

TØJFORBRUG - KØB ELLER BRUG?

- Et praksisteoretisk perspektiv på tøjforbrug i 2020



Fotokilde: Vibsmø, 2020

Camilla Juhl Qvistgaard Jensen

Kandidatspeciale i Læring og Forandringsprocesser

Institut for Kultur og Læring

Aalborg Universitet (København)

Vejledet af sociolog Iben Jensen



ABSTRACT


This Master's thesis explores, with a practical theoretical approach, how sustainability is practiced in clothing consumption by medium-green consumers, as well as which barriers discourage the consumers from promoting sustainable clothing consumption.

Today the majority of the population of Denmark is aware that climate is an important agenda, which is shown by the fact that more and more environmentally and climate-friendly trends have taken over the past few years. However, it seems that it is still an almost natural tendency to buy more and more clothes. For years Denmark's textile consumption has been approximately 85.000 tons per year, which is 15 kg per person (Concito, 2019). Large quantities of textiles continue to be sent for incineration rather than being recycled, whereas 88% comes from households, while the public sector and the private sector each represent 6% (Concito, 2019). The clothing industry is the fourth largest climate sinner, and it is therefore, both relevant and interesting to explore how to promote sustainable clothing consumption.

Sociologist Elizabeth Shove specifically follows a practice theory approach focusing on sustainability and climate. Shove has in collaboration with Mika Pantzar and Matt Watson developed a social practice theory in which practice consists of three elements; materiality, competence and meaning (2012).

Shove has, together with consumer sociologist Alan Warde, investigated inconspicuous consumption, and what makes people consume in the escalating quantities that characterize Western society (Shove & Warde, 1998). Shove (2003) and Warde (2005) are together front-runners with the assumption that a large proportion of human consumption is based on everyday practice and routines (Shove, 2003; Warde, 2005). The thesis is interested in practice, and thus the problem area is elucidated based on an approach, that does not take into account the individual's behavior.

Consumption in this thesis must be understood as a chronic ambivalence between two contrasting senses, of purchase and of using-up (Warde, 2005, s. 137). There is not one clear definition of sustainable clothing consumption, but to define this, the thesis draws on professor Kate Fletcher. Fletcher (2014) believes that it is about asking yourself, how much clothing you really need and thinking about how to use the things you already have. Fletcher



(2014) argues that a sustainable clothing consumption equals a smaller clothing consumption.

The informants of the thesis are two groups consisting of three medium-green consumers in each group, aged 21-28 years. This target group was chosen, as the 'medium-green' consumers correspond to the convertible and accessible environmental consumers who buy sustainably in the form of organic or eco-labeled products once in a while (Husmer & Jensen, 2003, p. 32). Furthermore, the target group is the consumer of the future because of their age, as they are moving away from home, having children and getting a full-time job.

The thesis contains empirical data collected from a mobile ethnographic field study called 'Mobile Probes', followed up by a qualitative focus group interview. Mobile Probes is a digital method, where the informants conduct self-documenting activities by responding to questions or tasks (also called probes) sent to their mobile phones. This method was used to gain inside information from the informants about, how they use and buy clothes. During five days the six informants each received, and was asked to respond to, seven probes. The tasks in the mobile ethnographic field study were fulfilled in the focus group interview, where the informants' clothing consumption was further explained by the informants.

The thesis shows that the clothing consumption practice is never isolated, but exists in interaction with other practices such as a walk, café visit with friends or family and impulse shopping, and that clothing consumption is therefore characterized by social, individual and material elements. The perspectives on change and opportunities for development to promote sustainable clothing consumption, can be found in the related practices and in particular three barriers. The barriers which the informants experience as limiting their performance of sustainable clothes shopping are availability, price and manageable knowledge. Due to the complexity associated with clothing consumption and the paradox that challenges continue to be seen in the fact that knowledge and action do not go hand in hand, the perspectives give rise to this project cannot be finalized.

Keywords: Social practice theory, Sustainable consumption practice, sustainable clothing consumption, consumption behavior, shopping, Elizabeth Shove and Alan Warde.

INDHOLDSFORTEGNELSE

ABSTRACT	1
PROBLEMFELT	5
PROBLEMFORMULERING	7
Forskningsspørgsmål	7
STATE OF THE ART	8
LITTERATURSØGNING	12
BEGREBSAFKLARING	13
Forbrug defineret af Alan Warde	13
Bæredygtighed defineret af FN	13
Bæredygtigt tøjforbrug defineret af Kate Fletcher	14
EMPIRISK GENSTANDSFELT	15
Målgruppen - Den mellemgrønne forbruger	15
Rekruttering	16
FORSKERPOSITION	18
TEORETISK GENSTANDSFELT	20
Den praksisteoretiske tilgang	20
Social praksisteori af Shove, Pantzar og Watson	21
Praksis består af tre elementer	22
Udvikling af praksis	24
METODOLOGI	25
Mobiletnografi	25
Fokusgruppeinterview	26
Udførelse og bearbejdning af empiri	28
PRÆSENTATION AF INFORMANTERNE	33
ANALYSE	34
Analysestrategi	34
Delanalyse 1	36
Informanternes udførelse af tøjforbrugspraksissen	36
Informanternes forståelse af bæredygtighed	40
Sammenfatning af delanalyse 1	43
Delanalyse 2	44
Det sociale aspekt	45
Køb eller brug - om impulsshopping eller velovervejet forbrug	48
Belønning/trang	54



Sammenfatning af delanalyse 2	59
Diskuterende delanalyse 3	60
Ændrings- og udviklingsmuligheder i praksis mod et bæredygtigt tøjforbrug	60
Tilgængelighed	60
Prisen	62
Håndterbar viden	63
Sammenfatning af diskuterende delanalyse 3	65
KONKLUSION	67
LITTERATURLISTE	70
Links @	74
BILAGSOVERSIGT	77
FORMIDLENDE ARTIKEL	78

PROBLEMFELT


“Hvis vi for alvor vil gøre noget for at sikre en bæredygtig fremtid, så er det især vores forbrug og produktion, vi skal ændre på. Menneskehedens ressourceforbrug er enormt, men meget af forbruget er rent faktisk helt unødvendigt.” (Verdensmål, 2020)

Sådan står det beskrevet under Verdensmål 12 ‘Ansvarligt forbrug og produktion’ og dette er blot ét mål ud af 17 verdensmål, der frem til 2030 skal sætte kurs mod en mere bæredygtig udvikling (Verdensmål, 2020).

Langt de fleste er i dag klar over, at klima er en vigtig dagsorden (Danmarks Naturfredningsforening, 2020). De seneste par år har flere og flere af Danmarks befolkning taget forskellige miljø- og klimavenlige tendenser til sig (Danmarks Naturfredningsforening, 2020). Eksempelvis viser en undersøgelse lavet af Coop Analyse, at hver tiende dansker lever mindst halvdelen af ugen uden kød blandt andet for at beskytte vores jord for CO₂-udslip (Coop Analyse, 2019). Derudover er den danske cykeltrafik steget gennem det seneste år, hvilket af mange cyklister begrundes med øget miljøbevidsthed (Cykelforbundet, 2019). I dag er der en stigende interesse for genbrug og produkter af genanvendt materiale, og dermed er den cirkulære tankegang så småt begyndt at afspejle sig i Danmarks befolkning. Til trods for disse forbedringer, både når det kommer til kødindustrien og vores transportmuligheder, glemmes en vigtig klimasynder i farten - tøjindustrien.

Initiativer, som genbrugs byttestationer, et stigende antal genbrugsbutikker og loppemarkeder, gør det enkelt at købe og aflevere genbrugstøj, hvilket blandt andet er med til at forlænge tøjets levetid. Trods disse gode initiativer viser en undersøgelse lavet af Miljø- og Fødevarerministeriet (2018), at tøjindustrien er dét europæiske forbrugsområde, lige efter transport, fødevarer og boliger, der udgør den største klima- og miljøbelastning (Watson et al., 2018). Tøjindustrien er dermed den fjerdestørste belastning for klima og miljø.

Copenhagen Fashion Week og dele af modebranchen arbejder med bæredygtighed, hvilket betyder, at interessen for at gøre noget på mesoniveau er til stede. I et debatindlæg i Politiken i januar 2020 fortæller Anja Philip, der er formand for Forbrugerrådet Tænk, hvordan tøj i højere grad gik i arv i gamle dage og var værdifulde genstande for familien (Politiken Debatindlæg, 2020). Kvaliteten af tøj var højere, tøjet var dyrere og man passede



bedre på det. Tidligere udkom der 2-4 tøjkollektioner om året og i dag er man helt oppe på op til 24 kollektioner årligt (Forbrugerrådet Tænk, 2020). I dag er tøj en forbrugsvare, som man køber og skiller sig af med efter kort tid. En gennemsnitlig dansker bruger kun sit tøj halvt så meget som for 15 år siden, og det billigste tøj bruges kun 7-8 gange (Forbrugerrådet Tænk, 2020). Anja Philip fortæller:

“Hvis vi i stedet brugte vores tøj dobbelt så meget, ville udledningen af drivhusgas via tøjproduktion falde med hele 44 procent. I det regnestykke er det forudsætningen, at tøjindustrien tilsvarende halverer sin produktion. Men et sådant scenario har lange udsigter. (...) Vi har brug for en national handlingsplan for at mindske tøjspild, der skal kortlægge problemet og udpege indsatser, der kan minimere tøjspild.” (Politiken Debatindlæg, 2020)

Danmarks tekstilforbrug har gennem en årrække ligget på omtrent 85.000 tons om året, svarende til 15 kg per person (Concito, 2019). Store mængder af tekstil sendes til forbrænding, og størstedelen kommer fra husholdninger. Heraf står husholdningerne for hele 88%, mens den offentlige sektor og det private erhverv hver repræsenterer 6%, fortæller klima-analytiker Tobias Johan Sørensen i november 2019 (Concito, 2019). Med dette taget i betragtning, er det derfor både samfundsrelevant og interessant at undersøge, hvordan bæredygtighed praktiseres i forbindelse med tøjforbrug.

Sociolog Elizabeth Shove arbejder specifikt inden for en praksisteoretisk tilgang med fokus på bæredygtighed og klima (Lancaster University, 2020), og sammen med forbrugssociologen Alan Warde har de i samarbejde undersøgt usynligt forbrug (Shove & Warde, 1998). Her undersøgte de, hvad der ligger til grund for, at mennesker forbruger i de eskalerende mængder, der karakteriserer det vestlige samfund (Shove & Warde, 1998). De er sammen frontløber med antagelsen om, at en stor del af menneskers forbrug er hverdagspræget, ordinært og baseret på rutiner (Shove, 2003; Warde, 2005). Det har givet mig anledning til at undersøge det paradoks, der ligger i den konstante ambivalens hos forbrugeren mellem to kontrasterende sanser - køb eller/og brug (Warde, 2005).

Ovenstående har givet anledning til problemformuleringen samt forskningsspørgsmålene på næste side.



PROBLEMFORMULERING

Hvordan praktiseres bæredygtighed i tøjforbrug hos mellemgrønne forbrugere, og hvilke barrierer begrænser forbrugerne i at fremme et bæredygtigt tøjforbrug?

Forskningsspørgsmål

1. Hvordan udføres tøjforbrug, og hvilken betydning har forbrugernes forståelse af bæredygtighed for deres tøjforbrug?
2. Hvordan hænger praksissen tøjforbrug sammen med andre praksisser, og hvilken betydning har disse for tøjforbrugspraksissen?
3. Hvordan udvikles og ændres tøjforbrugspraksissen mod et mere bæredygtigt tøjforbrug?


STATE OF THE ART

Dette afsnit vil præsentere den eksisterende litteratur og forskning, der har haft relevans for dette speciale. Samtidig vil afsnittet fremskrive den litteratur, jeg har valgt samt fremhæve speciallets aktualitet.

Interessen for at anlægge et praksisteoretisk perspektiv på tøjforbrug

Eksisterende forbrugerforskning viser at interessen, for hvad der motiverer forbrugere, er et gennemgående spørgsmål (Tauber, 1972; Cox et al., 2005). Tilbage i 1959 argumenterede Sidney J. Levy for, at opfattelsen af forbrugeren som en udelukkende 'economic man', ikke længere var tilstrækkelig i forhold til at forstå, hvad der motiverer forbrugeren til at købe produkter og services (Levy, 1959, s. 117). Levy argumenterede for, at overlevelse i mindre grad var en bekymring for individet, og derfor var forbrug ikke blot et praktisk spørgsmål om anskaffelse af nødvendighed (Levy, 1959, s. 117). Han argumenterede derudover for, at forbrug i højere grad havde fået symbolsk betydning, grundet at folk var begyndt at have flere penge og mere fritid (Levy, 1959, s. 117).

