhand-fashion-is-it-really-good-for-africa#:~:text=However%2C%20according%20to%20charity%20Oxfam,up%20in%20Africa%20in%202015>. Hämtad: 06/5 - 2022

⁹ Brooks, Andrew, *Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes*, Bloomsbury Publishing, 2015, s. 6.

¹⁰ SVT Nyheter, *Branschkritik mot kläddumpning i Afrika: Det är avfallshantering*.
<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/branschkritik-mot-kladdumpning-i-afrika-det-ar-avfallshantering> Hämtad: 07/5-2022.

¹¹ Naturvårdsverket, *Så påverkar konsumtionen i Sverige*.
<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/textil/dagens-textila-floden-ar-en-global-miljoutmaning/sa-paverkar-konsumtionen-i-sverige/#:~:text=Det%20inneb%C3%A4r%20att%20det%20finns,till%20trasor%2C%20isolering%20och%20kompositmaterial>. Hämtad: 15/4-2022

av textilier visserligen hade ökat under den avsedda perioden, men den visade också på att mängden textilier som hamnar i landfills eller bränns hade ökat mer i förhållande till vad som faktiskt återanvänds.¹² Undersökningen av EPA blir ett tydligt exempel på ett problemområde som i relation till den svenska second hand marknaden ofta inte lyfts fram.

1.1 Syfte och frågeställningar

Avsikten med det här arbetet är att undersöka hur diskurser om second hand ser ut inom svensk tidningspress. Vi anser att second hand-marknaden ofta nämns i relation till hållbara lösningar för modeindustrins utmaningar vilket vi vill analysera. Frågeställningarna för arbetet är:

- Hur framställs second hand inom svensk media?
- Hur ser föreställningarna om second hand ut i relation till de hållbarhetsrelaterade utmaningar marknaden står inför?
- Hur bidrar svensk media till skapandet av second hand som marknad?

2. Tidigare Forskning

Det val av tidigare forskning som uppsatsen består av har i syfte att spegla vårt valda problemområde så bra som möjligt. Forskningen går att placera inom en rad olika fält, som alla är relevanta. Dessa är medias makt, då arbetet avser att analysera medial verksamhet i tidningar, studier om second hand-marknaden och hållbarhet, samt vad som driver konsumtion av hållbara varor och second hand kläder. Nedan redogör vi för den tidigare forskningen.

2.1 Medias roll

Boken *Från orsak till verkan* av Michael Krona undersöker sambandet mellan människa och media. Krona har analyserat svensk journalistik, främst tv-journalistik och dess konstruktion, med hjälp av en kritisk diskursanalys. Krona redogör för en maktkamp mellan media och politik, där de olika parterna har olika mål om vad som ska publiceras. Samtidigt innefattar denna maktkamp också ett symboliskt samarbete då båda parterna även är beroende av varandra. Politiker vill förmedla material till media, som i sin tur publicerar materialet.

¹² Environmental Protection Agency, *Textiles: Material-Specific Data*.
<https://www.epa.gov/facts-and-figures-about-materials-waste-and-recycling/textiles-material-specific-data> Hämtad: 24/3 - 2022.

Detta leder till en bild av att media är beroende av politik, då det till viss del styr vad som är relevant att publicera. Relationen mellan medier och politik är dock inte felfri. Krona beskriver hur det kan förekomma personliga relationer i samarbetet, som i sin tur kan påverka hur det skrivs om olika ämnen.¹³

Krona lyfter också fram en ekonomisk aspekt. Detta gäller kommersiella medier, som är aktiva på flera olika marknader samtidigt, exempelvis annonsmarknaden, publikmarknaden, nyhetsmarknaden och kapitalmarknaden. Dessa marknader har som syfte att bygga ett ekonomiskt kapital till skillnad från public service, som Krona fokuserar mest på, som har som mål att bygga upp legitimitet.¹⁴ Detta skapar i sin tur bilden av att media är styrt av både politiska, men också ekonomiska förutsättningar.

Media upprätthåller också diskurser enligt Krona, där sättet som media skriver om ett visst ämne påverkar bilden som befolkningen får. Den medierade bilden av ett fenomen lägger grunden för åsikter hos läsaren, samt att journalistikens beskrivningar av ett ämne, i vårt fall second hand, påverkar hur människor talar om och förstår det specifika ämnet.¹⁵ Journalistiken besitter en makt att styra människors verklighetsuppfattning, eftersom det är media som bestämmer vilka frågor eller information som ska nå ut till allmänheten. Kritik kan här riktas mot media i det att den inkräktar på områden i syfte om att dra ekonomisk vinning.¹⁶

Kronas verk *Från orsak till verkan* blir relevant för oss då den ser på makten som media har, samt varför vissa ämnen lyfts fram. Den skiljer sig från vårt arbete då den handlar i största del om tv-journalistik, men mycket av det som skrivs är även applicerbart på vår uppsats som fokuserar på tryckt media, eftersom denna också är styrd av politiska och ekonomiska aspekter. Då ämnet hållbarhet, som går att koppla till second hand, är något relevant i dagens nyhetsflöde, ger Kronas bok förklaringar till varför det skrivs om second hand på det sättet som det görs.

¹³ Krona, Michael, *Från orsak till verkan*, Lunds universitet, 2009, s. 27-28.

¹⁴ Krona, 2009, s. 28.

¹⁵ Krona 2009, s. 61 - 62.

¹⁶ Krona 2009, s. 66 - 67.

2.2 Konsument narrativ om politiserade varor för etisk konsumtion

Raymond L Bryant och Michael K Goodman undersöker hur politiskt ekologiska teman, som sociala orättvisor och miljömedvetenhet, blivit en representativ praxis som stöder "alternativ" konsumtion i västerländska länder. Arbetet skrevs 2004 och berör visserligen inte second hand-marknaden, men ger en givande bas för hur hållbara konsumtionsnarrativ presenteras i västerländska länder.

Enligt Bryant och Goodman har konsumtion blivit en ny form av activism, där politiska ekologiska narrativ formar hur medveten och alternativ konsumtion uppfattas. Vår samtid präglas av en vilja till förändring för det bättre, där vardagliga akter som att äta, shoppa och klä sig blivit politiserat i mån om social och miljömedveten reservation. Vad som inom västerländsk konsumtionskultur kan upplevas som motstånd, är dock varufierat, på så vis att protester mot miljöförstöring eller social orättvisa uttrycks genom strategisk förändring av konsumtionsmetoder. Problematiken i detta ligger i att konsumtionsmetoder förändras, men den grundläggande konsumtionen förblir okritiserad och oförändrad.¹⁷

Bryant och Goodman lyfter vikten av att fokusera på maktförhållanden inom den materiella och diskursiva produktionen av ekologiskt politiserade varor. Detta fokus bygger på en nymarxistisk syn på hur konsumtion fungerar. Denna syn menar att varor innehåller en dubbel-fetisch, som döljer verkligheten på produktionsplatser, men samtidigt skapar både ekonomiska överskott hos ägare till produktionsmedel, samt kulturella överskott hos konsumenten.¹⁸

Konsumtion av ekologiskt politiserade varor ger intrycket av att konsumenten bryr sig och tror på förändring, även om detta i slutändan inte innebär någon systematisk förändring som skulle kunna påverka den politiska eller ekonomiska balansen. Bryant och Goodman skriver att konsumentens motstånd, som skapats av politiserade narrativ om miljöförstörelse och sociala ojämlikheter, skapar förändrade konsumtionsmönster. Dock innebär dessa konsumtionsmönster i

¹⁷ Bryant, Raymond & Goodman, Michael, *Consuming narratives: the political ecology of 'alternative' consumption*, Transactions of the Institute of British Geographers, 2004, s. 345.

¹⁸ Bryant & Goodman, 2004, s. 348.

största allmänhet att nya "nischade" varor eller sätt att konsumera skapas genom marknadsinnovation i mån om att lindra konsumentens ångest.¹⁹

2.3 Miljövänlighet och begränsningar till att konsumera medvetet

Bryant och Goodman vidareutvecklar sina ovan nämnda problemområden i ett senare arbete kring begreppet eco-chic. Eco-chic är en samtida benämning för att konsumera inom ramen för hållbarhet. De hävdar att konsumtion, medborgarskap och politik i samtida västerländska samhällen blivit sammanflätat, ett resultat av detta har blivit att individer positionerar sig politiskt genom sitt sätt att konsumera. Den brittiska marknaden för etiska varor var 2011 värd 47 miljarder dollar, vilket lett till en debatt över hur konsumenten agerar politiskt utan att tänka på hur konsumtionen inverkar på människor och planet.²⁰

Fortsättningsvis diskuteras innebörden av alternativa marknadsdrivna lösningar på samtida problem. Sektorn för hållbar konsumtion får sin mening och sitt syfte utifrån produktion av intention och vilja till att göra någonting bra. Utrymmen för intention och vilja produceras genom en kombination av diskurser och materiella praktiker, som säkerställs av olika människor och grupper. Genom grundläggande information kring ett givet område, som exempelvis kläders ohållbara påverkan på socialt liv och miljö, kan ledande grupper inom området producera diskurser och materiella praktiker. Dessa påvisar i sin tur hur konsumenten bör konsumera för att exempelvis minska den påverkan kläder har på miljön. På grund av detta görs "omtänksamma" shopping val, där köparen tros engagera sig i specifika rörelser som är förknippade med vad den köper.²¹ Ett exempel på detta är ett koncept som greenwashing.²²

Utrymmen för produktion av hållbar retorik är till synes väldigt ambitiösa, där varierande sätt att fixa sociala problem presenteras. Exempelvis Fair Trade, vars mål om att minska fattigdom genom rättvis handel uppfattas svårt. I detta avseende är kampen mot fattigdom via rättvis handel något liknande kampen mot klimatförändringar, diffus och svårbehandlad. I relation till detta uppstår ofta spänningar mellan individualistiska kontra kollektiva handlingar, där kollektiva

¹⁹ Bryant & Goodman, 2004, s. 350.

²⁰ Bryant, Raymond, and M. Goodman. "Peopling the practices of sustainable consumption: Eco-chic and the limits to the spaces of intention." *Green consumption: The global rise of eco-chic*: 37-55. 2013, s. 41.

²¹ Bryant & Goodman, 2013, s. 42.

²² Britanica, *Greenwashing* <https://www.britannica.com/topic/greenwashing> Hämtad 23-05-2022.

handlingar ofta uppfattas som de mest effektiva. Bryant och Goodman menar att många icke-statliga organisationer och sociala rörelser (exempelvis Oxfam, eller i vårt fall, Erikshjälpen) anser det kollektiva som mest effektivt för att uppnå ekonomisk säkerhet, politisk säkerhet, samt för att ibland kunna säkerställa en ideologisk grund. Samtidigt kan detta ställas mot faktumet att det finns ett individualistiskt driv till dessa utrymmen och frågor, där konsumtionen fungerar för att uttrycka jaget.²³

Som tidigare nämnt förklarar Bryant och Goodman att det bakom utrymmen för hållbar retorik, finns ojämlika maktförhållandena inbäddade, i vilket de definierar två problem. Det första är att individer och grupper som är ledande inom ett område kan komma att lägga sina egna intressen och bekymmer i hjärtat av processen, som nödvändigtvis inte behöver delas av alla andra. Dessa privata intressen och intentioner behöver inte nödvändigtvis vara av god avsikt heller, utan kan också vara av sämre motsägande intentioner. Det andra är att materiella och diskursiva konstruktioner av hållbar retorik aldrig är neutrala eftersom de återspeglar politiska, ekonomiska och kulturella övertygelser hos dem som konstruerar dem.²⁴

Det som Bryant och Goodman tillför till vårt arbete är hur dem problematiserar konsumtion av ekologiska och hållbara varor, i vårt fall second hand. Detta bidrar till en förståelse, samt en synvinkel för hur konsumtion av second hand kan ses som problematisk, då vi gör en kritisk granskning av second hand-marknaden. Deras bok tillför också kunskap om varför man tror sig konsumera hållbart när man handlar ekologiska och hållbara produkter.

2.4 Marknaden av andrahandskläder

Andrew Brooks skriver i sin bok, *Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes*, att den internationella marknaden för second hand-kläder fungerar som en motström till fast-fashion industrin, där det finns tydliga vinnare och förlorare. Marknaden för second hand-kläder är speciell då den vänder på handelsmönster, där kläder, istället för att gå från marginaliserade produktionsländer till rika, istället går från rika länder till utsatta. Detta skapar i sedan tur ett problematisk beroende där länder som tar emot ofta donerade kläder, blir

²³ Bryant & Goodman, 2013, s. 43.

²⁴ Bryant & Goodman, 2013, s. 44.

fast med att sälja dessa vidare. En konsekvens av detta är att den inhemska textilmarknaden utplånas.²⁵

Brooks avslöjar genom fältstudier i Storbritannien, en omfattande, och ibland även olaglig handel av donerade kläder. Han förklarar att välgörenhetsorganisationer ofta försöker stimulera donationer med hjälp av reklammaterial. Olika etiska narrativ används för att visa på nödvändigheten av donerade kläder. Ett av flera exempel Brooks hittar via fältstudier är en välgörenhetsorganisation som använder en bild på en asiatisk flicka efter en naturkatastrof. Via en bildsökning finner Brooks att bilden är tagen från en jordbävning i Kina, men varken Kina eller jordbävningen nämns i relation till välgörenhetsorganisation som använder sig av bilden.²⁶

Välgörenhetsorganisationer anspelar ofta på en etablerad bild av att donerade kläder hamnar där dom behövs, i ett fattigt land utan egna resurser att agera med. Den största välgörenhetsorganisationen i Storbritannien är Frälsningsarmen, vars varumärkesbild bygger på lokalt arbete där organisationen hjälper hemlösa och fattiga i sitt egna land. Detta är en ytterst viktigt del i frälsningsarmens symboliska arbete för att upprätthålla en bild av en organisation som arbetar lokalt och hållbart. Men, en väldigt liten andel av deras donerade kläder går till den inhemska marknaden. Frälsningsarmen är, likt många andra organisationer i Storbritannien, stora exportörer till bland annat Mozambique och Papua new Guinea.²⁷

*Paul ozanne of the Salvation Army believes that people are quite comfortable about giving clothing to the Salvation Army knowing that only a small proportion will directly be worn again by people in need (e.g. the homeless) or sold locally, and 'makes no bones about' the fact that the majority is sold overseas to generate profit.*²⁸

Brooks förklarar att det finns en maskerad proffsionalistisk sida till handel av använda kläder. Organisationer som Frälsningsarmen, Röda Korset, Goodwill och Planet Aid använder alla sig av avancerade affärsmodeller som deras kundkrets sällan känner till där använda kläder säljs till

²⁵ Brooks, 2015, s. 4.

²⁶ Brooks, 2015, s. 85.

²⁷ Brooks, 2015, s. 85 - 89.

²⁸ Brooks, 2015, s. 91.

fattiga länder i den globala södern. Likt Bryant och Goodman²⁹, finner Brooks Karl Marx teori om “commodity fetischism” relevant. Marx menade att sociala förhållanden och strukturer ofta döljs i främjande av ekonomisk vinning. Klädproducenter talar gärna inte om faktumet att barn tillverkar våra kläder, och på samma sätt berättar inte välgörenhetsorganisationer om handel av andrahandskläder med fattiga och utsatta länder.³⁰

Andrew Brooks verk har en stor relevans för oss då det ger en inblick i vilka konsekvenser second hand-marknaden har i förhållande till miljö men också för samhällen. Brooks visar på att det finns vinnare och förlorare inom second hand-marknaden genom sina fältstudier. Detta är något som lägger en grund för vår analys och den kritiska utgångspunkt som vi har. Att Brooks studier är väl utförda på ett akademiskt plan, blir också en fördel för oss då det visar på en relevans för ämnet och för vår forskning.

2.5 Drivkraft till att handla second hand

För att förstå varför man vill handla second hand, samt vilka drivkrafter som ligger bakom, har vi tagit hjälp av undersökningen, *The Increasing Phenomenon of Second-hand Clothes Purchase: Insights From The Literature*, utförd av Halimin Herjanto, professor i marknadsföring vid University of the Incarnate Word.

Herjanto menade att undersökningar gällande second hand-marknaden var för få i relation till den resterande klädindustrin. Därför samlade han in material angående second hand-marknaden för att bland annat svara på varför vi konsumerar second hand. Totalt samlade han in 131 olika undersökningar av ämnet och kom fram till följande;

Det finns ett brett antal orsaker som ligger bakom konsumtion av second hand. Dels styrs vi av etiska uppfattningar, exempelvis att man väljer second hand istället för nyproducerat, eftersom det är bättre för miljön. En annan styrande faktor är också att det är unikt och innehåller ett stort utrymme för självuttryck, samt att man kan utvinna nostalgisk tillfredsställelse av second hand kläder. Social press kan också vara bakomliggande, menar Herjanto, då det börjar bli en norm att

²⁹ Bryant & Goodman, 2013, s.348

³⁰ Brooks, 2015, s. 98.

vara hållbar och välja dessa alternativen över de mindre hållbara. Det existerar även en ekonomisk faktor, som han väljer att dela in i två olika delar; intern och extern. Den interna faktorn innefattar exempelvis inkomst, levnadssituation och sparsamhet, aspekter som individen själv kan påverka i viss mån. Den externa ekonomiska faktorn är, enligt Herjanto, prissättningen på kläderna, det du inte kan kontrollera.³¹

Herjanto påstår att en av de främsta drivkrafterna är den psykologiska, som några av dem tidigare nämnda drivkrafterna faller in under, dessa har redan en stark anknytning till konsumtion. Här lyfter han fram ett exempel om att handla hos välgörenhetsorganisationer, som en sorts anti-konsumtion, för att inte främja de verksamheter som endast har ekonomisk vinning som mål. Detta kan också förvirras med den grupp människor som endast handlar second hand på grund utav de låga priserna, i syfte att utöka deras garderob och tillfredsställa deras materialistiska behov.³²

Herjantos undersökning är relevant då den ger olika synvinklar och förklaringar till varför vi konsumerar second hand. Den fungerar bra som ett komplement till vår analys då det kan erbjuda en vägvisning till varför det skrivs om second hand på det viset som det gör.

3. Teoretisk grund

Arbetet kommer att ha ett diskursanalytiskt angreppssätt. Marianne Jørgensen Winther & Louise Phillips bok *Diskursanalys som teori och metod* presenterar tre olika angreppssätt för analys inom diskursteori. Det centrala för vår uppsats kommer att vara det kritiska angreppssättet. Winther och Phillips förklarar att begreppet diskurs och diskursanalys inte består av en gemensam ansats utan är något tvärvetenskapligt och interdisciplinärt. För att bäst definiera en diskurs hänvisar Winther & Phillips till ett citat av den franska sociologen, Michel Foucault, ofta ansedd som grundaren till det diskursanalytiska angreppssättet,

³¹ Herjanto, Halimin, *The Increasing Phenomenon of Second-hand Clothes Purchase: Insights From The Literature*, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 18.1, 2019, s. 6.

³² Herjanto, 2019, s. 6 - 7.

*Man kallar en mängd utsagor för diskurs i den mån de beror av samma diskursiva formation, den består av ett begränsat antal utsagor för vilka man kan definiera en mängd av existensvillkor*³³

Winther & Phillips förklarar att samtliga diskursteorier gemensamt anser att vårt sätt att tala om vår värld, identiteter, och sociala relationer inte är neutralt speglade utan speglar en aktiv roll i skapandet och förändringen av dem. Winther & Phillips redogör för att diskursanalysen, trots att den kan användas inom många områden, inte kan sättas i vilken teoretisk ram som helst. Detta då diskursanalysen är en teoretisk och metodologisk helhet. Denna helhet innehåller filosofiska förutsättningar för språkets roll i den sociala konstruktionen av världen, teoretiska modeller, metodologiska riktlinjer samt specifika tekniker för språkanalys. Med det sagt så går det bra att kombinera olika angreppssätt inom diskursteori och skapa sitt egna tillvägagångssätt.³⁴

Winther & Louise definierar sedan nyckelpremisser för diskursanalysen. Diskursanalys vilar på socialkonstruktivismen, vilket är en gemensam benämning för nyare teorier om kultur och samhälle. Inom socialkonstruktivismen finns en rad olika antaganden som i detta fall också lägger grunden för diskursanalysens angreppssätt.³⁵

Det första antagandet är en kritisk inställning till självklar vetenskap. Vår kunskap om världen är inte en objektiv sanning utan en produkt av våra sätt att kategorisera världen. Det andra är historisk och kulturell specificitet. Vår syn på världen är alltid historisk och kulturellt laddad. Winther & Louise tydliggör att ”*diskursivt handlande är en form av socialt handlande som bidrar till att konstruera den sociala världen*”.³⁶ Detta inkluderar kunskap, identiteter och sociala relationer. Det tredje är samband mellan kunskap och sociala processer. Hur vi uppfattar världen skapas och bibehålls i sociala processer. Kunskap skapas genom social interaktion, där gemensamma sanningar kämpar mot sant och falskt. Det fjärde är samband mellan kunskap och social handling. En bestämd världsbild förutsätter att vissa former av handling blir naturliga och accepterade och andra otänkbara. Olika sociala världsbilder leder därav till att olika sociala

³³ Winther Jørgensen, Marianne & Phillips, Louise, *Diskursanalys som teori och metod*, studentlitteratur, Lund, 2000, s. 19.

³⁴ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 8 - 10.

³⁵ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 11.

³⁶ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 12.

handlingar, och att den sociala konstruktionen av kunskap och sanning får konkreta sociala konsekvenser.³⁷

3.1 Kritisk Diskursanalys

Methods of critical discourse analysis, av Ruth Wodak och Michael Meyer, kan ses som en handbok för hur man utför en kritisk diskursanalys. Tidigt i boken finner vi ett citat av Jurgen Habermas som menar att "*language is also a medium of domination and social force. It serves to legitimize relations of organized power*".³⁸

Kritisk diskursanalys är ett teoretiskt perspektiv på språk och semiotik, i förhållande till fenomen som exempelvis genus och idehistoria. Semiotik innefattar all form av meningsskapande via bilder, språk och kroppsspråk, och vid utförande av en diskursanalys analyseras vad det är som har skapat diskursen, så som sociala strukturer och processer. Dessa kan vara grundade i exempelvis ekonomi, kultur eller politik.³⁹

Det är också viktigt att ta hänsyn till vilka grupper eller individer som ligger bakom diskursen, som historiska subjekt. Det finns tre koncept som lägger grunden för den kritiska diskursanalysen; makt, historia och ideologi. Diskursen är strukturerad genom makt och dominans, samt att diskurser en gång i tiden blivit giltig-förklarade av hegemoniska grupper och ideologier. Kritisk diskursanalys gör det möjligt att analysera dessa maktstrukturer för att se vart det finns orättvisor och vilka grupper som skapar motstånd gentemot den etablerade diskursen i fråga. Effekten av makt och ideologi blir att diskursen stabiliseras och får en mening, den får en naturlig form. Att vara kritisk är också en stor del inom diskursanalysen. Att vara kritisk innebär att man distanserar sig själv från det som diskursen innebär och att man väljer en ståndpunkt i frågan som undersökare. Kritiska teorier, som kritisk diskursanalys, har som syfte att upplysa, inte bara att förklara, utan att också visa på särskilda inbillningar inom den relevanta frågan. Ändamålet blir till viss del att visa individer hur man kan bli lurad av sina behov och intressen.⁴⁰

³⁷ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 12.