I dag er der bred enighed om, at forbrugernes motivation for at shoppe kan være drevet af andre aspekter end nytte. Med den udvidede forståelse af forbrugeren følger adskillige forsøg på at begrebsliggøre forskellige motivationer eller tilgange til shopping, som forbrugere kan have. I 2005 argumenterer Anthony D. Cox, Dena Cox og Ronald D. Anderson (2005) eksempelvis for, at nydelsesmæssige aspekter ved shopping kan forklare, hvorfor nogle forbrugere handler i fysiske butikker på trods af et fremvoksende E-marked, der blandt andet kan karakteriseres ved at tilbyde forbrugeren lavere priser (Cox et al., 2005). Med henblik på at undersøge de nydelsesmæssige aspekter ved shopping opstillede Cox et al. (2005) seks aspekter ved shopping på baggrund af tidligere forskning. Lignende aspekter blev også beskrevet af Edward M. Tauber (1972). Taubers fokus var på de sociale og personlige motiver, hvorimod Cox et al. ville undersøge, hvad der var kilden til forbrugernes shoppingglæde, og hvordan shoppingglæden varierer mellem forskellige segmenter af forbrugere (Cox et al., 2005, S. 251). Tauber (1972) og Cox et al. (2005) er blot eksempler på nogle, der har forsøgt at definere de forskellige motiver, der ligger til grund for forbrug. I dette speciale anlægges en praksisteoretisk tilgang, og derfor belyses problemfeltet ud fra en




tilgang, der ikke tager afsæt i det enkelte individs adfærd. Specialet undersøger de relaterede praksisser og de mekanismer, der er med til, at forbrugeren stadig forbruger i de eskalerende mængder, som problemfeltet belyser. Forbrugernes handlinger foregår på mikroniveauet, og derfor vil det primære fokus være på mikroniveauet.

Målgruppen, dette speciale trækker på, er den mellemgrønne forbruger i aldersgruppen 21-38, som vil blive præsenteret nærmere på side 15. Denne målgruppe ses nemlig som fremtidens købestærke forbrugere (Nielsen et al., 2017). I 2012 foretog sociolog Peter Gundelach og antropolog Bettina Hauge en omfattende undersøgelse af omtrent samme aldersgruppe nemlig 18-35-årige bosat i Danmark. Deres genstandsfelt var at undersøge hverdagspraksisserne; at slukke lyset i rum, man ikke opholder sig i, at tage kortere bade, at tage bilen mindre samt at flyve mindre. De undersøgte deres handlinger i forhold til klimaforandringerne og undersøgelsen viste, at flertallet af de unge bekymrede sig om klimaets tilstand (Gundelach & Hauge, 2012). Set i lyset af hvor meget tøjproduktionen belaster klimaet, er det derfor interessant at undersøge, hvorvidt bæredygtige handlinger i forhold til tøjforbrug begrundes med klimaudfordringerne.

Aktions- og uddannelsesforsker Stephen Kemmis har udviklet en model af det, han kalder 'praksisøkologi', som illustrerer, hvordan praksisser relaterer sig til andre praksisser (Kemmis et al., 2014). Ifølge Kemmis, der er inspireret af Theodore R. Schatzki (2010, s, 104), hænger 'sayings', doings' og 'relatings' sammen i projektet af en praksis, og de forskellige praksisser i økologien kan påvirke eller kvæle hinanden (Kemmis et al., 2014, s. 46). Sayings, doings og relatings vil påvirke en praksis, men kan også blive påvirket af andre praksissers sayings, doings og relatings (Kemmis et al., 2014, s. 47). Praksisser vil derfor enten reproducere sig selv eller ændres (Kemmis et al., 2014, s. 47). Da Kemmis studerer uddannelsespraksisser, finder jeg det relevant at trække på Elizabeth Shove, Mika Pantzar og Matt Watsons sociale praksisteori, som metodisk kan forene studier af forbrug og innovation, og samtidig refererer de til, at praksis påvirker andre praksisser (Shove et al., 2012, s. 23 & 35). Shove arbejder specifikt inden for en praksisteoretisk tilgang med fokus på bæredygtighed og klima, og dette er årsagen til, at jeg positionerer mig inden for Elizabeth Shove. Shove er interesseret i at demonstrere anvendelsen af praksisteori i empiriske sociologiske analyser, hvor der er fokus på materialiteten, og hvor praksisserne som mikroprocesser konsekvent ses i samspil med samfundsmæssige dynamikker i tid og rum (Halkier & Jensen, 2008, s. 56).

Shove og den engelske forbrugssociolog Alan Warde er frontløbere med deres antagelser



om, at en stor del af menneskers forbrug er hverdagspræget, ordinært og baseret på rutiner (Shove, 2003; Warde, 2005). Alan Warde er sociolog og med-direktør for 'Center for Research on Innovation and Competition' på University of Manchester (Manchester1824, 2020). Han har udført omfattende undersøgelser omkring forbrug i flere år, og derfor vil dette speciale trække på hans definition af forbrug, som vil blive beskrevet på side 13. Alan Warde har sammen med Elizabeth Shove skrevet omkring usynligt forbrug tilbage i 1998 (Shove & Warde, 1998). Her undersøgte de, hvad der ligger til grund for, at mennesker forbruger i de eskalerende mængder, der karakteriserer det vestlige samfund (Shove & Warde, 1998). Shove og Warde (1998) var ikke interesserede i at kigge på den enkelte forbrugers grund til at vælge én form for vare frem for en anden, men kom frem til fem mekanismer, der er med til at påvirke menneskers forbrug:

- Social sammenligning (social comparison)
- Skabelsen af ens identitet (the creation of self-identity)
- Mental stimulering (mental stimulation and novelty)
- Diderot-effekten (aesthetic matching)
- Specialisering i det daglige liv (specialisation within daily life)

(Egen oversættelse og de originale på engelsk af Shove & Warde (1998)).


Siden Shove og Warde foretog studiet angående usynligt forbrug, er der rent teknologisk sket rigtig meget - man er online som aldrig før og bliver mødt af gode tilbud konstant grundet modens udvikling. De fem mekanismer ses dog stadig relevante, da studiet ikke var endeligt (Shove & Warde, 1998, s. 4). Derfor kan studiet stadig give et indblik i, hvordan man kan tilnærme sig et bæredygtigt forbrug ved at undersøge de fem mekanismer. Ifølge Shove og Warde er de fem mekanismer mere relevante for anskaffelse og visning af nogle typer genstande (Shove & Warde, 1998, s. 10). Deres studie er særligt interessant for nærværende speciale, da studiet antyder, at alle fem mekanismer har en betydning for tøjforbrug (Shove & Warde, 1998, s. 16). De fem mekanismer vil derfor blive anvendt i analysen til at undersøge informanternes tøjforbrug nærmere, og efterhånden som de bliver anvendt i analysen, vil de blive uddybet nærmere.

Interessen for og erfaring med genstandsfeltet tøjforbrug

Jeg vil her kort fremhæve en tidligere undersøgelse, jeg har foretaget, samt to danske specialer jeg anser som relevante, da de omhandler henholdsvis shopping og bæredygtighed. Tilbage i 2017 foretog jeg i samarbejde med tre medstuderende et projekt, hvor vi undersøgte, hvorvidt bæredygtighed var et eksplicit eller implicit valg i forhold til unge gymnasieelevers tøjforbrugspraksis (Hedemand et al., 2017). Undersøgelsen var forankret i Bourdieus praksisteori (1990). Kort fortalt fandt vi ud af, at de unge gjorde noget ved klimaforandringerne, men at de handlinger der blev praktiseret, var indlejret i deres habitus og var en hverdagspraksis, som var tillært gennem barndommen og formet af de felter, de indgik i, og derfor fremstod som implicite (Hedemand et al., 2017). Dette udfald var begrundet med vigtigheden af, at de unge tilpassede sig feltets doxa, og netop dét hensyn var afgørende for, hvordan andre af deres praksisser blev praktiseret (Hedemand et al., 2017). Jeg ønsker fortsat at undersøge genstandsfeltet med en praksisteoretisk tilgang, men i stedet for at trække på Bourdieu (1990), trækker denne specialerapport som skrevet på Elizabeth Shove et al. (2012). Dette valg begrundes med, at specialet ønsker at forstå den aktuelle praksis i højere grad end begrundelsen for praksis.

Det første speciale, jeg vil fremhæve, som er skrevet i 2020, er skrevet af Frederik Nordmann Van Nguyen og Isabella Grøn Kyvsgaard Budolfsen (2020) fra Aalborg Universitet. Specialet beror på en eksplorativ undersøgelse af personlighedstypologi og beslutningstagende (Nguyen & Budolfsen, 2020). De er med deres speciale interesserede i at undersøge mulige sammenhænge mellem de bagvedliggende drivkræfter for segmenters foretrukne shoppingpraksisser og deres personlighedsstrukturer (Nguyen & Budolfsen, 2020, s. 11). Deres fokus er på forbrugeren og de bagvedliggende drivkræfter, der styrer forbrugers adfærd i forbindelse med shopping, snarere end et fokus på et etnografisk studie af shoppingpraksissen i sig selv (Nguyen & Budolfsen, 2020, s. 11). Mit speciale adskiller sig fra deres speciale, da mit fokus ligger på at undersøge tøjforbrug som praksis, og dermed belyses problemfeltet ud fra en tilgang, der ikke tager afsæt i individets adfærd.

Det andet speciale, som jeg kort vil fremhæve, er skrevet af Heidi Tranberg Hansen (2020) fra Aalborg Universitet. Det er qua hendes speciale, at jeg fandt inspiration til at trække på Shove et al. (2012) og deres sociale praksisteori. Forskellen fra mit speciale er, at hun er interesseret i at undersøge det bæredygtige forbrug i hverdagspraksissen dagligvareindkøb,



hvor jeg undersøger praksissen tøjforbrug. Ydermere trækker jeg på forbrugssociologen Alan Warde. Mit speciale afviger sig metodisk fra Hansen (2020), da Hansen benytter observation og individuelle interviews, hvor jeg benytter mig af mobiletnografi og fokusgruppeinterviews.

LITTERATURSØGNING

Jeg har i forbindelse med dette speciale foretaget en omfattende litteratursøgning med henblik på at afdække eksisterende forskning indenfor problemfeltet. Jeg har afgrænset mig til at søge på dansk og engelsk litteratur, og litteratursøgningen foregik i to faser. Indledningsvist foretog jeg en litteratursøgning med fokus på praksisteori, da jeg fra starten af i specialet havde et ønske om at benytte praksisteori til at undersøge genstandsfeltet tøjforbrug. Derfor søgte jeg på blandt andre følgende ord: Praksisteori, practice theory, praksisteoretiske tilgang, praksisteoretisk perspektiv, practice based theory, generelle artikler fra praksisteoretikere heriblandt Elizabeth Shove, Stephen Kemmis, Theodore R. Schatzki med flere.

Da det praksisteoretiske perspektiv er et generelt socialvidenskabeligt perspektiv, som tager udgangspunkt i menneskelig aktivitet og handling, valgte jeg at supplere med domænespecifik teori (Buch, 2017). Derfor fandt jeg det relevant at finde litteratur angående forbrugerforskning generelt og forbrug relateret til tøj. Her søgte jeg blandt andet på følgende: Forbrug, forbrugsmønstre/-vaner, bæredygtig, bæredygtigt forbrug, globale klimaforandringer, livsstil, tøjforbrug, shopping, etisk forbrug, sustainable fashion, consumption theory, consumer theory, sustainable consumption, climate changes med flere.

Jeg har anvendt følgende databaser til litteratursøgning: Aalborg Universitetsbibliotek, Google Scholar, Det Digitale Projektbibliotek, Saga Journals og PubMed.

Jeg har ydermere fundet inspiration i andre specialer samt på hjemmesider som Politiken, Information, Landbrug og Fødevarer, Miljø- og Fødevareministeriet og Regeringens hjemmeside med flere. Derudover har jeg i alle artikler - videnskabelige, som ikke-videnskabelige - fundet inspiration i litteraturlister og referencelister.

BEGREBSAFKLARING

Dette afsnit skal for det første tydeliggøre, hvordan forbrug defineres, når begrebet anvendes. For det andet vil dette afsnit præsentere, hvordan bæredygtighed er blevet et globalt fokus og øge forståelsen af, hvordan bæredygtighed samt bæredygtigt tøjforbrug opfattes i specialet.

Forbrug defineret af Alan Warde

Alan Warde (2005) definerer forbrug ud fra en praksisteoretisk tilgang, og ifølge Warde (2005) er praksisteori med til at give et nyt indblik i, hvordan forbrug er organiseret (s. 132). Han mener ikke at forbrug, skal ses som en praksis i sig selv, men at forbrug kan siges at være en del af de fleste praksisser: "In this view, consumption is not itself a practice but is, rather, a moment in almost every practice" (Warde, 2005, s. 137). Ifølge Warde, skal forbrug ydermere forstås som den konstante ambivalens mellem to kontrasterende sanser - køb eller/og brug (Warde, 2005, s. 137).

Bæredygtighed defineret af FN

Vor Fælles Fremtid

Bæredygtig udvikling blev sat på den internationale dagsorden tilbage i 1987, da Brundtland kommissionen udgav rapporten 'Vor Fælles Fremtid' - bedre kendt som 'Brundtland-rapporten' (Brundtland-rapporten, 1987). Her brugte og beskrev man for første gang begrebet 'bæredygtighed' på følgende måde: "At skaffe menneskene og miljøet det bedste uden at skade fremtidige generationers mulighed for at dække deres behov" (Brundtland-rapporten, 1987, s. 42). Jeg forholder mig til bæredygtig udvikling, som FN arbejder med det i dag, og jeg afgrænser mig fra at se på, hvad bæredygtig udvikling ellers er. Når FN taler om en bæredygtig udvikling eller bæredygtighed, handler det om, at man vil forsøge at skabe de bedst mulige forhold for mennesker og miljø både nu og i den fjerne fremtid. Ikke meget har ændret sig i definitionen siden 'Brundtland-rapporten', men i dag definerer FN 'bæredygtighed' således: "Development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs" (UN, 2020b).

Kurs mod 2030 og en mere bæredygtig udvikling

I 2015 forhandlede FN-landene sig frem til to nye aftaler, som tilsammen udgør FNs klimamål (UN, 2020). Den ene er 'Paris-aftalen', der er en global og juridisk bindende klimaafnale (KEFM, 2020). Den anden er aftalen om 'Verdensmål' for at fremme en bæredygtig udvikling, som omhandler klima i større omfang end FNs '2015-målene' gjorde (UN, 2020). Den bæredygtige udvikling må, ligesom klimaudfordringer, anses som en global udfordring og forsøges derfor løst i et internationalt samarbejde samt på tværs af mikro-, meso- og makroniveauet nationalt (UN, 2020). Dagsordenen skal frem til 2030 sætte os på kurs mod en mere bæredygtig udvikling for både mennesker og planeten, vi bor på (UN, 2020). Verdensmålene udgør 17 konkrete mål, hvoraf Verdensmål 12 handler om 'Ansvarligt forbrug og produktion' (UN, 2020a). Bæredygtig udvikling og økonomisk vækst kræver, at vi hurtigst muligt reducerer vores aftryk på klimaet ved blandt andet at ændre på den måde, vi forbruger vores varer og ressourcer på (UN, 2020a).

Bæredygtigt tøjforbrug defineret af Kate Fletcher

Der findes ikke en entydig definition på, hvad et bæredygtigt tøjforbrug indebærer, da der er mange aspekter i forbindelse med dette. Men til at give et indblik i, hvordan bæredygtigt tøjforbrug forstås i dette speciale, har jeg valgt at trække på Kate Fletcher (2014). Fletcher er professor i Sustainable Fashion på London College of Fashion og har i mere end to årtier arbejdet med mode og bæredygtighed. Fletchers perspektiv på et bæredygtigt tøjforbrug er centreret omkring emotionel bæredygtighed og særligt gennem individuelt tilpassede løsninger til forbrugeren (Fletcher, 2014, s. 139-161). Hun mener, at det er åbenlyst, at "the relationship between fashion and high-volume consumption conflicts with sustainability goals" (Fletcher, 2014, s. 139). Men da moden i dag er så styrende, handler bæredygtighed, der er relateret til mode, i mindre grad om det tekniske, altså om tøjet er af økologisk bomuld eller købt fra en fabrik, der opretholder den gode proces (Fletcher, 2014, s. 139-161). I stedet handler det om at spørge sig selv, hvor meget tøj man egentlig har brug for, og indtænke hvordan man kan bruge de ting, man allerede har (Fletcher, 2014, s. 139-161). Det kan siges, at Fletcher (2014) tilskriver sig, at et bæredygtigt tøjforbrug er lig med et mindre tøjforbrug.

EMPIRISK GENSTANDSFELT


Dette afsnit vil begrunde, hvorfor specialet tager udgangspunkt i mellemgrønne forbrugere i alderen 21-38 år. Begrundelsen tager udgangspunkt i to undersøgelser lavet for henholdsvis 'Panelet for Detailhandel' under Miljøstyrelsen og af Landbrug og Fødevarer samt trækker på statistikker fra Danmarks Statistik. Til sidst vil afsnittet beskrive rekrutteringen af informanterne, dog vil informanterne først blive præsenteret i afsnittet 'Præsentation af informanterne'.

Målgruppen - Den mellemgrønne forbruger

En undersøgelse gennemført for 'Panelet for Detailhandel' under Miljøstyrelsen i 2003 peger på, at fokus i en fremtidig indsats primært bør rettes mod den store gruppe af 'mellemgrønne' forbrugere for at sikre en mere bæredygtig livsstil (Husmer & Jensen, 2003). Undersøgelsens primære fokus ligger på køb af dagligvarer, men peger også på at detailhandelen generelt bør fokusere på den mellemgrønne forbruger (Husmer & Jensen, 2003, s. 32). Derfor antager jeg at samme argument også gælder for køb af tøj. Argumentet for at fokus bør ligge på denne gruppe er, at den 'mellemgrønne' forbruger svarer til de konvertible og tilgængelige miljøforbrugere, som køber bæredygtigt i form af økologisk eller miljømærkede produkter en gang imellem (Husmer & Jensen, 2003, s. 32).

Undersøgelsen nævner derudover to andre grupper; de 'mørkegrønne' samt de 'uinteresserede grønne' (Husmer & Jensen, 2003, s. 25). Disse to grupper er det formodentligt sværere at påvirke. Det beror på, at de 'mørkegrønne' - det vil sige de forankrede miljøforbrugere - allerede konsekvent køber mange miljøvenlige produkter (Husmer & Jensen, 2003, s. 32). Mens de 'uinteresserede grønne' med stor sandsynlighed vil afvise køb af de miljøvenlige produkter (Husmer & Jensen, 2003, s. 32). Jeg finder netop den mellemgrønne forbruger interessant, da jeg blandt andet ønsker at undersøge de barrierer, der ligger til grund for, at de ikke konsekvent køber bæredygtige produkter, når interessen er der. Da gruppen af mellemgrønne forbrugere er stor, og derfor finder jeg det nødvendigt at opstille endnu et selekteringskrav for informanterne i dette speciale.

Ifølge en undersøgelse lavet af Landbrug og Fødevarer i 2017 vil millennials generationen være fremtidens købestærke forbrugere - de flytter hjemmefra, får børn og får et



fuldtidsarbejde (Nielsen et al., 2017). Navnet 'millennials' er kommet til efter den periode, som de er født ind i - lige før årtusindskiftet, og i dette speciale defineres millennials derfor, som personer der er født mellem 1982 og 1999 (Nielsen et al., 2017). Det vil sige, at de i 2020, og imens dette speciale er udarbejdet, er mellem 21-38 år. I 2017 bestod millennials generationen af ca. 1,3 millioner danskere, hvilket svarer til ca. 1/5 af Danmarks befolkning (Danmarks Statistik, 2017). Det er af ovenstående grunde derfor, jeg har valgt denne aldersgruppe i dette speciale.

Jeg valgte at undersøge genstandsfeltet tøjforbrug indenfor en veninde-/vennegruppe, da min forforståelse var, at tøjforbrug er præget af det sociale. Dette er præget af mit socialkonstruktivistiske blik på at praksisteori, såvel som et praksisteoretisk perspektiv, metodisk bygger på en grundlæggende socialkonstruktivistisk forståelse af verden som socialt konstrueret (Halkier & Jensen, 2008, s. 64). Jeg ønskede ikke at anvende både kvinder og mænd, da jeg ikke var interesseret i at sammenligne efter køn. Jeg har en forforståelse af, at forbrug er præget af køn, klasse og demografi, men da mit fokus er selve udførelsen af praksis, har jeg ikke været interesseret i at undersøge måder tøjforbrug gøres forskelligt i forhold til for eksempel køn, klasse og demografi. Derfor tager specialet afsæt i kvinder.

Af samtlige ovenstående grunde valgte jeg at tage udgangspunkt i mellemgrønne forbrugere i aldersgruppen 21-38 år.

Rekruttering

I forbindelse med at finde informanter der kunne opfylde ovenstående krav, valgte jeg at lave et opslag på Facebook, da Facebook kan nå ud til rigtig mange qua dets popularitet. Ifølge Danmarks Statistik anvendte 81 procent danskere mellem 16-74 år i 2019 sociale netværkstjenester såsom for eksempel Facebook (Danmarks statistik, 2019).

Jeg valgte at tage kontakt til tre forskellige Facebook grupper, der alle havde fokus på bæredygtighed og den grønne udvikling, da dette også var kriteriet for informanterne, jeg ønskede at bruge i specialet. I grupperne skrev jeg teksten i boksen på næste side.

Facebook opslag den 12.02.2020

Køber du genbrug eller er du mere til nyt tøj?

Mit navn er Camilla, og jeg er i gang med at skrive speciale omhandlende tøjforbrug. I den forbindelse er jeg interesseret i at finde informanter der, ligesom jeg, er interesseret i at diskutere, hvilke udfordringer der er i forbindelse med at vælge bæredygtigt tøj frem for nyt? Tøjindustrien er det fjerde mest forurenende, og trods dette shopper Danmarks befolkning i gennemsnit 16 kilo tøj om året og over halvdelen af det tøj, vi ikke længere bruger, havner i skraldespanden.

Jeg er interesseret i at snakke med nogen, der går op i at købe genbrug, men også godt kan lide at købe nyt tøj? Så hvis du er i alderen 21-38, og ønsker at give din mening til kende, vil jeg meget gerne høre fra dig. Ønskescenariet er at møde en vennegruppe (3 personer), som har lyst til at dele deres tanker med mig. Ønsker du at være anonym i mit speciale er dette selvfølgelig også en mulighed.

Jeg er fleksibel med tid og sted.

De bedste hilsner

Camilla

Der gik ikke lang tid, efter jeg havde lavet opslaget i grupperne på Facebook, før folk begyndte at kommentere og like mit opslag. Jeg fik både henvendelser fra nogle, der matchede min målgruppe, men også fra nogle der for eksempel var uden for alderskriteriet, der ønskede at deltage eller blot fandt emnet interessant. Derudover var der tre personer, som alle ejede en online genbrugsbutik, som ville udveksle tanker samt dele brugeroplevelser, hvis dette kunne have interesse. Jeg havde på forhånd planlagt, at jeg ville foretage to fokusgruppeinterviews til at undersøge emnet med to forholdsvis homogene grupper af informanter, da jeg havde et ønske om et kendskab til ovenstående målgruppe. Jeg havde fra starten af en antagelse om, at jeg igennem Facebook kunne finde informanter, der matchede mine selekteringskrav. Mit opslag gjorde det muligt at få to grupper med tre informanter i hver. Informanterne vil blive præsenteret i afsnittet 'Præsentation af informanterne' på side 33.




FORSKERPOSITION

Dette afsnit har til formål at give læseren et indblik i, hvordan jeg har gennemført mit forskningsarbejde for at komme frem til de analytiske fund, der præsenteres i analysen.

Som forsker er det relevant at være opmærksom på, hvordan ens egne antagelser og positioner i feltet strukturerer ens forståelse af det aktuelle fænomen (Steier, 1991; Bourdieu, 1990). Jeg har fra starten af været interesseret i at anlægge en praksisteoretisk tilgang, og dermed har dette været grundlæggende for undersøgelsens udformning og for den måde, jeg har undersøgt og analyseret informanternes tøjforbrugspraksis. Mit kendskab til praksisteorien har løbende udviklet sig, hvilket ligeledes har medført ændringer i specialet og i særdeleshed min problemformulering. Elizabeth Shove arbejder specifikt inden for en praksisteoretisk tilgang med fokus klima (Lancaster University, 2020), hvilket er årsagen til, at jeg positionerer mig inden for Elizabeth Shove.

Praksisteorien anses for at have en flad ontologi (Schatzki, 2016). Ifølge Theodore R. Schatzki skal flad ontologi forstås som; at praksis er det centrale element i sammensætningen af sociale fænomener, og at praksis er fastlagt på ét niveau (Schatzki, 2016, s. 31). Med en praksisteoretisk tilgang er den ontologiske forståelse, at den sociale verden er skabt gennem sociale og rutineprægede praksisser, og at mennesker står i dynamiske og gensidige forhold til hinanden og til det materielle, som findes i verden (Schatzki, 2016, s. 31). Denne forståelse omfatter også, at jeg selv står i gensidig relation til verden (Halkier, 2001, s. 43). Praksisteorien tilbyder derfor nærværende speciale et ontologisk udgangspunkt for at studere tøjforbrug som udtryk for organiserede og rutinepræget handlinger/praksisser, der udspiller sig i tid og rum.