³⁸ Wodak, Ruth & Meyer, Michael, *Methods of Critical Discourse Analysis, Vol. 1*, SAGE, 2001, s. 3.

³⁹ Wodak & Meyer, 2001, s. 4.

⁴⁰ Wodak & Meyer, 2001, s. 3-12.

Marianne Jørgensen Winther & Louise Phillips redogör i sin bok för fem gemensamma drag hos de diskursanalytiska angreppssätten. Dessa är relevanta att definiera innan redogörelse av Fairclough's tredimensionella modell.

Det första gemensamma draget är att sociala och kulturella processer samt strukturer har en delvis lingvistisk-diskursiv praktik. Det är genom diskursiva praktiker en producerar texter och sedan konsumerar dem. Detta är en viktig form av social praktik som bidrar till att konstituera den sociala världen. Det andra gemensamma draget är att diskurs är både konstituerande och konstituerad. Detta innebär att diskurs är en form av social praktik som både konstituerar den sociala världen men även konstitueras av andra sociala praktiker. Det tredje gemensamma draget är att språkbruk ska analyseras empiriskt i det sociala sammanhanget. Samtliga diskursanalytiska angreppssätt gör en lingvistisk textanalys av språkbruket i social interaktion (som tidningsartiklar). Detta innefattar även användandet av bilder. Det fjärde steget är att kritisk diskursteori fungerar ideologiskt. Kritiska diskursanalyser hävdar att diskursiva praktiker bidrar till och stödjer skapandet och reproduktion av ojämlika maktförhållanden mellan sociala grupper. Det femte steget är att diskursanalytiska angreppssätt är alla exempel på kritisk forskning. Detta innebär att kritisk diskursanalys inte är politiskt neutral, utan gör angrepp i social förändring genom att belysa ojämna maktförhållanden.⁴¹

3.2 Statusmarknader

I introduktionen förklarar vi att second hand fått en mer betydande position inom modeindustrin utifrån statistik och rapporter. För att förstå varför detta skett krävs förståelse om modemarknaders funktioner och föränderlighet. Svenska sociologen Patrik Aspers har, inom Consumer Culture Theory, skrivit ett flertal inflytelserika arbeten om modets marknadsfunktioner utifrån ett sociologiskt perspektiv, som enligt Aspers tidigare saknats inom forskningsfältet för mode. Forskning inom CCT innefattar studier som ska leda till en bättre förståelse angående varför konsument tar de beslut den gör. Forskaren ser också på de olika

⁴¹ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 67 -70.

relationerna som konsumtion innehåller, värden så som material, symbolik, ekonomi i förhållande till exempelvis konsumenter, samhällen och institutioner.⁴²

Aspers arbete bygger i stor del på den tidigare sociologen Pierre Bourdieu's verk *The field of cultural production*. Anledningen till att detta tidigare verk inte används i den här uppsatsen är för att Bourdieu, då verket skrevs under 1800-talet, inte talade om mode utifrån ett marknadsperspektiv. Aspers definierar två typer av marknader, *statusmarknader* och *standardmarknader*, och förklarar att aktörer inom dessa kräver olika typer av kunskap för att operera inom dom. Ett bra exempel på standardmarknader är råvarumarknader. Priset på bomull följer ofta en standard inom sin marknad som producenten väl känner till innan det att produktion börjar. Värdet skapas här i det som produceras och lite betydelse läggs på producenten av råvaran.⁴³

Statusmarknader är till skillnad från standardmarknader uppgjord av aktörer på båda sidorna av marknaden, dvs köpare & säljare. Huvudpoängen i Aspers text är dessa rangordnas enligt sociala konstruktioner, och dessa konstruktioner sätter standarden på marknaden. Ett exempel på denna typ av marknad är enligt Aspers modemarknaden. Konsumenten utgör i regel den ekonomiska publik som ger producenten status och utvärderar därav vad som erbjuds. Beroende på vad som köps, och av vem (då köpare också rangordnas enligt status) kan producenter erhålla mer status. Om fenomenet upprepas under tid skapas sociala och ibland fasta strukturer kring producent och konsument som samverkar. Detta skapar i sedan tur marknadsfördelar på modemarknaden. ´

För att aktörer ska kunna orientera inom modemarknaden krävs kunskap, då det inte finns några särskilda produktstandarder. Att känna till modemarknaden förutsätter att man förstår rörelser inom den, dvs vilka trender som är på väg upp eller ut, och vad eller vem som är på väg att få status. Kunskap inom modemarknaden, enligt Aspers, är att förstå de sociala strukturer som utspelas och kommuniceras. Ett exempel Aspers lyfter är att lyxvarumärken, som Gucci eller Dior, ofta ges till inflytelserika och kända personer. Dock påpekar Aspers att modetrender förändras fortare än status hos bärarna. För att upprätthålla status kan också aktörer samarbeta,

⁴² Consumer Culture Theory Consortium. <https://www.cctweb.org/> Hämtad: 9/4 - 2022.

⁴³ Aspers, Patrik, *Knowledge and valuation in markets*, Theor Soc, 2009, s. 112-116.

där status byts mellan de delaktiga, eller alternativt höja status om den ena aktören är av lägre status än den andra.⁴⁴

4. Metod

Den här uppsatsen kommer att använda Norman Faircloughs tredimensionella modell. Winther & Phillips beskriver teorin som en av de mest utvecklade teorierna och metoderna inom den kritiska diskurs-riktningen. När man utför en kritisk diskursanalys, analyserar man språkbruket. Fairclough har i sin modell delat upp språkbruket, som är en kommunikativ händelse, i tre olika dimensioner;

- Den är en text.
- Den är en diskursiv praktik.
- Den är en social praktik.⁴⁵

Modellen förklaras som en analytisk ram som är lämplig vid forskning om samhälle och kommunikation. Vid en diskursanalys av en kommunikativ händelse, ska alla tre dimensioner användas i förhållande till varandra.

I det första steget ska man se den kommunikativa händelsens egenskaper. Det är här värt att förtydliga att text kan mena olika saker, då även exempelvis bilder, tal och musik kan förmedlar diskurser. I detta steg används flera begrepp inom området för lingvistisk textanalys, som vi redogör för nedan.

Transitivitet innebär att man analyserar hur händelser och processer förbinds eller inte förbinds med subjekt och objekt. Syftet med detta är att kartlägga ideologiska konsekvenser olika textuella framställningsformer kan ha. *Modalitet* betyder "sätt" och vid analys av modalitet är talarens grad av instämmande i relation till ett påstående det relevanta. Vilken modalitet talaren väljer ger konsekvenser för diskursens konstruktion. I samband med modaliteter är det vanligt att använda sig av *hedges*. En hedge innebär att moderera påståendet i en sats, vilket ger påståendet en låg affinitet. Exempelvis genom att använda ord som "lite", "troligen" eller

⁴⁴ Aspers, 2000, s. 112-116.

⁴⁵ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, 74

“kanske”. *Interaktionell kontroll* är ett begrepp som visar hur eller vem som kontrollerar turerna som sker i en dialog. *Normalisering* är ett begrepp som nedtonar agenten och ersätter påståendet med substantiv, exempelvis “det slängs mycket kläder” istället för “Organisationen slänger mycket kläder”.⁴⁶

I det andra steget kollar man på produktion och konsumtion av texter. Olika diskurser inom olika diskursordningar är ett uttryck för *interdiskursivitet*, ett centralt begrepp för Faircloughs tredimensionella metod. Interdiskursivitet är en form av intertextualitet, att kommunikativa händelser bygger på tidigare händelser.⁴⁷

I det sista steget ser man på den sociala praktiken som den kommunikativa händelsen är en del av, alltså en handling inom ramen för en viss kontext. En viktig del att ha i åtanke är att det är endast genom diskursiv praktik som texter kan forma eller formas av social praktik. När man analyserar en kommunikativ händelse ser man alltså på genrer och diskurser som formuleras i texten, antingen i produktionen eller konsumtionen. Man ser även på hur texten i sig är uppbyggd.

Slutligen analyserar man huruvida den diskursiva praktiken påverkar de redan existerande diskurs-ordningarna, samt vilka eventuella konsekvenser som finns och hur detta påverkar den sociala praktiken.⁴⁸

För att ge ett kortfattat exempel på hur vi har gått tillväga i analysen; vi har valt olika citat från svensk tidningspress som representerar olika teman. Exempelvis, “*Det som förr var synonymt med mörka källare, märkligt luktande plagg och ett visst mått av skam är i dag snarare en statusmarkör för medvetenhet.*” (Di Weekend 2021-12-10) Detta är ett av citaten som är en del av analysen. Genom den lingvistiska textanalysen kan olika lingvistiska drag hittas, som exempelvis normalisering då ingen agent knyts till påståendet. Genom citatet kan man utläsa att second hand har fått en förnyad status, då man beskriver dess historia som något som synonymt med märkligt luktande kläder, till att ha blivit en statusmarkör i relation till hållbarhet.

⁴⁶ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, 87-88.

⁴⁷ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, 77.

⁴⁸ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 72 - 75.

Efter analysen av texten ser vi på de diskurser som finns i citatet och vem som har producerar och konsumerar dem. I det nämnda citatet kan man exempelvis finna en diskurs om att second hand ger status. Till sist analyserades den sociala sociala praktiken, där vi placerar diskursen i en bredare social kontext inom modemarknaden.

5. Teorikritik

Det kritiska diskursanalytiska angreppssättet bör inte lämnas okritiserat. En viktig synpunkt värd att ta upp är att de diskurser vi definierat och analyserat kritiskt är våran syn på problemet, och bör inte anses som en universell sanning. Våra motiv och definitioner av området behöver nödvändigtvis inte vara bättre än någon annans.

Precis som Bryant och Goodman skriver så finns det, bakom utrymmen för hållbar retorik, ojämlika maktförhållandena. Med detta menar Bryant och Goodman att individer och grupper som är verksamma inom ett område ibland kan lägga sina egna intressen och åsikter i hjärtat av deras arbete.⁴⁹ Som studenter av Modevetenskap så bör det förtydligas att vårt valda ämne ligger inom vår intressesfär och vi tittar därmed på det med extra kritiska ögon.

Winther och Phillips lyfter kritik gentemot mot den kritiska diskursanalysen. Det existerar en viss problematik i förhållande till reflexivitet, eftersom den verklighetsbilden som forskaren producerar genom metoden, inte måste vara den enda möjliga verkligheten. Resultatet blir endast en konstruktion som skapas genom forskarens uppfattning av ämnet som har analyserats. En fråga som uppkommer här, är hur man ska motivera att bilden som man konstruerar är mer sann eller korrekt än en annan. Här skapas en problematik om man ska lyfta sin egna verklighetsbild som mer värdig eller sann, över någon annans, eftersom det endast är en konstruktion av forskarens uppfattning. Ett exempel på detta är politiska åsikter, där man inte kan akademiskt motivera varför en politisk ståndpunkt är bättre än en annan.⁵⁰

⁴⁹ Bryant & Goodman, 2013, s. 44.

⁵⁰ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 111.

Winther och Phillips lyfter också fram kritik gentemot Fairclough, som även gäller för alla former av kritisk diskursanalys. Kritiken är att diskursanalysen innehåller en svag förståelse för individens kontroll över sitt egna språkbruk, samt vilken grad av kontroll som individen faktiskt har. Winther och Phillips menar alltså att Fairclough till viss del negligerar socialpsykologiska aspekter som kan påverka individens kontroll. Han negligerar det dock inte helt, eftersom att han nämner att diskurser formar sociala relationer och identiteter.⁵¹

6. Material och avgränsningar

Arbetet är en kvalitativ studie avsedd att undersöka vilka diskurser det finns om second hand inom svensk media. Vi kommer att undersöka tidningsartiklar från olika svenska medier i mål om att se hur second hand framställs utifrån olika perspektiv.

Vid utförande av diskursanalyser är målet inte att presentera verkligheten utan bilden av verkligheten. Utgångspunkten är att man aldrig kan nå verkligheten utanför diskurserna, och därför är diskurserna i sig det man analyserar. Därav sorterar diskursanalysen inte diskurserna i rätt och fel utan arbetar istället med vad som har sagts och vilka mönster det finns inom det. Mönster och teman som påvisas analyseras sedan för att undersöka vilka sociala konsekvenser dessa kan få. Vi arbetar nära vårt definierade problemområde och därav kan det vara svårt att uppleva påträffade diskursiva ordningar som socialt konstruerade då vi är en del av den kultur vi undersöker.⁵²

Vår syn på uppsatsområdet är präglad av utbildning och likaväl vår generations kontext. Vid diskursanalysen är det därför viktigt att våra egna värderingar inte överskuggar något eller att vi försöker leda arbetet i den riktning vi anser att det torde gå. Vår avsikt ligger i att påvisa varför vissa diskursiva ordningar blir accepterade och andra inte, vara sig vi är medvetna om det eller inte.⁵³

För att få fram tidningsartiklar har vi använt Mediarkivet. På Mediarkivet filtrerade vi sökningen genom att se på artiklar från svenska medier, på ett tidsspänn på cirka ett år (2021 - 03

⁵¹ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 94.

⁵² Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 28.

⁵³ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 28.

- 25 till 2022 - 4 - 24), även detta för att begränsa antalet artiklar. Totalt sett lästes 100 artiklar som togs fram med hjälp av sökorden "secondhand" och "kläder", sökordet kläder var relevant för att få fram artiklar som passar vår undersökning, eftersom secondhand kan innefatta mer än bara klädindustrin. Anledningen till att vi inte läste fler artiklar är för att vi först ville bilda en helhetsbild av hur second hand framställs inom svensk media. Mönstret uppenbarade sig snabbt och med största sannolikhet hade vi inte funnit ett annat mönster om vi läst fler artiklar. Vi valde också att avgränsa sökningen till ett år då ett större tidsspänn hade kunnat presentera en förlegad och förändrad bild av vårt valda problemområde. Majoriteten av artiklarna (76 stycken) var lokaltidningar, och resterande mängd hade olika bakgrunder inom handel, bostad, teknik och livsstilsmagasin.

Inför analysen har vi utifrån de lästa artiklarna kunnat definiera två teman avsedda för analys. Vid analysen kommer citat att lyftas från artiklarna som påvisar det definierade temat. Nedanför följer en sammanställning av de lästa artiklarna.

Vid bearbetning av de nyhetsartiklar som lästs synliggjordes återkommande mönster och teman för hur second hand-marknaden presenteras. En röd tråd som gick att finna i majoriteten av artiklarna var hur hållbarhet är relevant i förhållande till secondhand. I relation till detta var det ofta unga individer som drog sig till att handla secondhand, då dem ska vara mer medvetna om de miljöproblemen som konsumtion av textilier ligger bakom. Det framgick också i artiklarna att billiga priser och hög kvalitet är ett viktigt kriterium för den miljömedvetne. I relation till detta kunde man se hur efterfrågan på secondhand har ökat de senaste åren. Ett återkommande ämne var även donationer, både i förhållande till kriget i Ukraina och som generell välgörenhet. Något som stack ut var mängden artiklar från olika lokaltidningar, som handlade om öppningar av secondhand-butiker. I dessa artiklar skrevs det om vilka bra initiativ dessa är, samt hur hållbart det är och att man uppmuntrar till att handla second hand för att värna om miljön. Vi fann också flera artiklar som handlade om hur olika märken startar egna secondhand verksamheter. Det kunde både vara "lyxigare" märken, men också märken som kan klassas som fast fashion. Det framgår i artiklarna att detta är ett efterfrågat initiativ från miljömedvetna kundgrupper och att detta är något som de olika märkena gör för att visa på att man bryr sig om miljön. Utöver detta

fanns det också artiklar som uttryckte oro över framtida utmaningar för second hand-marknaden, där textilt avfall, ekonomiskt utnyttjande och tillväxtproblem diskuteras.

7. Disposition

Uppsatsen har sett ut som följande, först inleds uppsatsen med att definiera vårt valda problemområde. Efter det presenteras tidigare forskning följt av teori och metod. Sedan presenteras teori kritik följt av material och avgränsningar. Innan analysen presenteras centrala begrepp för uppsatsen.

Vi har utfört vår analys med hjälp av Faircloughs tredimensionella modell. Det första steget är en lingvistisk textanalys, där vi presenterar citat från de artiklar vi läst. Citaten presenteras inom ramen för två olika teman vi kunnat definiera utifrån hur second hand framställs inom svensk media.

Vi har analyserat ett tema i taget. Efter den lingvistiska textanalysen genomförs det andra och tredje steget i Faircloughs modell. Då presenterar vi den diskursiva- och sociala praktiken citaten för respektive tema kan placeras inom. I samband med detta steg används Patrik Aspers teori om modemarknader.

Efter analys av varje tema följer en sammanfattning. Slutligen presenteras en gemensam sammanfattning av resultaten från respektive tema och slutsatser vi kan dra utifrån dessa. Efter det följer en diskussion följt av förslag till vidare forskning.

8. Begrepp

I detta avsnitt redogör vi för de begrepp som har en central roll för vår uppsats.

- Second hand - ett föremål som är fått eller köpt efter att det tidigare har använts av någon annan, alltså något begagnat.⁵⁴ I vårt arbete använder vi begreppet i förhållande till begagnade kläder.
- Hållbarhet - hur vi som individer och befolkning ska kunna upprätthålla en levnadsstandard utan att fördärva ekosystemens funktioner. Hållbarhet kan delas in i olika

⁵⁴ Merriam-Webster. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/secondhand> Hämtad: 5/4 - 2022.

kategorier; ekologisk, social och ekonomisk. Vi har i förstahand utgått ifrån ekologisk hållbarhet, då detta kopplas till miljöproblem, vilket även modeindustrin gör.⁵⁵

- Marknad - Enligt Patrik Aspers kan en marknad ses som “*a social structure for exchange of rights, which enables people, firms and products to be evaluated and priced*”.⁵⁶ Aspers menar att det krävs minst tre aktörer för att en marknad ska kunna existera; En aktör på ena sidan som är medveten om åtminstone två andra vars produkter kan mötas och bli värdesätt gentemot varandra.⁵⁷

9. Analys

I följande avsnitt har vi utfört vår analys av artiklarna. Först genomförs en lingvistisk textanalys, följt av den diskursiva praktiken, för att sista sammankoppla dessa inom ramen för den sociala praktiken. Vid analys av den sociala praktiken som påträffats inom artiklarna vänder sig arbetet till Patrik Aspers teori om mode som statusmarknad.

9.1 Second hand som något hoppfullt.

Ett återkommande tema i artiklarna var second hand som något positivt och hoppfullt, där marknaden målas upp som ett bra alternativ för hållbar konsumtion.

9.1.1 Lingvistisk textanalys av artiklar

För det första finns det stora miljövinster med att välja second hand. Oftast är det vid tillverkningen av en produkt som den största klimatpåverkan sker. Väljer vi att avstå från att köpa nyproducerat, och istället köper en vara som redan finns, har vi alltså gjort miljön en tjänst då inte ytterligare en ny produkt behöver tillverkas. Oavsett om du letar efter en personligare stil, eller vill följa mode och inredningstrender, lovar jag att du finner det du söker second hand. Allt finns. Och så är det ju väldigt snällt mot plånboken!
(Året Runt 2021-09-30)

⁵⁵ Lunds universitet, hållbarhetsforum, *Vad är hållbarhet?* <https://www.hallbarhet.lu.se/forskning/vad-ar-hallbarhet>
Hämtad: 5/4 - 2022.

⁵⁶ Aspers, 2009, s. 112.

⁵⁷ Aspers, 2009, s. 112.

Citatet visar på stor hoppfullhet om second hand som ett bra alternativ för hållbar konsumtion. Talaren uttrycker med säkerhet, att det finns stora miljövinster med att handla second hand. Ordet “stora” förstärker här talarens påstående i det avseendet. Ordet “oftast” fungerar här som en hedge som ger läsaren intrycket av att det inte är under alla omständigheter som den största klimatpåverkan av kläder sker vid produktion. Talaren ställer sedan nyproducerat mode emot second hand och talar om för läsaren att second hand är det bättre alternativet. Här skrivs läsaren in i texten genom att talaren använder “vi”. Detta skapar en gemenskap i citatet samt ett förpliktande krav om hållbar konsumtion som det enda rätta, genom att exempelvis säga, har “vi” alltså gjort miljön en tjänst. Talaren beskriver sedan sin egna second hand-verksamhet där hon med stor säkerhet “lovar” att läsaren, oavsett ifall den är ute efter en personlig stil eller följer trender, kommer att finna det den söker på second hand. “Allt finns” är en faktiskt modalitet, som talar om för läsaren att den, oavsett vad den söker, kommer hitta det på second hand. Detta framställer budskapet som sant och oomtvistligt.⁵⁸ Slutligen lockar talaren läsaren genom att säga att det dessutom är snällt mot plånboken.

Vår butik är mycket mer än en vanlig butik, den bidrar till att ge nuvarande och kommande generationer hopp. Att vi öppnar mitt i stan innebär också att vi nu har tre välbesökta butiker i Göteborg, som tillsammans bidrar till hopp och hållbarhet i flera dimensioner. (Göteborg Direkt Centrum 2021-11-13)

Här lyfts den nyöppnade second hand-butiken högt, genom att säga att den är mycket mer än en vanlig butik. Genom att använda ordet “vår” skapar talaren en form av auktoritet över läsaren, vilket förstärks genom den följande meningen där butiken sägs ge nuvarande och även kommande generation hopp. Citatet innehar en bestämd interaktionell kontroll där talaren sköter dialogen, och skapar etos genom auktoritet och trovärdighet på grund av talarens position inom området för second hand. Talaren uttrycker sedan att då butiken öppnat mitt i stan, innebär det att de har tre “välbesökta” butiker i Göteborg. Ordet “välbesökta” förstärker bilden av företaget som något populärt. Meningen fortsätter sedan med att uttrycka att detta bidrar till hopp och hållbarhet “i flera dimensioner”.