Jeg har i forbindelse med udvælgelsen af dette speciales genstandsfelt, mobil-opgaverne i det mobiletnografiske feltstudie samt spørgsmålene i fokusgruppeinterviewene været opmærksom på, at min forforståelse har været et aktivt element. Jeg har derudover været opmærksom på, at jeg selv matcher de selekteringskrav, jeg begrundet vælger af mine informanter ud fra. Det kan betegnes som feltarbejde i egen kultur, og kan ifølge Mats Alvesson (2003, s. 147) indebære fordele og ulemper. Ifølge Alvesson (2003) er feltarbejde i egen kultur "(...) a study and a text in which the researcher-author describes a cultural



setting to which s/he has a “natural access”, is an active participant, more or less on equal terms with other participants” (s. 174). Det kan være en fordel at lave feltarbejde i egen kultur, da man lettere kan skabe forståelse for informanternes udtalelser, da vi trækker på de samme diskurser (Thagaard, 2007, s. 79). Derimod kan det være en ulempe, da man risikerer, at den fælles interesse og viden tages for givet, og forskeren dermed undgår at spørge ind til emner som antages som en selvfølgelighed (Thagaard, 2007, s. 79). Etnografisk feltarbejde i egen kultur adskiller sig fra traditionelt etnografisk feltarbejde, da man, i stedet for at forsøge at tilnærme sig feltet, skal forsøge at bryde med feltet og skabe en form for distance for at kunne fortolke på de handlinger informanternes beskriver (Alvesson, 2003, s. 176). Den producerede viden kan altså være påvirket af den måde, jeg har tolket på de forskellige udtalelser, da jeg selv positionerer mig inden for genstandsfeltet tøjforbrug. Ydermere kan undersøgelsens resultater derfor mangle nuancer (Thagaard, 2007, s. 189). Ligheden mellem mig og informanternes kan ligeledes have haft indflydelse på at udligne den magtrelation, der kan opstå i en interviewsituation og i et mobiletnografisk feltstudie (vil blive uddybet i afsnittet ‘Forskerposition’ på side 18). Dette begrundes jeg med, at dialogen på baggrund af vores fællestræk gjorde relationen tættere på ligeværdig.

I en kvalitativ sammenhæng handler reliabilitet om at gøre sine metoder til at producere data eksplicitte (Halkier, 2006, s. 111). Dette gør jeg ved løbende at fremlægge mine forforståelser samt argumentere for de valg, jeg har truffet. Dermed har jeg tilstræbt gennemsigtighed i specialets konstruktion. Fortolkningsprocessen i analysen er foregået som en proces, der løbende har udviklet sig (Halkier, 2001, s. 45).


TEORETISK GENSTANDSFELT

I dette afsnit vil der redegøres for specialets teoretiske udgangspunkt, der tager afsæt i Elizabeth Shove, Mika Pantzar og Matt Watson (2012), der sammen har forsket om social praksisteori. Deres perspektiver og forskning danner tilsammen rammen for det teoretiske udgangspunkt.

Den praksisteoretiske tilgang

Praksisteori beskriver en tilgang til et felt - teoretisk såvel som metodisk. Denne tilgang ønsker kort skrevet at studere aktørers aktiviteter og handlinger, som de udspiller sig i hverdagslige situationer. Det praksisteoretiske felt er bredt og for at danne en forståelse af den praksisteoretiske tilgang, trækker jeg i dette afsnit også på filosof Anders Buch (2017) samt sociologerne Bente Halkier og Iben Jensen (2008).

Praksisteori kan spores helt tilbage til Martin Heideggers tidlige analyse om væren samt Ludwig Wittgensteins sene sprogfilosofi (Shove et al., 2012, s. 4). Den første generation af praksisteoretikere udgøres af blandt andre Pierre Bourdieu, Anthony Giddens samt Judith Butler, og anden generation af praksisteoretikere består af blandt andre Alan Warde, Theodore R. Schatzki og Andreas Redwitz (Halkier & Jensen, 2008, s. 50). Wittgensteins og Heideggers tænkning peger på, at menneskelig handlen er spontan og ubestemt, men også at vores handlinger grundlæggende er sociale og rammesat af de situationer, som man befinder sig i (Buch, 2017, s. 46). Det overordnede spørgsmål for praksisteoretikeren handler således om at kunne forklare, hvordan individer, der som udgangspunkt handler frit og spontant, alligevel handler koordineret i sociale ordener (Buch, 2017, s. 46). Praksisteoretikerne vil hævde, at det er aktørernes praksisser, som skaber den sociale orden (Buch, 2017, s. 46). Praksisteoretikere trækker dertil også på diskursteoretikere, læringsteoretikere, pragmatister, praxeologer med flere. Til trods for at de ikke betegnes som praksisteoretikere deles den samme interesse - nemlig at undersøge, hvordan aktører (re)producerer en social orden, hvilket gør det muligt at undersøge sociale praksisser samt at finde ligheder (Buch, 2017, s. 40). Praksisteoretikere prøver at forstå verden via den måde, man handler på i de praksisser, som man indgår i, og forsøger derfor at forstå "(...) fænomener på baggrund af de praksisser, der former og formes af vores handlinger" (Buch,




2017, s. 37). Det kan dermed ses som en metode til at forstå et fænomen på ud fra konkrete handlinger og aktiviteter. Mennesket ses som socialt handlende, der indgår i sociale felter og er konstituerende for den sociale orden og derfor ikke som et autonomt handlende individ (Halkier & Jensen, 2008, s. 60). Praksisteoretikere antager "(...) at menneskelig aktivitet er kropslig, tids- og rumligt situeret, og at den altid udspiller sig i en materiel verden" (Buch, 2017, s. 39-40). Dermed muliggøres, forhindres eller hæmmes handlinger af de fysiske og materielle omgivelser (Buch, 2017, s. 39-40).

Social praksisteori af Shove, Pantzar og Watson

Elizabeth Shove, Mika Pantzar og Matt Watson (2012) argumenterer for, at praksisteori endnu ikke har udnyttet potentialet til at forstå forandring (s. 1). Realisering af praksisteoriens potentiale afhænger af at udvikle et middel til systematisk at udforske processer med transformation og stabilitet inden for og mellem social praksis (Shove et al., 2012, s. 1). Deres sociale praksisteori er kommet til med inspiration fra andre praksisteoretikere (Giddens, 1984; Reckwitz, 2002 ff.). Deres interesse i at hente inspiration fra andre praksisteoretikere ligger i at undersøge, hvordan praksisteorier kan udvikles for bedre at redegøre for ændringer (Shove et al., 2012, s. 8). Alan Wardes argument (2005) om at "(...) the source of changed behaviour lies in the development of practices" (s. 140), var med til at være essensen for, at Shove et al. ville undersøge, hvordan praksis emergerer, forbliver og forsvinder (Shove et al., 2012, s. 2).

Ved at vise hvordan en praksis forandrer sig og forbliver den samme, håber Shove et al., at deres perspektiv giver et indblik i, hvordan social praksisteori kan være med til at gøre en forskel i store udfordringer, så som klimaforandringerne (Shove et al., 2012, s. 2). I følgende citat anerkender Shove et al. (2012) vigtigheden af ændringer af den sociale praksis til bekæmpelse af klimaudfordringerne:

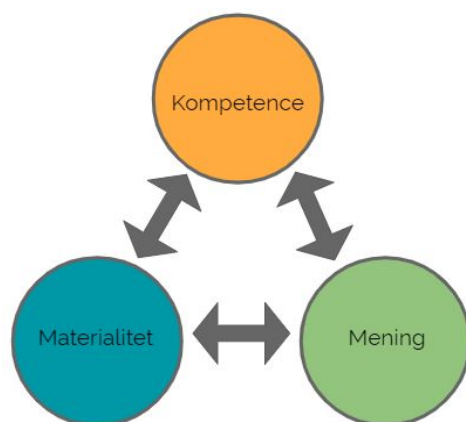
"We focus on climate change policy for two related reasons. First, climate change arguably represents 'the greatest long-term challenge facing the human race' (...) Second, it is challenging precisely because the prospect of any effective response depends on changing social practices." (s. 140)



Metoder til konceptualisering af ændring afspejler forudgående forståelse af forholdet mellem aktør og struktur, og her deler Shove et al. (2012) forståelse med Anthony Giddens (1984). Konklusionen på Giddens 'struktureringsteori' er, at menneskelig aktivitet og de sociale strukturer der former den, er rekursivt relaterede (Shove et al., 2012, s. 3). At de er rekursivt relaterede betyder, at aktiviteter er formet og aktiveret af strukturer af betydninger/meninger og regler. Dette skal forstås som, at det er gennem praksis, at sammensætningen af aktør og struktur ikke er to uafhængigt givne sæt fænomener, men at aktør og struktur gensidigt former hinanden (Giddens, 1984, s. 25). Disse strukturer gengives på samme måde i strømmen af menneskelig handling, og denne strøm er hverken det bevidste og frivillige formål med menneskelige aktører eller den afgørende kraft af givne sociale strukturer (Shove et al., 2012, s. 3). Giddens (1984) mener, at størstedelen af de processer, der står på spil inden for folks handlinger, ikke ligger inden for diskursiv bevidsthed til trods for, at folk diskursivt kan redegøre for deres handlinger og ofte indramme dem med hensyn til bevidste formål og intentioner (Shove et al., 2012, s. 3). Shove et al. (2012, s. 4) kigger på dynamikkerne i sociale praksisser frem for adfærdsændring. Jeg vil nu redegøre for de dele af social praksisteori af Shove et al. (2012), jeg finder anvendelig til at belyse specialets problemformulering.

Praksis består af tre elementer

I nyere praksisteorier skelner man ofte mellem to forskellige betydninger af praksis (Reckwitz, 2002, s. 249; Schatzki, 1996, s. 88; Shove et al., 2012, s. 8 ff.). Shove et al. (2012, s. 8) skelner mellem practice-as-entity og practice-as-performance, som begge eksisterer i praksis. Practice-as-entity er sammensat af mønstre og vaner (Shove et al., 2012, s. 8), og kan forstås som enkeltstående praksis, og dermed de specifikke handlinger, der indgår i en praksis. Practice-as-performance henviser til udførelsen af en praksis, som foregår i tid og rum, og den er unik (Shove et al., 2012, s. 8). Practice-as-performance forstås som en social handling, og hvordan handlingen udføres. Practice-as-performance involverer aktiv integration af elementerne: materialitet, kompetence og mening (Shove et al., 2012, s. 23), som illustreres på næste side i figur 1.




Figur 1 - De tre elementer i praksis (egen figur med inspiration fra Shove et al., 2012, s. 25)

Materialitet (materials)

Elementet materialitet indeholder genstande (objects), infrastrukturer (infrastructures), værktøjer (tools), hardware og selve kroppen (the body itself) (Shove et al., 2012, s. 23). Sociale og samfundsmæssige forhold er indbygget i designet af materielle genstande, som dermed påvirker sociale sammenhænge og dermed også vores handlemåder (Shove et al., 2012, s. 153). I nyere bidrag til praksisteori antyder økonom Inge Røpke (2009), at 'things' bør behandles som elementer i praksis. 'Things' - også kaldet 'objects' - beskrives næsten ikke i hverken Bourdieu eller Giddens værker, men ifølge Schatzki (2002) er dette aspekt vigtigt, da "(...) practices are intrinsically connected to and interwoven with objects" (s. 106). Dette er Shove et al. (2012) enige i, og dermed ses 'objects' som en del af elementet materialitet.

Kompetence (competence)

Elementet kompetence omhandler "(...) multiple forms of understanding and practical knowledgeability" (Shove et al., 2012, s. 23). Kompetence handler altså om, at man har viden om, hvordan praksis skal udføres (praktiseres), altså forskellige former for forståelse og praktisk viden (Shove et al., 2012, s. 23). Kompetence omfatter også færdigheder, know-how og teknik (Shove et al., 2012, s. 14). Shove et al. (2012) mener, at "(...) learning through doing goes on all the time and often without noticing. While some skills can be picked up in this way, others require much more deliberate effort, sometimes involving hours of dedicated training" (s. 48). Altså sker tillæring af kompetencer gennem læring, og læring sker konstant - både bevidst og nogle gange ubevidst. Kompetencen til at vide - være i stand til at evaluere



og vurdere en performance - er ikke det samme som at besidde den kompetence - at have færdighederne - der kræves for at udføre en performance (Warde, 2005).

Mening (meaning)

Det har været svært for praksisteoretikere at blive enige om, hvordan man karakteriserer mening, følelser og motivation, men ifølge Shove et al. (2012) skal mening forstås som en sammensmeltning af det Reckwitz (2002) beskriver som "(...) mental activities, emotion and motivational knowledge (...)" (s. 23). De behandler dermed mening som et element i praksis, som derfor ikke står udenfor. Mening figurerer som en motiverende eller drivende kraft og er ligeledes et udtryk Shove et al. bruger til at repræsentere den symbolske og sociale betydning af deltagelse på ethvert tidspunkt (Shove et al., 2012, s. 23).

Udvikling af praksis

Dette afsnit vil kort præsentere, hvordan praksis udvikles, men vil også løbende blive uddybet i analysen.