⁵⁸ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 88.

Det bästa med att shoppa second hand är att det känns bra i både kropp, hjärta och plånbok. Det är kreativt, lekfullt och härligt! För mig är det viktigt att utöva mitt modeintresse så att mina barns framtid inte påverkas negativt, säger hållbarhetsprofilen Sara Olsson. (Mama 2021-06-10)

Citatet är hämtat från en intervju med en hållbarhetsprofil. Talaren börjar med att förklara att second hand är bra för både “kropp, hjärta och plånbok”, följt av att det är “kreativt, lekfullt och härligt”. Talaren använder tre upprepade exempel, två olika gånger, för att påvisa hur bra second hand är. Genom detta tillvägagångssätt förstärkts talarens påstående. Påståendet visar också på etos, patos och logos. Genom att säga att det är snällt mot läsarens plånbok ger det citatet logik (logos), och genom att säga att det är bra för kropp och hjärta ger det citatet ett emotionellt intryck (patos). Att sedan presentera talaren som “hållbarhetsprofil” skapar etos, där talaren tillskrivs en auktoritär och trovärdig identitet. Citatet blir sedan individualistiskt och personligt, där talaren säger att det är viktigt för hon själv att utöva sitt egna modeintresse på ett sådant sätt att hennes barns framtid inte påverkas negativt. Citatet visar här på transitivity, där praktiken av konsumtion förbinds med hennes egna barn som sägs påverkas negativt ifall att talaren inte skulle välja att inte konsumera second hand. Detta skapar också en personlig anknytning till samtida miljöproblem.

“Det som förr var synonymt med mörka källare, märkligt luktande plagg och ett visst mått av skam är i dag snarare en statusmarkör för medvetenhet.” (Di Weekend 2021-12-10) Citatet visar på en föränderlighet, där second hand-kläder gått från att vara synonymt med “mörka källare”, “märkliga luktande plagg” och även “skam” till att vara en statusmarkör för medvetenhet. Att använda upprepningar stärker påståendet men citatet uppfattas något tveksamt till att second hand skulle vara synonymt med skam, genom att använda hedgen “visst mått”. Detta kan bero på att skam är ett känsloladdat ord som i relation till second hand trycker på fattigdom och oförmåga att köpa nya kläder. Citatet har en normalisering, då det inte går att koppla någon individ eller agent till utlandet.

Men jag försöker shoppa second hand främst, mest för hållbarhet. Sedan tycker jag att man kan hitta fina saker och lite mer unika plagg i second hand-butiker. Och att det är billigare, speciellt märkeskläder, säger Alice Rosén. (Aftonbladet 2021-06-11)

Citatet är taget från en intervju med en second hand konsument. Konsumenten uttrycker att hon handlar second hand “främst” på grund av hållbarhet. Ordet “främst” visar på att hållbarhet troligtvis är det mest drivande skälet, men hon utvecklar också sitt påstående genom att påpeka att hon även drivs av möjligheten till att hitta billiga märkeskläder på second hand butiker. Här blandas återigen den ekonomiska aspekten in som en drivkraft. Diskursen om att second hand är något unikt påträffas även i citatet.

Det är våra fantastiska gåvogivare som samlat in detta. Det är bra ur miljösynpunkt att sakerna inte slängs. Även om östersundarna är duktiga på att skänka kan vi bli bättre på att köpa begagnat. (Östersundsposten 2021-05-27)

Citatet är taget från en intervju med en ägare till en second hand butik. Ägaren säger att kläderna butiken samlat in varit möjligt på grund av deras “fantastiska” gåvogivare. Ordet “fantastiska” stärker bilden av butikens konsumenter, då de sägs göra något bra. Ägaren påpekar att det ur en miljösynpunkt är bra att kläder inte slängs, men samtidigt påpekar ägaren att att östersundare är bättre på att skänka kläder än att köpa begagnat. Detta kan tyda på att butiken således får ett överskott på kläder, vilket också lyfts i samma artikel. Vad som händer med kläder som inte säljs utelämnas ur artikeln.

Att stora e-handelsbolag som Zalando och Na-kd sjösätter satsningar på second hand välkomnas av de ideella aktörerna. [...] - Det är positivt att fler vill vara med och driva den här utvecklingen för miljöns skull. (Aftonbladet 2021-05-15)

Citatet berör NA-KD och Zalandos nya satsningar på second hand. Citatet uttrycker en hög grad säkerhet, där de nya satsningarna på second hand sägs ske på grund av hållbar utveckling och för miljöns skull. Citatet visar på hur populärt second hand blivit, då större icke-ideella företag närmat sig markanden.

Denna ovan nämnda popularitet går att återfinna i fler citat, “Intresset för second hand har ökat väldigt mycket. Det är fler nu som är medvetna om hur vår konsumtion påverkar miljön, säger hon.” (SVT nyheter Jämtland 2021-11-18) och “Att handla kläder i andra hand är en god idé för

såväl plånboken som miljön, och är dessutom moderiktigt och helt rätt i tiden.” (Ålandstidningen 2021-07-16). Båda citaten är lika i deras karaktär, där det första påpekar hur mycket intresset för second hand ökat. Citatet pekar mot en positiv utveckling där det numera är “fler” som är medvetna om hur konsumtion av kläder påverkar vår miljö. Det andra citatet lyfter liknande resonemang där det sägs vara bra för plånboken och miljön att handla second hand, samt “Moderiktigt” och “helt rätt” i tiden. Ordet “helt” är en hedge som stärker påståendet vilket resulterar i att citatet uppfattas sannolikt och oomtvistligt.

9.1.2 Diskursiv och social praktik av tema

I detta steg kolla vi på hur artiklarna för second hand som någonting positivt produceras samt konsumeras. Här blir det viktigt att utläsa vem som säger vad i ovan nämnda citat.

Vissa av citatet är producerade av anställda på redaktioner runt om i Sverige. Dessa individer använder en redan normativ och etablerad diskurs där deras sätt att framställa second hand skapar förutsättningar för hur second hand upplevs av läsaren. Dessa individer erhåller en etablerad makt i det att det dom säger giltigförklaras i en högre grad än exempelvis påståenden från en konsument. Vilken tidning artikel är publicerad i spelar också roll, där Aftonbladets skribenter troligtvis besitter mer diskursiv makt än skribenten för exempelvis Östersundsposten.

Ett återkommande tema i citaten är att skribenterna ofta tog till intervjuer med representanter från second hand-marknaden. Detta kan enligt Fairclough förklaras som varureklamsdiskurs och företagsreklamdiskurs, båda en typ av promotionsdiskurs.⁵⁹ Dessa individer giltigförklarar också det som sägs, då de besitter mer kunskap om området än gemene läsare. Vad som däremot ofta händer vid promotionsdiskurser, och som således händer i de ovan nämnda citaten, är att det skapas en hegemonisk bild av hur second hand fungerar, där företagsrepresentanter själva väljer hur dom bäst presenterar second hand. En risk med detta är att det som presenteras kan uppfattas som okritiskt. Ett vanligt sätt för promotionsdiskurser att fånga läsaren, som syns i citaten, är att de ofta involverar läsaren vilket skapar en personlig anknytning till vad som än står i artikeln. Exempelvis, *“väljer vi att avstå från att köpa nyproducerat, och istället köper en vara som redan finns, har vi alltså gjort miljön en tjänst”* (Året Runt 2021-09-30).

⁵⁹ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 86.

Fairclough förklarar att diskurser bygger på olika diskursordningar, interdiskursivitet som är en form av intertextualitet.⁶⁰ I citaten som tidigare analyserats finns det en rad olika diskurser som de talande lutar mot. Några återkommande var delvis den ekonomiska aspekten till second hand-konsumtion, dvs att det är billigare än nyproducerat mode. Det var också förekommande med känslargument för att stärka motivering till att handla second hand, i kombination med argument för hur det räddar miljön. Flertal påståenden för hur second hand kan rädda framtida generationer förekom, där alla byggde på känslargument om vår miljö. Vad som går att utläsa i alla citaten var att miljö och hållbarhet var den mesta drivande faktorn till second hand-konsumtion. Alla artiklar har producerats inom diskursiva ramar för hållbarhet och hållbar konsumtion. Detta har troligen speglat hur artiklarna skrivs och i vilket ändamål de skrivs.

För analys av den sociala praktiken sätts den diskursiva praktiken inom den yttersta ramen. För att positionera den diskursiva praktiken inom den sociala praktiken menar Winther och Phillips att man bör undersöka vad det är för nät av diskurser som den diskursiva praktiken ingår i.⁶¹ Inom den lingvistiska textanalysen gick det att definiera en rad olika diskursiva blandningar. Second hand presenterades som något billigt, unikt, något som var korrekt för samtiden, och som något hoppfullt. Efter att ha definierat dessa diskurser placeras dom inom den sociala praktiken där man kan undersöka exempelvis vilka institutionella och ekonomiska betingelser diskurserna har. För att besvara frågor som dessa är det relevant att ta till andra teorier inom andra forskningsfält. Vårt övergripande nät av diskurser kan förstås som konsumtionsdiskurser. Second hand, likt marknaden för nyproducerat mode, är konsumtionsdrivet och upprätthålls av kontinuerlig konsumtion. Detta åstadkommer artiklarna genom att förmedlar diskurser om second hand, där även producent involveras för att stärka dessa.

Patrik Aspers teori om statusmarknader inom konsumtionskultur förklarar att statusmarknader är uppbyggda av både aktörer och säljare, och att dessa rangordnas enligt sociala konstruktioner. Dessa konstruktioner sätter sedan standarden på marknaden. Samspelet mellan second hand-marknaden och svensk media upprätthåller bilden av second hand som något positivt och skapar därför en social konstruktion. Utifrån denna konstruktion skapas en standard som

⁶⁰ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 86.

⁶¹ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 86.

existerar inom kontexten som är hållbarhet och miljömedvetenhet. På detta vis upprätthålls den existerande diskursen, av svenska medier, om att second hand ska vara något bra och hållbart. I ett av de ovan nämnda citaten beskrivs det hur NA-KD och Zalando gör satsningar på second hand, där dem säljer sina egna använda produkter. Aspers förklarar att det på modemarknaden krävs kunskap om vad som är på väg att bli populärt och vad som inte är det. Second hand påvisas i citaten som något positivt betingat samt som något av status. Zalando och NA-KD är både etablerade på modemarknaden och förstår rörelser inom den.⁶² Då vi genom Aspers har kunnat utläsa att second hand-marknaden är en statusmarknad i kontexten för hållbarhet, så vill de mer etablerade företagen också ta del av marknaden, även om NA-KD och Zalando har sina största intäkter inom nyproducerat mode. Det bör också tilläggas att Zalando och NA-KD inte är de första stora företagen för nyproducerat mode som närmast sig second hand-marknaden.⁶³ Det kan också utläsas via Aspers att Zalando och NA-KD's nya satsningar troligen förhöjer deras status på modemarknaden som två hållbara företag.

Vid analys och den sociala praktiken och Aspers teori om statusmarknader går det utläsa att second hand-marknaden likt andra marknader, säljer en identitet genom diskurser. Diskurserna är likväl inbäddade i tankar om hållbarhet, ekonomi och status. Dessa tankar konsumeras via second hand-marknaden och upprätthåller dess plats i vårt samtida samhälle.