Den sociale praksisteori af Shove et al. består af de tre elementer, og praksis opstår, opretholdes og opløses, når forbindelser mellem elementerne bristes eller skabes (Shove et al., 2012, s. 21). Det er en forudsætning, at alle tre elementer er integreret på samme tid og sted, for at praksis kan opstå, men dette betyder dog ikke, at praksis vil opstå, men at der er mulighed for dette (Shove et al., 2012, s. 24). En praksis er aldrig isoleret, men eksisterer altid i samspil med andre praksisser, hvilket illustreres i analysen på side 59. Elementerne cirkulerer dels inde for samme praksis, men cirkulerer også mellem forskellige praksisser (Shove et al., 2012, s. 36). Elementer fra én praksis kan gå igen i en anden praksis således, at de samme elementer er en del af forskellige praksisser, og dermed kan forskellige praksisser høre sammen gennem de elementer, de har tilfælles (Shove et al., 2012, s. 83). Dette betyder, at elementerne er dynamiske og under konstant forandring og hvis praksis skal bevares, skal elementerne hele tiden forbindes (Shove et al., 2012, s. 33 & 83). Hvis det ikke giver mening at udføre en praksis, vil praksis ændres eller forsvinde med tiden (Shove et al., 2012, s. 24).

METODOLOGI


Følgende afsnit tager udgangspunkt i specialets valg af metoder, der er et mobiletnografisk feltstudie efterfulgt af fokusgruppeinterview. Afsnittet vil derudover løbende komme ind på etiske overvejelser, udarbejdelse af interviewguide samt udførelse og bearbejdning af empiri.

Mobiletnografi

I dette afsnit redegøres for én af specialets metoder til at indsamle empiri; den digitale metode mobiletnografi, der oprindeligt kaldes Mobile Probes (Hulkko, Mattelmäki, Virtanen & Keinonen, 2004). Metodens egenskaber er den specielle blanding af nærhed og afstand til informanter. Jeg har hentet inspiration af blandt andre uddannelses- og kommunikationsforskere Charlotte Albrechtsen og Tine Wirenfeldt Jensen (2017), og deres perspektiver og forskning danner tilsammen rammen for dette afsnit. Jeg er opmærksom på, at der er andre, der har lavet undersøgelser omkring Mobile Probes (Hulkko, Mattelmäki, Virtanen & Keinonen, 2004; Blomhøj, Duvaas & Ørngreen, 2011 ff.), men jeg har valgt hovedsageligt at trække på Albrechtsen et al. (2017), da der rent teknologisk er sket rigtig meget siden de første studier. Charlotte Albrechtsen har desuden arbejdet med brugerindsigt siden 2002, og derfor finder jeg hendes forskning relevant at inddrage.

Metoden Mobile Probes er en mobil variant af Cultural Probes, hvor brugerne i stedet for at besvare probes - også kaldet opgaver - med for eksempel engangskameraer, dagbøger, postkort og bykort, erstatter disse redskaber med deres mobiltelefon (Albrechtsen et al., 2017). Metoden blev udviklet tilbage i 2004 af finske Sami Hulkko, Tuuli Mattelmäki, Katja Vittanen og Turkka Keinonen (Hulkko et al., 2004). De oplevede et behov for selvdokumenterende værktøjer, der var kontekstuelle og dynamiske til at studere menneskers handlinger i mobile sammenhænge (Hulkko et al., 2004).

Den type indsigt jeg ønskede at få, kunne jeg typisk opnå ved at lave et traditionelt etnografisk feltstudie, hvor jeg kunne kombinere observation og interviews, der var dog flere grunde til, at denne tilgang imidlertid ikke var en bæredygtig mulighed. For det første er tøjforbrug noget man mere eller mindre bevidst og ubevidst tager stilling til hver dag i ens private hjem, da det er noget, man tager på hver morgen og tager af hver aften. For det



andet foregår den proces, hvor man rent faktisk køber nyt tøj (her refereres også til nyt genbrugstøj), både som en planlagt aktivitet, men også spontant. Ved brug af det mobiletnografiske feltstudie har jeg fået muligheden for at følge seks personer og få et indblik i informanternes tøjforbrugspraksis - uanset om det foregik planlagt eller spontant. Metoden giver nemlig adgang til personlige eller private rum, hvor det ellers kan være svært at komme ind (Albrechtsen et al., 2017, s. 5).


At jeg ikke selv er til stede betyder, at informanterne har en høj grad af styring, da de viser, hvad de synes er vigtigt. En af faldgruberne ved brugen af mobiletnografi er derfor, hvis man på forhånd ved meget lidt om sine informanter, da deres svar kan være svære at forstå og fortolke, fordi de kan være så relativt korte og løsrevet fra deres kontekst (Albrechtsen et al., 2017). Af den grund valgte jeg at følge det mobiletnografiske feltstudie op med et interview af informanterne, da metoden ydermere kan, hos brugerne (informanterne), føre til tanker, de ellers ikke ville have gjort sig (Albrechtsen et al., 2017, s. 4).

Helt konkret stiller man gennem en periode dagligt korte spørgsmål og små opgaver (probes) på informanternes mobiltelefon, som de besvarer med tekst- og/eller billedbeskeder. Jeg valgte en periode på fem dage, da jeg sammen med informanterne vurderede, at dette kunne hænge sammen med deres andre gøremål. Mobil-opgaverne/spørgsmålene var relateret til hverdagslige aktiviteter, og kan læses i Bilag 1, men vil kort blive forklaret i analysen, når de fremskrives. Metoden vil blive anvendt til dokumentation og ikke decideret billedanalyse. Bearbejdning af empiri fra det mobiletnografiske feltstudie samt de metodiske efterrefleksioner vil blive uddybet på side 28.

Fokusgruppeinterview

I dette afsnit uddybes, hvilke overvejelser jeg har haft i forbindelse med at vælge at følge op på det mobiletnografiske feltstudie gennem fokusgruppeinterview, samt hvordan et fokusgruppeinterview bidrager til vidensproduktion i specialet.

Der er flere grunde til, at jeg valgte at interviewe informanterne på et tidspunkt, efter at de havde lavet mobil-opgaverne, der indgik i det mobiletnografiske feltstudie. En af grundene er, at praksis, ifølge Davide Nicolini (2009), er en kompleks affære, og derfor ikke kan blive "(...) captured by a single method or reproduced through one single style of writing" (s. 3).




Da jeg ikke kendte informanterne skulle interviewet ydermere bidrage til at skabe en dybere indsigt i deres tøjforbrugspraksis.

Jeg valgte at benytte mig af fokusgruppeinterview, da det er et godt kvalitativt metodisk værktøj "(...) til at producere data om sociale grupperes fortolkninger, interaktioner og normer" (Halkier, 2006, s. 15). Fokusgruppeinterview har generelt ikke til formål at komme med løsninger på det, der diskuteres eller opnå enighed mellem informanterne, men derimod at få så mange synspunkter fremstillet i det fænomen, der må diskuteres (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 206). Modsat en positivistisk tilgang er et kvalitativt forskningsinterview med til at belyse individets fremstilling af verden, samt undersøge hvordan individet beskriver "(...) deres grunde til at handle, som de gør" (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 19).

Til at strukturere interviewet er jeg inspireret af Davide Nicolinis interviewteknik 'Interview to the Double' (Nicolini, 2009). Interviewteknikken beror på detaljer ved, at informanten skal forestille sig, at interviewer er informantens double, og dermed skal interviewet kunne give en sådan indsigt i informantens praksis, at interviewer skal kunne erstatte informanten i hans/hendes praksis (Nicolini, 2009, s. 5).

Ifølge Nicolini er det bedst, såfremt interviewet foregår flydende, og informanterne derfor får mulighed for at fortælle, uden at der afbrydes, således at beretningens fortællingsstruktur "(...) may itself become the object of later analysis" (Nicolini, 2009, s. 9). Generelt for begge interviews er, at de præget af en semistruktureret interviewmetode. Dette valgte jeg, da jeg ønskede, at informanterne kunne få mulighed for at komme ind på emner, jeg ikke selv nødvendigvis ville have tænkt over og samtidig for at undgå afbrydelser i informanternes fortællinger. Disse emner og fortællinger mener jeg, at en meget struktureret interviewform kunne have forhindret. Til at strukturere interviewet udformede jeg en interviewguide efter en tragtmodel (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 185), som kan læses i Bilag 2. Til udarbejdelsen af interviewguiden, har jeg hentet inspiration fra de syv faser beskrevet af Kvale & Brinkmann (2009, s. 122) og har til formål at sætte interviewforskeren i stand til at tage velovervejede valg i forhold til udarbejdelsen af interviewet.

Interviewguiden indeholder både spørgsmål, der skulle få informanterne til at uddybe deres tøjforbrugspraksis og spørgsmål til opgaverne i forbindelse med det mobiletnografiske studie. Jeg startede med at spørge generelt ind til informanternes tøjforbrug og sidste spørgsmål havde til formål at få informanterne til at reflektere over problemstillingen om vejen mod en mere bæredygtig tøjforbrugspraksis. Interviewguiden er afprøvet i forbindelse



med et pilotinterview, hvor formålet var, at interviewspørgsmålene ikke gav anledning til misforståelser. Jeg udførte pilotinterviewet på to af mine medstuderende, der matcher selekteringskravene og få ændringer blev lavet efterfølgende.


Udførelse og bearbejdning af empiri

Dette speciales empiri er baseret på relationen mellem mennesker, og dermed er "en interviewundersøgelse er et moralsk projekt" (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 105). Derfor anser jeg det som væsentligt at tage højde for de etiske problemstillinger, som kan opstå i løbet af specialet. Der er særligt tre etiske retningslinjer, som jeg vil fremskrive med inspiration fra Steinar Kvale og Svend Brinkmann (2015): Informeret samtykke, fortrolighed og forskerens rolle i undersøgelsen (s. 113).

Informeret samtykke sikrer, at informanterne informeres om undersøgelsens formål, og at de giver samtykke til, at de frivilligt deltager (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 116).

Jeg har i forbindelse med dette speciale valgt at anonymisere informanterne, da jeg ikke ønsker, at deres deltagelse i min undersøgelse senere skal få konsekvenser for dem. Derudover er jeg interesseret i praksis, og dermed belyses problemfeltet ud fra en tilgang, der ikke tager afsæt i det enkelte individets adfærd. Jeg sikrer anonymitet ved, at de har fået et alias gennem hele specialet samt fjernet personfølsomme data fra transskriptionen. I afsnittet 'Præsentation af informanterne' på side 33 fremgår informanternes alias, alder, beskæftigelse og hvor de kender hinanden fra. Da informanterne er anonymiseret, er specialet ikke fortroligt.

En interviewsituation indebærer en asymmetrisk magtrelation, da man som interviewer definerer situationen ved at bestemme emnet for samtalen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 55). Denne asymmetriske magtrelation kan være kommet til udtryk ved, at informanterne kan være præget af en forståelse af, hvad jeg gerne ville have information omkring, både i det mobiletnografiske feltstudie og i det opfølgende interview. For at tilnærme mig deres ærlige beskrivelser af deres tøjforbrugspraksis var jeg derfor opmærksom på at understrege, at ingen svar var forkerte. I det mobiletnografiske feltstudie kom magtrelationen til udtryk ved, at nogle af informanterne valgte at tage noget bestemt tøj på, da de havde en forståelse af, at det var dette, jeg ville se. Det blev tydeligt i det afsluttende fokusgruppeinterview, da jeg spurgte ind til, hvorvidt deres tøjforbrugspraksis afspejlede




virkeligheden, eller om de havde foretaget anderledes handlinger grundet deres indtryk af, hvad jeg gerne ville opnå af viden. Deres svar var, at det overordnede var deres ærlige praksis, men at de havde overvejelserne omkring, hvad jeg ønskede. Jeg har ikke valgt at inddrage magtperspektivet nærmere i analysen, da jeg ikke finder det yderligere relevant for den empiriske produktion.

Udførelsen af det mobiletnografiske feltstudie

I forbindelse med det mobiletnografiske feltstudie havde jeg ingen tidligere erfaringer at trække på, da det var første gang, jeg benyttede mig af metoden. Mit generelle indtryk af metoden er, at den er nem og håndterbar at arbejde med. Det interessante ved metoden er, at man kan bruge den på alle tidspunkter af døgnet, og derfor ikke er afhængig af, at man skal planlægge sig frem til et mødetidspunkt med ens informanter. Derudover fik jeg muligheden for at tilnærme mig private rum, jeg muligvis ikke havde fået adgang til, i et traditionelt etnografisk feltstudie.