9.1.3 Sammanfattning av tema hoppfullhet

Sammanfattningsvis går det att tyda de ovan nämnda citaten som enhetliga. Trots en stor variation av tidningar, har alla uttryckt liknande åsikter om second hand som något positivt. Liknande diskurser går att finna inom artiklarna, där second hand presenteras utifrån att det är unikt, billigt, hållbart eller hoppfullt. Det var även förekommande att det beskrevs utifrån en positiv utveckling, där second hand gått från att vara något negativt betonat till att vara synonymt med medvetenhet, status och hållbarhet.

⁶² Aspers, 2009, s. 112 - 116.

⁶³ Market, *H&M börjar sälja second hand: "Vår USP är att vi kan göra det lättillgängligt för den stora massan"* <https://www.market.se/retailtrender/hallbarhet/h-m-borjar-salja-second-hand-var-usp-ar-att-vi-kan-gora-det-lattillgangligt-for-den-stora-massan/> Hämtad 05-25-2021.

De ovan nämnda diskursiva ordningarna som kunnat definieras utifrån tidningsartiklarna går att placera inom konsumtionsdiskurser. Enligt Bryant och Goodman har konsumtion blivit en form av aktivism, där ekologiska narrativ, som miljökriser eller social orättvisa, formar hur vi konsumerar.⁶⁴ Detta kan förklara faktumet att second hand, som påvisat i citaten, gått från att vara någonting negativt betonat till positivt, då det förmedlar diskurser om hållbarhet. Bryant och Goodman ser dock risker med aktivistisk konsumtion, i det att konsumtionen i sig börjar ses som kärnstrategi för förändring.⁶⁵ Inom den materiella och diskursiva produktionen av second hand bör maktförhållanden belysas. Detta fokus bygger på en nymarxistisk syn som menar att varor innehåller en dubbelfetisch, där de döljer problematiska maktförhållanden samtidigt som de ger konsument kulturella överskott.⁶⁶

Detta nämner även Andrew Brooks, som påpekar att välgörenhetsorganisationer gärna inte nämner faktumet att mycket av deras kläder faktiskt går till export och påverkar marginaliserade länder.⁶⁷ Samtidigt som konsumtion av second hand, som påvisat i citaten, ger konsumenten status och visar på medvetenhet. Citaten visade att konsumenten av second hand kläder gärna tror på förändring, där den genom medveten konsumtion bidrar till hållbar utveckling, dock kan man ifrågasätta om sådan konsumtion leder till någon förändring. Istället kan konsumentens ökade medvetenhet resultera i nya varor eller strategier på marknaden, anpassade efter konsumentens medvetenhet.⁶⁸ Detta syntes i citaten, där NA-KD och Zalando uppmärksammades på grund av deras nya satsningar på second hand. Detta går att koppla till Brooks antagande om att massmedia och kulturell globalisation gjort konsumenten allt mer medveten om sociala olikheter och miljöproblem. I och med det har företag inom liberala samhällsstrukturer varit effektiva på att anpassa sina produkter och image efter samtida problem.⁶⁹

Bryant och Goodman menar att också att hållbar retorik är till synes väldigt ambitiös, där varierande sätt att fixa sociala och miljörelaterade problem presenteras.⁷⁰ Detta syns i citaten då

⁶⁴ Bryant & Goodman, 2013, s. 348.

⁶⁵ Bryant & Goodman, 2013, s. 345.

⁶⁶ Bryant & Goodman, 2013, s. 348.

⁶⁷ Brooks, 2015, s. 98.

⁶⁸ Bryant & Goodman, 2013, s. 350.

⁶⁹ Brooks, 2015, s. 213.

⁷⁰ Bryant & Goodman, 2013, s. 42.

aktörer inom second hand marknaden exempelvis hävdar att second hand ger kommande generationer hopp och bidrar till hållbarhet i flera dimensioner. Det var också tydligt att konsumenten, genom sin konsumtion av second hand, ansåg sig engagera i specifika rörelser som är förknippade med second hand konsumtion, som exempelvis hållbar utveckling.

9.2 Second hand och oro

I en del av artiklarna om second hand som lästs har second hand nämnts i relation till oro och rädsla. Detta berörde ibland second hand-marknaden direkt i relation till exempelvis dumpning av textilier, men också indirekt i relation till utomstående faktorer som fast-fashion industrins påverkan på second hand. Detta var ett avvikande tema men fortfarande återkommande och är därav relevant för arbetet.

9.2.1 Lingvistisk textanalys av artiklar

Det som är lite oroande är att som förslaget är lagt nu finns det risk att det bara blir ett insamlande system som går mot stora volymer och att återanvändningen kommer på skam [...] Vi ser en risk för att man kommer att skeppa materialet ut ur landet som ren export, för att det är en enkel och kostnadseffektiv väg. (Aftonbladet 2021-05-15).

Citatet handlar om de utmaningar som organisationer, kopplade till second hand, ställs inför i samband med det producentansvar som skall träda i kraft 2022.⁷¹ Talaren i citatet är en representant från second hand marknaden. Enligt citatet går det att utläsa en stor oro om framtiden för den svenska second hand-marknaden, då det finns en “risk” för att något negativt ska ske. Att återanvändning skulle komma att bli skambelagt är också något som väcker en viss oro, då återbruk är något som annars har en positiv betoning. Att man kallar export av kläder för en “enkel och kostnadseffektiv väg” ger ett intryck av att ekonomi hamnar i större prioritet än vad miljön gör. Användandet av ordet “risk” är en försvagad hedge, då risk inte garanterar att påståendet kommer att hända. Citatet har dock en auktoritär ton i det att talaren använder ordet “vi”, detta resulterar i att läsaren uppfattar det som att talaren själv och företaget den representerar, inte kommer att göra samma sak som påståendet säger.

⁷¹ Envima, *Återvinning av textilier - en del av den cirkulära ekonomin*.
<https://envima.se/nyheter/atervinning-av-textilier--en-del-av-den-cirkulara-ekonomin/> Hämtad: 19/5 - 2022.

Att vi kan lämna exempelvis kläder till second hand dövar vårt samvete något, men det har tyvärr inte så stor effekt, konstaterar hon. Rätt mycket av det som second hand-butikerna får in säljs aldrig i Sverige. Mycket går på export och risken finns att det slutar som fyllnadsmassa någon annanstans på jordklotet, på grund av att mycket är av så dålig kvalitet att det inte går att använda igen, förklarar hon. (Aftonbladet 2021-11-07)

Ovanstående citat, går att länka samman till föregående citat, då det förklarar varför det är dåligt att exportera överblivna textilier från second hand-butikerna. Citatet bidrar till en förståelse för läsaren, angående vilka risker som kan finnas med att donera kläder, samt vilka konsekvenser det kan ha. Precis som med föregående citat, ger användandet av ordet "risk" ett blandat intryck, då det inte garanterar att det som sägs faktiskt kommer att hända, utan att det snarare kan hända. Problematiken om återvinning går att återfinna i fler artiklar, "Svenskar är extremt duktiga på att lämna in saker men dåliga på att handla second hand. Vi på Myrorna tar emot tio ton om dagen och av det säljer vi drygt 20-30 procent." (Aftonbladet 2021-06-11). Här tydliggörs problemet om att svenskar är duktiga på att lämna in saker till second hand organisationer men dåliga på att konsumera second hand. Talaren är en representant från second hand marknaden vilket stärker dess auktoritet och trovärdighet. Citatet innehåller dock en låg transitivitet, då representanten inte vill ta ansvar, utan säger att dem tar emot stora mängder kläder, men att det är konsumentens fel att dem inte får det sålt.

Vi hoppas framöver att det kan komma en lösning inom sophantering. Man verkar vara långt ifrån en lösning. Det är en väldigt liten del av textilier som går att återvinna [...] Kläder som butiken inte får sålda men är i gott skick skickas vidare till andra butiker eller går på export. (NKP Plus 2021-09-24)

Citatet beskriver en oro relaterad till återvinning av obrukbara textilier. I början av citatet uttrycks ett hopp om att en lösning ska komma, men att hoppet skiftar till hopplöshet då personen som intervjuas menar att en lösning verkar vara långt iväg. Personen utvecklar sedan sin anledning till oro och förmedlar att det är en väldigt liten del av textilier som går att återvinna. Detta upplevs som trovärdigt då talaren själv är aktiv inom second hand marknaden. Skiljaktigt från tidigare citat är att talaren själv förbinder sig med problemet av att exportera

kläder från sin butik, och är öppen med faktumet att allt inte går på återvinning eller säljs. Personen tar ansvar för problemet och medger att det inte är något ultimatum.

Naturvårdsverket fick i september en anmälan från dess motsvarighet i Polen. Polska myndigheter hade då stoppat en lastbil med närmare 15 ton osorterade kläder, skor, läderbälten och plånböcker. Transporten hade bristfälliga dokument. Klädavfallet skulle levereras till ett företag i Posnan i Polen som saknar tillstånd för avfallshantering. Lasten kom från Björkåfrihets lokaler i ett industriområde i Malmö. (SVT Nyheter Skåne 19-10-2021)

Citatet berör klädavfall som hanterats på ett bristande sätt inom en svensk ideell välgörenhetsorganisation. Citatet är avvikande från de tidigare nämnda, och kommer inte från en representant från second hand-marknaden utan från naturvårdsverket. Citatet berör en utredning om miljöbrott. Citatet visar på stor auktoritet då Naturvårdsverket hänvisar till en anmälan från en motsvarande organisation i Polen som stoppat en lastbil med närmare 15 ton osorterade textilier. Citatet är väldigt precist och berör oroväckande detaljer om transporten, som att den hade bristfälliga dokument. Slutligen presenterar Naturvårdsverket att lastbilen kom från en av Björkåfrihets lokaler i Malmö.

9.2.2 Diskursiv och social praktik av tema oro

Det bör tydliggöras att det diskursiva temat av oro inte var lika förekommande som det av hoppfullhet, men på grund av dess avvikande karaktär, och att det påträffats inom flertalet artiklar, blir det ett relevant tema att analysera. Producenterna bakom de ovan nämnda citaten har olika redaktionella och institutionella tillhörigheter, men gemensamt är att samtliga talar om second hand i relation till oro för second hand-marknadens framtid. Vad som är avvikande med temat, gentemot det positiva temat, är att alla de talande gemensamt besitter kunskap bortom den insatte. Detta kan förklara citatens specifika undersökningsområden och även varför temat i sig inte var lika förekommande. Talarnas redaktionella och institutionella tillhörigheter ger citaten en känsla av auktoritet och expertis, där det som sägs tycks vara av en hög sanningsgrad.

I citaten påträffas verksamma individer inom second hand-marknaden som själva kritiserar sin egna bransch för en bristande förmåga att kunna ta hand om textilt avfall. Varför individerna

själva väljer att kritisera branschen de är verksamma inom kan det finnas olika anledningar till. Främst kan det ha att göra med att dessa organisationer är grundade på en form av transparens och god vilja, och att därmed vara ärliga med sina uttalanden troligen kan stärka organisationens bild i allmänhet. Det bör också tilläggas att ärlighet och transparens är en redan etablerad marknadsstrategi inom modeindustrin, märkbar inom många samtida modeföretag. Att vara öppen och transparent bidrar till skapandet av positiv företagsbild⁷². Det bör också tilläggas att det är ett politiskt ställningstagande att vara transparent.