Fem dage inden interviewet modtog informanterne daglige små mobil-opgaver, hvor de skulle dokumentere deres tøjforbrug (opgaverne jeg sendte til informanternes mobil kan læses i Bilag 1). Jeg valgte at lade informanterne vurdere, om det skulle være en video, en tekst eller et billede, som de ville sende, da deres kompetencer indenfor brugen af en smartphone afhænger af dette (Albrechtsen et al., 2017, s. 4). Mobil-opgaverne var hemmelige indtil på dagen, da jeg ikke ønskede, at informanterne skulle blive påvirket af opgaverne på forhånd. Derudover ønskede jeg at inddrage udfaldet af mobil-opgaverne i fokusgruppeinterviewet og havde derfor bedt informanterne om ikke at dele deres billeder med hinanden. Jeg havde valgt, af hensyn til informanternes udmelding om få timer i døgnet, at mobil-opgaverne skulle kunne laves på maks fem minutter. Alle informanterne valgte at sende billeder og nogle med tekst dertil (se Bilag 3 & 4).

Som en ekstra opgave alle dagene skulle de sende et billede af deres tøjvalg for dagen, hvor de kort skulle beskrive, hvorfor og hvad de havde på. Derudover bad jeg informanterne tage et billede, hvis de i løbet af dagene købte tøj. Her skulle de kort beskrive, hvorfor de købte tøjet, i hvilke omgivelser de købte det i, samt om de gjorde det med nogen eller alene. Mobil-opgaverne skulle være med til at give et indblik i udførelsen af informanternes tøjforbrug og udgør i alt 7 opgaver.




Der var en generel positiv feedback på metoden fra informanterne, da de fandt mobil-opgaverne, jeg sendte, både spændende og overskuelige at udføre. Størstedelen af besvarelserne modtog jeg om aftenen, hvilket jeg tolker som en del af den hverdag, de lever i - hvor studie, arbejde og fritid ligger i starten af dagen. Det kan derudover tolkes som, at de gerne ville sende et bestemt signal til mig, og derfor brugte de dagen til at tænke over, hvad de ville sende mig. Mobiletnografi metoden giver informanten en høj grad af styring, da de har mulighed for at vise, hvad de selv synes er vigtigt, da jeg (forskeren) ikke selv er til stede (Albrechtsen et al., 2017, s. 4). Dette kan både være en fordel og en ulempe, da informanterne kan misforstå mine forventninger til dem og undgå sandheden fra mig. Dette viser sig blandt andet ved, at informanterne Simone og Sofie fortalte, at de gerne ville sende noget, de mente jeg kunne bruge til noget (Bilag 5). Eller når informanten Sanne fortalte, at hun helst ville fremstå som genbrugsshopperen (se nærmere i afsnittet 'Analysen' på side 56). Disse informationer havde jeg ikke fået, såfremt jeg ikke havde lavet et opfølgende interview.

Bearbejdning af det mobiletnografiske feltstudie

Eftersom informanterne er anonyme i specialet, har jeg valgt at beskære de tilsendte billeder således, at informanternes ansigt ikke ses på billederne. Ligeledes er personfølsomme informationer blevet taget ud. Jeg har lavet en collage af alle billederne, der overskueliggør det tilsendte materiale samt billedernes tilhørende tekster (Bilag 3 & 4). Nogle af billederne vil blive fremhævet i analysen, og vil som skrevet blive anvendt til dokumentation og ikke decideret billedanalyse.

Afholdelse af fokusgruppeinterviews

Jeg har som skrevet udført to fokusgruppeinterviews. Af grunde som geografisk spredning samt både tids- og økonomiske begrænsninger valgte jeg at udføre et skype interview med informanterne fra Jylland, i stedet for et traditionelt face-to-face interview (Janghorban, et al., 2014, s. 1). Den tilgængelige teknologi i dag gør det muligt, at et interview kan foregå virtuelt ved hjælp af audiovisuelle grænseflader som Skype for eksempel (Janghorban, et al., 2014). Et sådant online-interview har betydet, at jeg kunne gennemføre et live interview



med informanterne fra Jylland, samt givet mig mulighed for at søge afklaring og følge op på spørgsmålene i forbindelse med interviewets gang. Derudover havde jeg via live forbindelsen mulighed for at sikre, at informanterne forstod de spørgsmål, som jeg stillede (Janghorban, et al., 2014, s. 2). Interviewet foregik altså i samme tid, men i forskellige rum.

I forbindelse med skype interviewet bad jeg informanterne sætte computeren således, at de alle kunne se mig og omvendt. Det var vigtigt for mig, at jeg kunne tilnærme mig samme kontakt, som hvis jeg reelt havde været i rummet. Adgang til verbale og nonverbale signaler blev muligt, da man qua et skype interview kan tilnærme sig et face-to-face interview, da skype gør det muligt at se informanterne og følge deres interaktion (Janghorban, et al., 2014, s. 2). Da jeg af erfaring ved, at koncentrationen kan være svær at holde gennem et skype interview, valgte jeg at indlægge pauser.

Jeg valgte i forbindelse med interviewet af interviewgruppe 2, at mødes hjemme hos dem, da det var informanternes ønske, og derfor vurderede jeg, at de vante og trygge omgivelser ville katalysere et trygt rum til at tale i. I interviewgruppe 2 valgte jeg helt konkret at sætte mig sammen med informanterne, og jeg havde generelt en anerkendende, respektfuld og nysgerrig tilgang til alle informanterne (dette galt også i interviewgruppe 1).

Generelt for begge informantgrupper var, at de havde en interesse for emnet og en lyst til at dele deres handlinger. Begge grupper lyttede aktivt til hinanden, hvilket var med til at skabe en god gruppedynamik, idet informanterne ikke blot responderede på mine spørgsmål, men brugte hinandens svar som afsæt. Informanterne udviste deltagerlyst, som både kan tolkes ud fra en interesse i emnet, men også ud fra at jeg havde skabt et trygt rum.

Bearbejdning af fokusgruppeinterviews

Begge interviews er optaget for efterfølgende at kunne transskriberes (se transskriptionerne i Bilag 5 & 6). Tab af tempo, tonefald, ironi samt kropsudtryk i forbindelse med en oversættelse fra tale til skrift, kan give anledning til fejlfortolkning i efterarbejdet (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 235). Jeg har på baggrund af dette valgt at transskribere interviewene så ordret som muligt med undladelse af fyldord som 'øhh' og 'hmm'. En af udfordringerne ved at udføre et Skype interview er, at forbindelsen ikke altid er lige god. Derfor kan der i dette interview også være tab af få ord, men ikke af nogen særlig betydning. Citaterne der fremgår i analysen, er dermed så nøjagtige og repræsentative for forskningsfeltet som muligt, da det er mit ansvar at sikre, at jeg ikke afviger fra informanternes fortællinger om deres handlinger



og holdninger (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 119).

Det er i forbindelse med transskriptionen, at jeg blev opmærksom på de emner, som informanterne italesætter, som afgørende for at fremme en bæredygtig udvikling i forhold til tøjforbrug. I efterarbejdet med transskriberingen af interviewet havde jeg, som skrevet, aftalt at anonymisere informanterne og har derfor valgt at kode dem under andre alias i stedet for deres oprindelige navne (alias vil fremstå i næste afsnit).

Efter jeg havde lyttet til og nedskrevet alle transskriptionerne, valgte jeg at min kodning, skulle være begrebsstyret (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 224). Derfor er transskriptionerne kodet ud fra de begreber, jeg anvender fra Shove, Pantzar og Watsons sociale praksisteori: Materialitet, kompetence og mening (Shove et al., 2012). Jeg valgte at benytte mig af farvekodning, da dette hjalp til at overskueliggøre kodningen. Jeg har ydermere valgt at farvekode, når informanterne fortalte om bæredygtighed samt de forandringstiltag, informanterne nævnte, der kan være med til at fremme et bæredygtigt tøjforbrug.

Farvekodning → **Praksis**, **kompetence**, **mening**, **materialitet**, **bæredygtighed** og **forandring**.

PRÆSENTATION AF INFORMANTERNE

Alle seks informanter er kvinder og spænder i alderen mellem 21-28. Informanterne udgør et udsnit af den danske befolkning bosiddende i Aalborg, Aarhus og København.

Informanterne medvirkede først i det mobiletnografiske feltstudie på fem dage og dernæst i et uddybende fokusgruppeinterview. Der er dermed gennemført to fokusgruppeinterview i alt; ét interview over Skype den 26.02.2020 og ét såkaldt traditionelt interview den 04.03.2020. Alle seks informanter kategoriseres som mellemgrønne forbrugere qua deres interesse for klima og miljø.

Interviewgruppe 1 (Skype)

1. Simone er 28 år og er kandidatstuderende på Sociologi. Hun arbejder i en friluftsliv butik ved siden af studiet. Simone og Sofie er veninder fra deres studie, og Sanne har de lært at kende gennem en af Facebook grupperne med fokus på bæredygtighed. Simone henvendte sig til mig efter mit opslag på Facebook og fik efterfølgende både Sanne og Sofie med.

2. Sofie er 24 år og er kandidatstuderende på Sociologi sammen med Simone. Hun arbejder i en lille butik, der tilbyder bæredygtige alternativer til ens hverdagsprodukter.

3. Sanne er 26 år, og er kandidatstuderende på Psykologi. Hun arbejder som terapeut med børn.

Interviewgruppe 2

1. Ida er 26 år og er bachelorstuderende på Organizational Innovation and Entrepreneurship. Ida arbejder i distributionen hos et fødevarefirma. Ida henvendte sig til mig efter mit opslag på Facebook og fik efterfølgende hendes roomies Isabella og Iris med.

2. Isabella er 21 år og er bachelorstuderende på Internationale Studier og Miljøplanlægning. Hun arbejder som babysitter en gang imellem.

3. Iris er 25 år og er bachelorstuderende på Sustainable Design. Iris arbejder ikke.

ANALYSE


Denne analyse vil med en praksisteoretisk tilgang af Elizabeth Shove, Mika Pantzar og Matt Watson behandle det empiriske materiale, og undersøge, hvordan bæredygtighed praktiseres i tøjforbrug hos mellemgrønne forbrugere. Ydermere vil analysen undersøge informanternes barrierer for et mere bæredygtigt tøjforbrug. Der inddrages supplerende litteratur til at anskue problemstillingen ud fra empirien i relation til nye aspekter i undersøgelsen. Den supplerende litteratur vil præsenteres løbende, som det anvendes.

I nedenstående afsnit præsenteres analysestrategien, der skal bidrage til at vise de valg, jeg har truffet i forbindelse med arbejdet med analysen, og som derfor har været med til at forme analysens konstruktion.

Analyselstrategi

Analysen er bygget op omkring forskningsspørgsmålene fra side 7, og er derfor blevet delt op i tre delanalyser. Generelt for hele analysen har jeg forsøgt at være så transparent som muligt, når der er tale om mine egne fortolkninger, og jeg er i den forbindelse opmærksom på, at mine fortolkninger er betinget af den kontekst, jeg har været og fortsat er i (Halkier & Jensen, 2008, s. 64). Dette er præget af mit blik på, at praksisteori såvel som en praksisteoretisk tilgang metodisk bygger på en grundlæggende socialkonstruktivistisk forståelse af verden som socialt konstrueret (Halkier & Jensen, 2008, s. 64). Der er således ikke tale om, at jeg kan foretage objektive observationer af praksis, men derimod om at foretage teoretisk reflekterede analytiske snit (Halkier & Jensen, 2008, s. 64). En af praksisteoriens styrker ligger i mikroprocesserne, og derfor kan analysen fremstå detaljeret.

Delanalyse 1 fokuserer på besvarelse af forskningsmål 1, hvor formålet er at beskrive, hvordan informanterne udfører deres tøjforbrug, samt hvordan informanternes forståelse af bæredygtighed påvirker deres valg og fravalg i deres tøjforbrug. Afslutningsvis vil de analytiske fund blive beskrevet i en sammenfatning.



Delanalyse 2 fokuserer på besvarelse af forskningsspørgsmål 2, og vil dermed fokusere på, hvordan praksissen tøjforbrug knytter sig til andre praksisser, og hvilken betydning disse har for informanternes tøjforbrug.

Det var i efterarbejdet med empirien, at jeg fandt frem til, at man ikke kan anskue informanternes tøjforbrug ud fra én enkeltstående praksis. I stedet må denne praksis ses i relation til andre praksisser for at kunne give et fyldestgørende svar på problemstillingen. Dette vil både være de forbundne praksisser, som informanterne har indflydelse på, samt de praksisser informanterne ikke har indflydelse på. Dette er interessant at undersøge, da de forbundne praksisser påvirker hinanden, og dermed påvirker udførelsen af tøjforbrugspraksissen (Shove et al., 2012, s. 83). Informanternes udførelse af tøjforbrugspraksissen vil blive analyseret ud fra elementerne; materialitet, kompetence og mening, der alle har betydning for udførelsen af praksis (Shove et al., 2012). Dertil tydeliggøres elementernes dynamik, der muliggør ændring af praksis (Shove et al., 2012, s. 83). Ydermere kan de fem forbrugsmekanismer af Shove og Warde (1998), fortælle noget om, hvad der kan være med til at eskalere informanternes tøjforbrug (Shove & Warde, 1998).