Citaten går emot den redan etablerade diskursen om second hand som något hållbart och positivt. De speglar marknaden negativt och utmanar den hegemoniska diskursen om second hand som något positivt och hållbart. Denna diskurs är dock underordnad i det att den inte är lika förekommande.

9.2.3 Sammanfattning av tema oro

Majoriteten av citaten upplevs som enhetliga i det att de talande är verksamma inom second hand-marknaden och är ärliga med bristande aspekter i deras verksamheter. Det avvikande citatet är det som hänvisar till Naturvårdsverket och kläddumpning i Polen. I relation till det sistnämnda går det att finna likheter till Bryant och Goodman.

Bryant och Goodman menar att det vid sidan av hållbar marknadsföring finns ojämlika maktförhållanden. De båda definierar ett problemområde som blir applicerbart på citatet om kläddumpning i Polen. Problemet syftar på att individer och grupper som är ledande inom ett område kan komma att lägga sina egna intressen före företagets värderingar.⁷³ Detta går att likna med faktumet att Björk & Frihet, som har varit en utmålad aktör i det här fallet, dumpat kläder i Polen till ett vinstdrivande exportföretag. Detta kan förstås som att gå emot företagets värderingar, samtidigt som denna handling, självklart inte speglar alla involverade i företaget. Det bör också tilläggas att en stor mängd överblivna kläder slutligen hamnar i Afrika och att

⁷² Vogue Business, Bella Webb, *Brutal honesty: the new look sustainable marketing*
<https://www.voguebusiness.com/sustainability/brutal-honesty-the-new-look-sustainable-marketing-ace-and-tate>
Hämtad: 31/5 - 2022.

⁷³ Bryant & Goodman, 2013, s. 44.

ideella organisationer sällan talar om detta faktum⁷⁴. Temat av oro finner även liknelser med Michael Kronas ideer om vad som styr media och varför det skrivs om specifika ämnen.

Enligt Michael Krona styrs kommersiell media av ekonomiska och politiska faktorer.⁷⁵ Diskurser om oro i relation till second hand blir tillgängliggjord genom media då ämnet, tack vare politisk och ekonomisk relevans, troligen anses attraktivt för allmänhet.

Resterande citat var enhetliga i deras uttalanden där de presenterar brister second hand-marknaden står inför. Citaten visar även på handel som finns i överblivna kläder. De påvisar också att stora second hand aktörer använder sig av affärsmodeller som deras kundkrets sällan känner till, där export av kläder är vanligt.⁷⁶ Citaten utmanar därmed befintliga diskurser om att donerade kläder tenderar att gå till människor som behöver dem. Detta utmanar i sedan tur företagets symboliska bild av välgörenhet och givmildhet.

Halimin Herjanto nämner hur social press och att vara hållbar är en av orsakerna till att man väljer att handla second hand.⁷⁷ Om den sociala pressen bidrar till att handla second hand i syfte att vara hållbar, bildas det en tudelning för konsumenten när denne också exponeras för artiklar som beskriver second hand som något dåligt för miljön. Det bildas en problematik när konsumenten inte vet hur den ska förhålla sig till hållbarhet och vad som egentligen är hållbart. Samtidigt kan social press också bidra till överkonsumtion, i och med konsumentens strävan efter social validering. Denna tes stärks av Mary Douglas och Baron Isherwoods bok *The World of Goods*.

*It is apparent that the goods have another important use: they also make and maintain social relationships. This is a long-tried and fruitful approach to the material side of existence which yields a much richer idea of social meanings than mere individual competitiveness.*⁷⁸

⁷⁴ ABC News, *Dead white man's clothes*
<https://www.abc.net.au/news/2021-08-12/fast-fashion-turning-parts-ghana-into-toxic-landfill/100358702> Hämtad: 24/5 - 2022.

⁷⁵ Krona, 2009, s. 27 - 28.

⁷⁶ Brooks, 2015, s. 98

⁷⁷ Herjanto, 2019, 6 - 7.

⁷⁸ Douglas, Mary & Isherwood, Baron, *The World of Goods*, Routledge, 2021, s. 46.

9.3 Sammanfattning av resultat och slutsatser

Svaret på första frågeställningen, om hur second hand framställs inom svensk media, blir att den överlag dominerande diskursen om second hand är att det är hoppfull och positiv. Denna diskurs bygger dock på andra diskurser om second hand som något billigt, medvetet, statusframkallande och hållbart. Artiklarnas tillhörighet varierade, där det förekom allt från lokaltidningar till mer etablerade tidskrifter. Vad som var markant inom de hoppfulla diskurserna var att samtliga var exempel på konsumtionsdiskurser, där den positivistiska attityden återfanns i relation till konsumtion. Denna föreställning kan dock uppfattas som okritiskt och onyanserad, där konsumtion iscensätts som ett verktyg för förändring i relation till större och omfattande problem som hotar miljö och framtid. Det framgick att konsumenten, genom konsumtion av second hand, ansåg sig delaktig i rörelser som berör hållbarhet och miljö.

Genom tidigare forskning och undersökningar har arbetet fastställt och lyft problemområden som berör second hand-marknadens utveckling. I relation till hur second hand presenterades i artiklarna kan uppsatsen fastslå att dessa problemområden sällan presenterades. När problemen presenterades var det inom temat för oro, där textilt avfall, ekonomiskt utnyttjande och tillväxtproblem diskuteras. Temat som berör oro är en motsats till det om hopp, och speglar därmed second hand-marknadens förutsättningar ärligare. Denna diskurs är producerad av aktörer med huvudsakligen institutionell, redaktionell eller professionell expertis. Temat var underordnat i det avseende att det inte var lika förekommande, och bidrar till att utmana den hegemoniska bilden av second hand som något positivt. Temat visar också på ojämlika maktförhållanden inom en annars positivt betonad marknad, där tidigare belysta problem lyfts.

Till frågan om hur svensk media bidrar till skapandet av second hand som marknad, kan arbetet fastslå att svensk media är högst involverad av en framför allt hoppfull verklighetsframställning. Genom ett samspel mellan second hand-marknaden och media skapas en fast struktur om att second hand är i överlag bra. Detta bygger på den normativa diskursen om second hand som något positivt och hållbart och detta samspel skapar en statusmarknad. På samma vis som media är delaktig i skapandet av second hand som en statusmarknad genom positiva diskurser, så ger de mer negativa diskurserna en motsatt effekt. Genom kritik av second hand-marknaden, från

samspelet mellan media och branschexperter, förminskas statusen, då problem tillgängliggörs för allmänheten. Det ska dock tilläggas att de kritiska citaten bidrar till medvetenhet om relevanta problem, relaterade till hållbarhet, vilket i sin tur kan bidra till status då det visar på transparens och ärlighet.

10. Diskussion

Vad gäller skribenterna till artiklarna vi hänvisat till så torde vi redogöra för tidigare nämnd anmärkning vad gäller kritisk diskursanalys av text som här blir applicerbar på medias språkbruk. Kritiken gäller Faircloughs, delvis, negligierande av socialpsykologiska aspekter, som påverkar individens kontroll över sitt språkbruk.⁷⁹ Det går i detta att finna en relation till det Steinar Kvale menade med att jaget inte längre använder språket för att uttrycka sig själv, utan att språket talar genom personen. Det enskilda jaget blir således ett medium för kultur och dess språk (Kvale 1992:32).⁸⁰ Här kan man se ett samband med det Kvale talar om och varför media väljer att skriva om second hand. I citaten som i tidigare analyserats påträffades det att majoriteten av artiklarna hade någon form av hänvisning till utomstående organisationer och företag inom second hand-marknaden, konsumenter och branschexperter. Detta resulterar i att en okritisk bild av second hand-marknaden bibehålls och influerar läsaren till olika konsumtionsnarrativ. Varför media väljer att skriva om second hand kan förklaras utifrån ekonomiska aspekter, men även politiska skäl om hållbarhet.⁸¹ Dock pekar detta påståande också på att media inte skriver utifrån sina egna genuina åsikter och intressen, utan låter sitt språk fungera som ett medium för second hand branschen de skriver om.

Arbetet har, utifrån Bryant och Goodman, diskuterat politiserade och hållbarhetsrelaterade varor i förhållande till de påträffade konsumtionsdiskurser som identifierats. Det är relevant att hänvisa till Franska sociologen Louis Althusserns tankar om ideologi och subjekt för att förstå second hand-konsumentens uppfattade bild av hållbar förändring. Althusser menade att ideologi omvandlar individer till subjekt som därmed blir delaktiga i skapandet av ideologin. Genom att exempelvis anta en subjektsposition i ett konsumtionssamhälle reproduceras konsumtionens ideologi. När vi antar subjektspositionen i ett konsumtionssamhälle individuellt, ser vi inte

⁷⁹ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 94.

⁸⁰ Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 21.

⁸¹ Krona, 2009, s. 27 - 28.

problem inom konsumtionssamhället som offentliga och som i behov av kollektiva lösningar. På grund av detta försvåras vår möjlighet till att skapa motstånd till ideologins problematik.⁸²

Inom den lingvistiska textanalysen uttrycks det att konsumenten till second hand konsumerar som den gör i mån om hållbarhet och hopp om framtiden. Detta bidrar till en individualistisk syn på ett globalt problem. Konsumenten får, genom media, intryck för hur hållbarhet kan uppnås genom strategisk konsumtion. Detta skapar ett problematiskt förhållande till konsumtion, då det anses vara en strategi till förändring.⁸³ Detta belyser ett problemområde där materialistiska värderingar i sin grund motsäger ekologiska värderingar. Avsikten med det här arbetet är inte att problematisera hållbara konsumtionsmetoder. Istället lyfts faktumet att hållbar konsumtion fortfarande bygger på samma materialistiska värderingar som återfinns i det traditionella kontinuerliga konsumtionssamhället.⁸⁴ Det finns självfallet ett individuellt ansvar för hur individen bäst bör konsumera men för att genomgå en större systematisk förändring krävs omfattande förändringar inom hela textilindustrin.

Det är även relevant att reflektera över den globala marknaden av klädkonsumtion och produktion. Andrew Brooks förklarar att modemarknaden har spelat en stor roll i att göra olika regioner i världen rika och fattiga. I och med detta har somliga länder blivit vinnare och andra förlorare på den globala modemarknaden.⁸⁵ Detta går att spåra tillbaka till ett långt led av neoliberal handel, definierad av en ökad produktions- och konsumtionstakt av kläder, där den globala södern tenderat att bli beroende av västvärldens konsumtion.⁸⁶ Därav bör det tydliggöras att den sociala kontexten om hållbarhet och hållbar konsumtion av kläder som existerar i Sverige, och även andra västerländska länder, fortfarande bygger på sociala orättvisor som ofta maskeras. Second hand bidrar visserligen till mer hållbar konsumtion i det anseende att sociala och miljörelaterade produktionsproblem slopas, men samtidigt förhindrar inte det faktumet att västerländsk konsumtion av kläder sker i en alltför hög takt.⁸⁷

⁸² Winther Jørgensen & Phillips, 2000, s. 22.

⁸³ Bryant & Goodman, 2013, s. 348.

⁸⁴ Akenji, Lewis, *Consumer scapegoatism and limits to green consumerism*, Journal of Cleaner Production 63, 2014, s. 13 - 23.

⁸⁵ Brooks, 2015, s. 8.

⁸⁶ Brooks, 2015, s. 8.

⁸⁷ Naturvårdsverket, *Så påverkar konsumtionen i Sverige*

<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/textil/dagens-textila-floden-ar-en-global-miljoutmaning/sa-paverkar>

Hur modeindustrin förhåller sig till second hand-marknaden går också att utläsa från citaten där nya aktörer välkomnas i en gemensam strävan för hållbarhet. Enligt Herjanto kan en bidragande faktor till konsumtion av second hand vara social press, samt narrativ om att det är hållbart.⁸⁸ Patrik Aspers poängterar i sin teori om modemarknader att aktörer inom den måste förstå rörelser kring var som är populärt och i tiden. I mål om att upprätthålla status kan aktörer samarbeta eller ta till nya marknadsstrategier i syfte av att höja sin status.⁸⁹ Detta kan liknas vid faktumet att aktörer på modemarknaden, som Zalando, H&M eller NA-KD numera etablerat second hand försäljning. Även om de ovan nämnda företagen inte delar samma ideologi som traditionell second hand, så blir de ändå en del av samma marknad då second hand hamnar i fokus.⁹⁰

Det teoretiska i det här arbetet kan förstås förklara de diskursiva formationerna som vi har upplevt i artiklarna. Även den tidigare forskningen av Aspers, Brooks, Goodman och Bryant kan förstås som diskurser i sig själva som förmedlar ett budskap om hållbarhet och konsumtion. Det är viktigt att poängtera att de diskurserna som går att finna, inte alltid behöver vara de hegemoniska inom det definierade området. Diskurser är dialektala och existerar samtidigt, därav är vi medvetna om att andra diskurser om second hand existerar inom andra kontexter och medier som inte faller in under våra avgränsningar. Det är även värt att påpeka att andra människor i andra socioekonomiska ställningar kunnat utläsa andra resultat. Samma sak gäller ifall arbetet hade utgått ifrån andra utgångspunkter, tidigare forskning och teoretiskt ramverk, exempelvis en diskursanalys med grund i feministisk teori. Detta hade kunnat resultera i ett fokus på kvinnors representation inom second hand-marknaden.

Vad gäller artiklar som används i en kritisk diskursanalys, så framgår det i ett tidigare diskursanalytiskt arbete att utgivare och storleken på artikeln inte är väsentligt, eftersom att man analyserar språket i den valda texten.⁹¹ Med det sagt, så hade mer selektivt valda tidningsartiklar kunnat ge ett annat resultat.

[-konsumtionen-i-sverige/#:~:text=%C3%85r%202019%20konsumerade%20varje%20svensk.fr%C3%A5n%20annat%20EU%2Dland](#)) Hämtad 05-19-2022.

⁸⁸ Herjanto, 2019, s. 6.

⁸⁹ Bryant & Goodman, 2004, s. 350.

⁹⁰ Aspers, 2000, s. 112-116.

⁹¹ Eriksson, Maria & Strömberg, Johanna, *Sverigedemokraterna. En kritisk diskursanalys av medias framställning av partiet*, Mälardalens högskola, 2010.

Vi är medvetna om att organisationerna som nämns i det här arbetet framställs negativt. Avsikten är dock inte att kritisera dessa välgörenhetsorganisationer för deras syfte, utan snarare belysa de utmaningar som de står inför. Vi vill inte heller förmedla ett budskap om att second hand skulle ha samma miljöpåverkan som snabbmode, då second hand fortfarande är det bättre alternativet. Arbetets har haft en kritisk utgångspunkt och fokuset har legat på second hand, vilket också är anledningen till att uppsatsen kan upplevas som negativ gentemot det nämnda fenomenet. Vi vill förtydliga att vi fortfarande håller second hand högre än snabbmode.

11. Vidare forskning

Vi vill slutligen påpeka förslag till vidare forskning. Undersökningar om skadan som våra donerade och slängda kläder gör, är bristande då dessa export-led är väldigt omfattande och blandar in många länder och aktörer. Marknaden för donerade och slängda kläder är stor och värderas till miljarder dollar,⁹² men trots det finns lite forskning om dess funktioner och påverkan på miljö och människors liv. En annan relevant utgångspunkt för vidare forskning är vad som driver konsumtion av hållbara kläder. Är det så att detta sker utifrån genuina etiska och miljörelaterade värderingar eller sker detta på grund av status-relaterade ändamål. Detta kan problematiseras ytterligare utifrån faktumet att konsumtion av kläder, som vi såväl poängterar i inledningen, sägs öka inom både marknaden för nya kläder och second hand-marknaden. Detta påvisar faktumet att konsumtion av kläder, trots samtida engagemang om hållbarhet, kommer att fortsätta öka.

Ytterligare ett förslag på vidare forskning, som går att bygga på vår forskning, är att man sätter konsumenten i fokus. Själva konsumenten har inte varit den centrala delen i vårt arbete, vilket gör att det finns ett forskningsutrymme. Exempel på relevanta frågor är hur konsumenten uppfattar second hand i förhållande till det som skrivs i media och budskapet som organisationerna själva sänder ut. För att bygga vidare på detta förslaget hade det även varit relevant att se på hur den potentiella konsumenten agerar utifrån artiklar och andra budskap om second hand. Detta skulle dock kräva intervjubaserade metoder eller enkäter.

⁹²ABC News, *Dead white man's clothes*
<https://www.abc.net.au/news/2021-08-12/fast-fashion-turning-parts-ghana-into-toxic-landfill/100358702> Hämtad: 24/5 - 2022.

12. Källförteckning

Tryckta källor

Aspers, Patrik., *Knowledge and valuation in markets*. Theory and society 38.2 (2009)

Akenji, Lewis., *Consumer scapegoatism and limits to green consumerism*. Journal of Cleaner Production 63 (2014)

Brooks, Andrew., *Clothing Poverty: The Hidden World of Fast Fashion and Second-hand Clothes*, (Bloomsbury Publishing, 2019)

Bryant, Raymond & Goodman, Michael., *Peopling the practices of sustainable consumption: Eco-chic and the limits to the spaces of intention* (King's college London, 2013)

Douglas, Mary, & Isherwood, Baron., *The world of goods*. (Routledge, 2021)

Ericsson, Maria & Strömberg, Johanna., *Sverigedemokraterna.: En kritisk diskursanalys av medias framställning av partiet*. Kandidat uppsats (Mälardalens högskola 2011)

Krona, Michael., *Från orsak till verkan.*, (Lunds universitet, 2009)

Herjanto, Halimin, Scheller-Sampson Jean, & Erickson, Elisabeth., *The increasing phenomenon of second-hand clothes purchase: Insights from the literature*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan 18.1 (2016)

Wodak, Ruth & Meyer, Michael., *Methods of Critical Discourse Analysis, Vol. 1*. SAGE (2001)

Digitala källor

Britanica, *Greenwashing* <https://www.britannica.com/topic/greenwashing>

[Hämtad 23-05-2022]

Consumer Culture Theory Consortium. <https://www.cctweb.org/>

[Hämtad: 9/4 - 2022]

Envima, *Återvinning av textilier - en del av den cirkulära ekonomin.*

<https://envima.se/nyheter/atervinning-av-textilier---en-del-av-den-cirkulara-ekonomin/>

[Hämtad: 19/5 - 2022]

Environmental Protection Agency, *Textiles: Material-Specific Data.*

<https://www.epa.gov/facts-and-figures-about-materials-waste-and-recycling/textiles-material-specific-data>

[Hämtad: 24/3 - 2022]

Future market insights, *Second hand apparel market by sector.*

<https://www.futuremarketinsights.com/reports/secondhand-apparel-market#:~:text=The%20secondhand%20apparel>

[Hämtad: 24/3 - 2022]

Greenqueen, *10 Stats Proving Secondhand Fashion Will Explode As Consumers Factor In Sustainability.*

<https://www.greenqueen.com.hk/secondhand-fashion-growth-sustainability/#:~:text=By%20end%20of%20this%20decade,%2443%20billion%20fast%20fashion%20industry>

[Hämtad: 06/5 - 2022]

Lunds universitet, hållbarhetsforum, *Vad är hållbarhet?*

<https://www.hallbarhet.lu.se/forskning/vad-ar-hallbarhet>

[Hämtad: 5/4 - 2022]

Market, *H&M börjar sälja second hand: "Vår USP är att vi kan göra det lättillgängligt för den stora*

massan" <https://www.market.se/retailtrender/hallbarhet/h-m-borjar-salja-second-hand-var-usp-ar-att-vi-kan-gora-det-lattillgangligt-for-den-stora-massan/>

[Hämtad 05-25-2021]

Merriam-Webster. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/secondhand>

[Hämtad: 5/4 - 2022]

Naturvårdsverket, *Så påverkar konsumtionen i Sverige.*

<https://www.naturvardsverket.se/amnesomraden/textil/dagens-textila-floden-ar-en-global-miljoutmaning/sa-paverkar-konsumtionen-i-sverige/#:~:text=Det%20inneb%C3%A4r%20att%20det%20finns,till%20trasor%2C%20isolering%20och%20kompositmaterial.>

[Hämtad: 15/4 - 2022]

Nordvästra Skånes Renhållnings AB, *våga köp second hand !*

<https://nsr.se/inspiration/minska-ditt-avfall/vaga-kop-second-hand/>

[Hämtad: 05/5 - 2022]

Röda Korset, *Second hand bidrar till hållbarhet.*

<https://www.rodakorset.se/vad-vi-gor/second-hand/second-hand-bidrar-till-en-hallbarhet/>

[Hämtad: 24/3 - 2022]

Remake World, *Fast Fashion's Tapping of the Secondhand Market Is Its Latest Greenwashing Tactic*

<https://remake.world/stories/fast-fashions-tapping-of-the-secondhand-market-is-its-latest-greenwashing-tactic/>

[Hämtad: 02/6 - 2022]

SVT Nyheter, *Branschkritik mot kläddumpning i Afrika: Det är avfallshantering.*

<https://www.svt.se/nyheter/inrikes/branschkritik-mot-kladdumpning-i-afrika-det-ar-avfallshantering>

[Hämtad: 07/5 - 2022]

Tidningsartiklar

Beata Wallsten, "Kul, unikt och billigt - och för klimatet", *Aftonbladet*, 2021-11-06

Maiken Kettil Schough Tina Stenzelius, "Fler unga handlar second hand", *NKP Plus*, 2021-09-24

TT, "Många vill tjäna pengar på second hand", *Aftonbladet*, 2021-05-15

Lina Lundström, "Bli proffs på second hand", *Året runt*, 2021-09-30

Magnus Johansson, "Nu öppnar stans mest hoppfulla butik", *Göteborgs direkt centrum*, 2021-06-13

Isabella Ahmadi, "Hållbarhetsprofilen: Så gör du bästa second hand-fynden - till dig och barnen", *Mama* 2021-06-10

Denny Calvo, "Givmilda östersundare skänker tonvis med kläder", *Östersundsposten* 18-05-2021

Lena Samuelson, Second hand-boom i Östersund: Fler tänker på miljön, *SVT nyheter jämtland* 2021-11-19

Johanna Cederblad, Din jakt på billiga varor hotar klimatmålen, *Aftonbladet*, 2021-11-07

Per Lärka, Second hand-företag i Malmö skickade osorterade kläder till Polen - utreds för miljöbrott, *SVT nyheter skåne*, 2021-10-19

I första hand! *Ålandstidningen*, 2021-07-16