Afslutningsvis vil de analytiske fund blive beskrevet i en sammenfatning.

Diskuterende delanalyse 3 har til formål at diskutere de potentielle ændrings- og udviklingsmuligheder i praksis med udgangspunkt i elementernes betydning for udførelsen af praksis, der blev præsenteret i delanalyse 1 og 2. Det tager afsæt i informanternes oplevede barrierer, der begrænser deres ønskede bæredygtige handlinger og bliver dermed tydeligt, hvordan praksis kan udvikles og ændres for at fremme et bæredygtigt tøjforbrug. Dette afsnit danner samtidig ramme for perspektiver til forandringstiltag og vil afslutningsvis blive beskrevet i en sammenfatning.

Jeg havde på forhånd aftalt at anonymisere informanterne, som derfor har fået alias. Informanterne fra Skype interviewet (interviewgruppe 1) består af; Simone, Sofie og Sanne. Informanterne fra interviewet, som foregik ved fysisk tilstedeværelse (Interviewgruppe 2) består af; Ida, Isabella og Iris. Alle informanternes holdninger kommer til udtryk, selvom de ikke alle citeres i samme omfang.

Delanalyse 1

Informanternes udførelse af tøjforbrugspraksissen

I interviewet og i forbindelse med det mobiletnografiske feltstudie var et af mine fokus at få informanterne til at vise og fortælle, hvad de forbinder med deres tøjforbrug. Det er relevant at undersøge, da man i en praksisteoretisk tilgang er interesseret i at komme så tæt på informanternes praksis som muligt (Nicolini, 2009, s. 5). Længere nede ses tre uddrag af de billedserier, som informanterne Sofie, Sanne og Ida valgte at sende i det mobiletnografiske feltstudie. Disse billedserier giver et repræsentativt indtryk af, hvad alle seks informanter forbinder med tøjforbrugspraksissen og det paradoks, der ligger i den konstante ambivalens mellem to kontrasterende sanser; køb eller brug (Warde, 2005). Analysen vil løbende referere til disse billedserier og deres tilhørende tekster.

Billedserie og tilhørende tekst af Sofie:



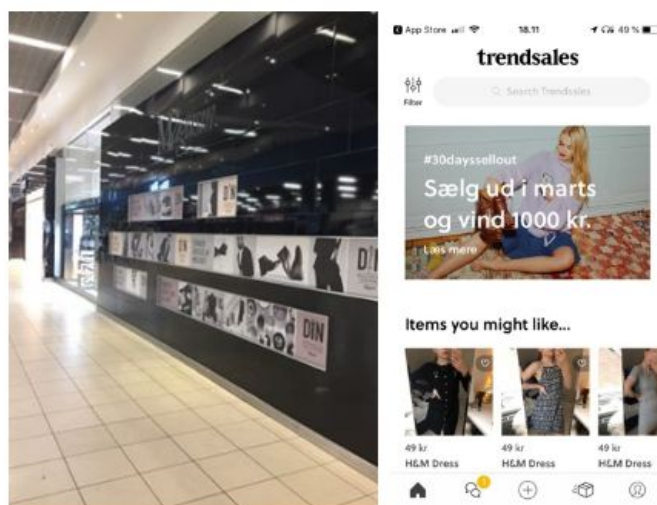
“Jeg forbinder en shoppetur med en bid mad (oftest frokost), en kop kaffe og måske noget sødt, når man har gået rundt hele dagen og shoppede i butikker. Det seneste års tid er jeg blevet mere opmærksom på, at en shoppetur for mig ikke defineres af overtræk på dankortet og hænderne fulde af tøjindkøb, men at det i højere grad handler om kvalitetstid med en veninde/veninder eller med familie. Jeg ser det som et moderne kapitalistisk svar på at gå en lang tur (...) Selvfølgelig vil der altid være fristelser, som kan være sværere at modstå, når man går i butikkerne ned ad Strøget. Og så går en hel anden proces i gang, når jeg skal overveje, om jeg mangler det stykke tøj, da jeg har et fast beløb, jeg må bruge hver uge.” (Sofie, Bilag 3, s. 9)

Billedserie og tilhørende tekst af Sanne:




“Jeg bliver altid draget af udsalgsskilte og elsker at gå på jagt efter ting, som jeg ikke på forhånd vidste, at jeg manglede. Under en shoppingtur går jeg sjældent ned på cola. Jeg kan bruge timevis alene i genbrugsforretninger og lede efter genbrugsguld. Det er blevet lidt af en hobby, både hvad angår tøj, keramik, bøger, lamper og møbler.”
(Sanne, Bilag 3, s. 14)

Billedserie og tilhørende tekst af Ida:



“Jeg shopper altid alene og jeg bliver tit fanget af butikker, som jeg går ind og kigger i, og hvis jeg finder noget nice, tager jeg ofte et billede og ser, om jeg kan finde det secondhand. Omvendt søger jeg også ofte på Trendsales først, som er den eneste app, jeg bruger til tøjindkøb, og måske går jeg i en fysisk butik, hvis jeg er i tvivl om størrelse på det, der sælges, så jeg kan prøve noget lignende på.” (Ida, Bilag 4, s. 4)



Interviewene og det mobiletnografiske feltstudie viser, at der er flere forskellige måder at anskaffe tøj¹ på - både nyt tøj såvel som nyt brugt tøj. Jeg har valgt at fremhæve tre måder, som viser sig værende særligt brugte af informanterne; fysisk shopping, online shopping og impulsshopping.

Disse tre måder at anskaffe tøj på vil løbende blive analyseret i 'Analysedel 2', men kort fortalt er den fysiske shopping blandt andet præget af at være social og sammenlignes med kvalitetstid og cafébesøg med veninder og familie. Online shopping er præget af eftertænksomhed og nøje udvalgt tøj, da man kan gå i en længere periode og overveje sit køb. Tøjforbrugspraksissen er altså ikke begrænset af kun at kunne foregå i fysiske tøjbutikker, men kan også foregå online. Ida fra interviewgruppe 2 shopper for eksempel over app'en Trendsales: "Jeg kigger ugentligt på trendsales og ofte igennem min favoritliste, og spørger mig selv 'Er det i dag, jeg skal have den der nederdel' eller bare screener, hvad der er af nye varer derinde" (Ida, Bilag 6, s. 10). Kort fortalt har Trendsales Danmarks største udvalg af secondhand mode, hvor C2C² kan sælge og købe tøj (Trendsales, 2020). DIBS³, der er en del af NETS, som leverer online betalingsløsninger, har lavet en undersøgelse, der viser, at danskerne især er glade for at bruge internettet til at shoppe tøj, sko og accessories - hele 60% gjorde det i 2019 (Via Ritzau, 2019). Da shopping både kan ske i fysiske butikker og online, betyder det, at tøjforbrugspraksissen ligeledes kan foregå på forskellige tidspunkter af døgnet, såfremt den foregår online. Dog fremgår det i det empiriske materiale, at informanterne fravælger denne måde at shoppe på, såfremt de ikke først kan prøve tøjet, før de køber det, hvilket primært kan lade sig gøre ved privat salg online - som Trendsales er et eksempel på. Ligeledes ses transporten som en væsentlig faktor for at fravælge online. Af disse grunde vil onlineshopping ikke blive analyseret i samme omfang som fysisk og impuls, da denne måde ikke blev fremhævet som den primære. Den sidste måde er impulsshopping og er præget af tanken om, at man ikke mangler noget nyt tøj, men at man bliver drevet af gode tilbud for eksempel på sin vej ned og handle dagligvarer ind. Gennemlæsningen af det empiriske materiale viser samtidig, at alle informanterne udfører

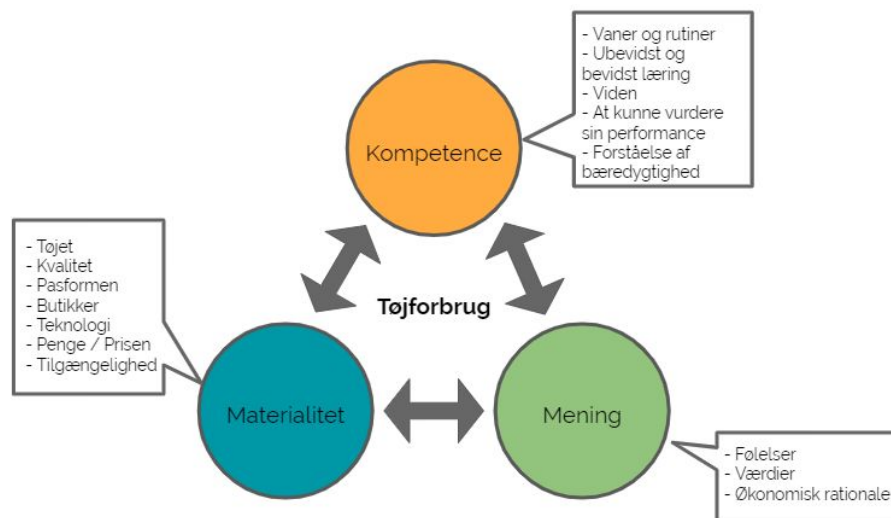
¹ 'Anskaffe tøj' er en del af dét at forbruge, og vil også blive refereret til som 'shoppe', da det er denne betegnelse, informanterne bruger

² Customer to customer

³ Rapporten er baseret på en YouGov-rundspørge blandt 7.000 nordiske respondenter – heraf 2.000 danskere – og i den kortlægger DIBS danskernes online handel (Via Ritzau, 2019)

praksis mere eller mindre efter alle tre måder, dog er der nogle måder, de foretrækker mere end andre, som analysen i 'Delanalyse 2' vil fremskrive.

Tøjforbrugspraksissen kan betegnes, som det Shove et al. kalder for practice-as-performance (Shove et al., 2012, s. 8). Praksissen er unik og henviser til udførelsen af organiserede handlinger/praksisser, der udspiller sig i tid og rum, og involverer aktiv integration af de tre elementer; materialitet, kompetence og mening (Shove et al., 2012, s. 8). Elementernes betydning for udførelse af tøjforbrugspraksissen er et udtryk for et øjebliksbillede, der kan og vil ændres over tid, da elementerne er dynamiske (Shove et al., 2012, s. 33). Med inspiration af Shove et al. (2012, s. 29) har jeg valgt at gøre det tydeligt i nedenstående Figur 2, hvad der blandt andet hører under de tre elementer i forbindelse med tøjforbrug:



Figur 2 - Elementerne i tøjforbrug (egen figur med inspiration af Shove et al., 2012, s. 29)

Elementet mening dækker for eksempel over informanternes økonomiske rationale, samt de følelser og værdier tøj tillægges. Mening ses for eksempel i tøjforbrugspraksissen, da det kan give en bestemt følelse at shoppe, og at informanterne tillægger tøj en værdi. Derudover har ens økonomiske rationale en betydning for, hvad man vil bruge sine penge på.

Tøjforbrugspraksissen er derudover præget af elementet kompetence, da det kræver forståelse og praktisk viden for at udfører praksis, da forbruget kan være forbundet med vaner og rutiner, samt ubevidst og bevidst performance.

Ydermere er det præget af elementet materialitet, som både kan indeholde tøjets pasform på informanterne, butikkerne, online shopping, tilgængeligheden og at man har penge.


Det ses både i det mobiletnografiske feltstudie og gennem interviewene, at alle informanterne har et ønske om at få et mere bæredygtigt tøjforbrug. Jeg har indtil nu beskrevet, hvordan informanternes tøjforbrugspraksis udføres. Da jeg anser informanternes forståelse af bæredygtighed som væsentlig for deres valg og handlinger i forhold til deres tøjforbrug, vil næste afsnit af denne delanalyse tage udgangspunkt i informanternes forståelse af bæredygtighed.

Informanternes forståelse af bæredygtighed

Et begreb som 'bæredygtighed' kan rumme mange fortolkninger og derfor valgte jeg i det mobiletnografiske feltstudie at bede informanterne om at sende et billede af et stykke tøj og en beskrivelse af, hvad de forbinder med 'bæredygtigt tøjforbrug'. Alle informanterne brugte lang tid på denne opgave og sendte først svaret tilbage om aftenen og i nogle tilfælde først dagen efter. I interviewet fortæller informanterne ligeledes, at det var en af de mobil-opgaver, de skulle tænke længst over. Dette tolker jeg som et udtryk for ordets kompleksitet og tydeliggør samtidig den viden, det forudsætter at kunne handle bæredygtigt. Nedenfor ses ét eksempel, som giver et indtryk af, hvad informanterne sendte:



“Bæredygtighed i forbindelse med tøj er for mig noget, som holder længe og noget som er af god kvalitet. Derfor har jeg taget billede af en hjemmestrikket uldtrøje, som min kærestes mormor har strikket til mig. Det, at den er hjemmestrikket, gør den endnu mere bæredygtig i mine øjne, fordi man derfor er ‘gået udenom’ det led, hvor trøjen skal produceres i et andet land (sandsynligvis meget langt væk fra DK) og har dermed også sparet transporten. Jeg forventer at have denne trøje de næste mange år, hvilket ikke er noget man kan sige om alt sit tøj.” (Sofie, Bilag 3, s. 8)




Informanterne fortæller, at deres forståelse af bæredygtighed i forhold til tøj er opstået indenfor de seneste år. Den øgede viden og interesse italesættes som dels præget af deres uddannelse og de personer, de har mødt herigennem. Derudover fortæller de, at den har været præget af den offentlige debat, der har været i medierne om bæredygtighed samt gennem kampagner på de sociale medier. Fælles for informanterne er dog, at de fortsat har svært ved komme til enighed om, hvad det egentlig vil sige at have et bæredygtigt tøjforbrug, men at de har en interesse for bæredygtighed i andre aspekter såsom mad og transport. Set i et bæredygtigt perspektiv betyder den cirkulære proces kort fortalt, at man ikke tager flere ressourcer ud, end hvad man giver tilbage i sidste ende (UN, 2020b). I det opfølgende interview med informanterne var det generelle indtryk, at informanterne har en viden om den cirkulære proces i forhold til at være bæredygtig. De er interesserede i, at den produktion, der ligger bag tøjet, også skal være bæredygtig og ligeledes skal de sociale forhold være i orden (Bilag 5, s. 10 & Bilag 6, s. 6). Informanternes forståelse af den cirkulære proces påvirker dem til at forsøge at købe mindre tøj, der ifølge Kate Fletcher (2014) er vejen mod et bæredygtigt tøjforbrug.

For Simone handler bæredygtighed for eksempel om forbrug generelt eller nærmere om at undgå overforbrug, når hun siger "(...)'hvorfor forbruge, når der er så meget vi kan bruge'." (Simone, Bilag 1, s. 4). Citatet tydeliggør Simones mening om forbrug, og dermed kan elementet mening påvirke udførelsen af hendes praksis på baggrund af den viden hun har, hvor viden hører til elementet kompetence. Til interviewet fortæller Simone for eksempel, hvordan man kan være mere bæredygtig i sit tøjforbrug og siger i den forbindelse følgende:

"Det her med at vælge nogle ting, som holder længe og så undgå fast fashion. Siger jeg og sidder i et stykke fast fashion, så jeg er overhoved ikke et godt eksempel lige nu. Og ja hvad mon den er lavet af, den kommer nok maks til at holde i 5 år, men ja så må den blive til en klud." (Simone, Bilag 5, s. 10)

Ifølge Kate Fletcher, skal 'fast fashion' forstås lidt ligesom fastfood - det er masseproduceret tøj, standardiserede størrelser, lav kvalitet og sælges til billige penge (Fletcher, 2014, s. 190). Tøj der holder længe og er god kvalitet, er noget alle informanterne forbinder med at bæredygtigt tøjforbrug. Tøjets kvalitet hører under elementet materialitet, da det siger noget om genstanden (tøjet). Kompetencen til at vurdere ens egen performance er i




Simones tilfælde præget af hendes viden om, at fast fashion ikke er godt for klimaet. Én ting er at have viden om, at noget er godt eller dårligt, en anden ting er at se mening med at leve og handle efter denne viden. Både kompetence og mening ses i den handling Simone beskriver i forhold til, at hun ser mening i at indtænke den cirkulære tankegang i forhold til hendes kjole. Kompetence ses, da hun efterfølgende kan se kjolen få nyt liv i en ny funktion, da hun vil bruge kjolen som klud. Samtidig er noget af Simones yndlingstøj et par bukser, som hun har arvet af hendes mors mand, der har haft bukserne i over 10 år. Ifølge hende kommer de til "(...) at være med mig i mange år, før jeg får dem slidt op, og det er vel meget bæredygtigt" (Simone, Bilag 5, s. 10). Den cirkulære tilgang ses blandt alle informanterne i form af, at de giver deres tøj til familie og venner eller sender tøjet til genbrug i stedet for at smide det ud.

Der er særligt ét sted, hvor alle informanterne fortæller, at de er bæredygtige - de køber alle genbrugstøj. Genbrugsshopning er mere udbredt end nogensinde før (Berlingske, 2019). Informanterne har alle i en yngre alder købt genbrug, men ikke (nødvendigvis) ud fra et bæredygtigt hensyn, men mere fordi de fulgte den diskurs, der var på deres respektive gymnasier eller studier (Bilag 5, s. 14 & Bilag 6, s. 11). Købet af genbrug er den dag i dag ikke kun præget af et bæredygtighedsfokus for informanterne, men et sammenspil mellem miljø og klima, at spare penge og at finde noget unikt. Dette ses blandt andet i citatet nedenfor af Simone fra interviewgruppe 1:

"Men nu er der kommet en anden bevidsthed omkring, at det også er fordi, at der ikke er nogen grund til at købe noget nyt, hvis jeg kan få noget lignende i en genbrug og samtidig spare penge og miljøet fra en masseproduktion og ressourcer." (Simone, Bilag 5, s. 3)

Informanten Sanne kan for eksempel bruge flere timer i en genbrugsbutik og elsker at finde noget, hun ikke vidste hun manglede samt "(...) jagten efter det unikke" (Sanne, Bilag 5, s. 15). En af de forklaringer, der ligger bag genbrugs shopping for Sanne, er, at hun finder mening i at gå på jagt efter genbrugsguld og betegner det som en 'hobby'. Genbrugsfund ses også som en del af det Shove og Warde (1998) betegner som 'mental stimulation', da værdi kan findes i ældre ting, der kommer med en historie og dermed ikke er præget af moden (s.




6). Denne hobby er Sanne ikke alene om at være interesseret i, det er noget alle informanterne i større eller mindre grad kan finde mening i.

Informanternes viden og forståelse for bæredygtighed gør dem i stand til at vurdere hvilken tøjforbrugspraksis, der betragtes som bæredygtig, men denne viden medfører ikke nødvendigvis, at det kun er det bæredygtige tøj, der købes. Informanternes valg i forhold til deres tøjforbrug er påvirket af deres viden og forståelse om bæredygtighed. Elementet kompetence henviser til en kropsliggjort viden om, hvordan praksis udføres, samt kompetencen til at vurdere, hvorvidt en performance er passende (Shove et al., 2012, s. 23). Jeg betragter informanternes forståelse af bæredygtighed, som en væsentlig faktor for udførelsen af deres tøjforbrugspraksis, og i efterarbejdet med transskriberingerne ses særligt tre barrierer, som væsentlige at overkomme for informanternes udvikling af en bæredygtig tøjforbrugspraksis; tilgængelighed, prisen og håndterbar viden. Disse barrierer vil blive analyseret i afsnittet 'Diskuterende delanalyse 3'.

Sammenfatning af delanalyse 1

Ovenstående delanalyse viser, at informanterne udfører tøjforbrugspraksissen på særligt tre forskellige måder; fysisk shopping, online shopping og impulsshopping. Alle tre måder er præget af forskellige aspekter og handlinger, og informanterne udfører praksis mere eller mindre efter alle tre måder. Tøjforbrugspraksissen henviser til udførelsen af organiserede handlinger, som udspiller sig i tid og rum og involverer aktiv integration af de tre elementer; materialitet, kompetence og mening.

I forhold til informanternes forståelse af et bæredygtigt tøjforbrug er det fælles for informanterne, at de har svært ved at forklare, hvad det egentlig vil sige at have et bæredygtigt tøjforbrug. Det overordnede indtryk af informanternes forståelse af bæredygtighed er derfor, at det er komplekst og noget, der er udfordrende at definere, hvilket derfor kan gøre det svært for informanterne at efterleve i praksis. Informanterne er interesserede i, at den produktion, der ligger bag tøjet skal være bæredygtig og ligeledes skal de sociale forhold være i orden. Tøj der holder længe og er god kvalitet, er noget alle informanterne forbinder med at bæredygtigt tøjforbrug. Informanterne har ligeledes en forståelse af den cirkulære proces, hvilket påvirker dem til at forsøge at købe mindre tøj, der er vejen mod et bæredygtigt tøjforbrug ifølge Kate Fletcher (2014). Der er særligt ét sted, hvor alle informanterne fortæller, at de er bæredygtige, hvilket er, at de køber genbrugstøj.



Købet af genbrug begrundes med et sammenspil mellem miljø og klima, at spare penge og at finde noget unikt. Informanternes forståelse for bæredygtighed gør dem i stand til at vurdere hvilken tøjforbrugspraksis, der betragtes som bæredygtig, men deres viden medfører ikke nødvendigvis, at det kun er det bæredygtige tøj, der købes. Det viser sig, at andre aspekter også påvirker ens forbrug, hvilket nedenstående delanalyse vil udfolde. Det er dog en forudsætning, at man har den nødvendige viden for at kunne handle bæredygtigt, da informanternes valg i forhold til deres tøjforbrug er påvirket af deres viden og forståelse om bæredygtighed.

Delanalyse 2

Hidtil har jeg beskrevet, hvordan informanterne beskriver, at shopping udføres, og hvilken forståelse informanterne har af bæredygtighed i forhold til tøjforbrug. Denne tilgang er ikke nødvendigvis opmærksom på de relaterede praksisser, som er tilknyttet shopping samt hvad der knytter sig til praksissen udover decideret at anskaffe tøj. Som nævnt i delanalyse 1 fokuserer jeg på tre måder at shoppe på; fysisk shopping, online shopping og impulsshopping.

Informanterne i dette speciale har som beskrevet en interesse for bæredygtighed og har et ønske om et mere bæredygtigt tøjforbrug. Køb af brugt tøj fylder mere end tidligere hos informanter, og de giver udtryk for et ønske om primært at købe genbrug. Derfor finder jeg det interessant at undersøge, hvad der ligger til grund for, at de trods dette ønske fortsat køber nyt tøj (nyt som brugt) i mængder, de selv mener ikke at have brug for.

Jeg har på baggrund af ovenstående valgt at undersøge tøjforbrugspraksissen med udgangspunkt i nedenstående tre emner:

- Det sociale aspekt
- Impulsshopping vs. Velovervejethopping
- Belønning/trang


Det sociale aspekt

Flere af informanterne forbinder det at shoppe sammen med nogen som en del af den sociale norm og som værende relationsskabende. Informanterne Sofie og Sanne fra interviewgruppe 1 fortæller blandt andet i interviewet:

“Altså det er jo ikke, fordi jeg ikke har lyst til at tage med dig, men måske en eller anden dag, hvor man ikke har så meget lyst, men bliver spurgt, så hopper man jo med på den på grund af de her sociale normer. Ja altså for der er sådan en relationsopbyggende tilgang i det.” (Sofie, Bilag 5, s. 5)


“Ja altså jeg var sammen med en god veninde for noget tid siden, som netop havde fået en lille dreng, og hun har derfor ikke været udenfor en dør i rigtig lang tid, og så spurgte hun, om ikke vi skulle tage lidt ud og shoppe. Og jeg havde simpelthen ikke lyst, men hvis det var det, hun havde brug for, så ville jeg da ikke sige nej. Og selvfølgelig køber jeg noget, for hvem bruger 5 timer i et shoppingcenter uden at købe noget.” (Sanne, Bilag 5, s. 5)

Citaterne ovenfor fortæller, at praksis ikke kun er forbundet med at købe tøj, men også er forbundet med at være social. Shove et al. (2012) er inspireret af sociolog Andreas Reckwitz (Reckwitz, 2002), som antager, at mennesket betragtes som bærer af praksis (Shove et al., 2012, s. 63). Shove og Pantzar (2005) har sammen undersøgt, hvordan stavgang (også kendt som Nordic Walking) blev etableret som et populært tidsfordriv. De fandt ud af, at praksissen spredte sig gennem sociale praksisser mellem mennesker, der allerede kendte hinanden som for eksempel naboer eller venner, der havde andre interesser tilfælles. Denne måde at sprede praksis på, betegner de som ‘social contagion’ (Shove and Pantzar, 2005). Bæreren af praksis kan videreføre praksis ved at rejse rundt mellem andre praksisser (ikke nødvendigvis forbundne praksisser) - ikke blot gennem tid og sted, men også ved de materielle omgivelser (Shove et al., 2012, s. 70). Praksis er dermed afhængig af de personer, som udøver praksis, men også af de steder, hvor praksis udøves (Shove et al., 2012, s. 79). Det kan dermed være kontekstafhængigt, da det for eksempel kan være dem, informanterne studerer med, som de blandt andet også shopper med. Individet er hverken



autonomt handlende eller determineret af strukturer, men ses som socialt handlende der på samme tid indgår i sociale felter og er konstituerende for den sociale orden (Giddens, 1984, s. 5-28; Bourdieu, 1990, s. 52-65). Som der refereres til i problemfeltet, men også ifølge Shove og Warde (1998, s. 6), er ønsket om forbrugsholdbarhed ikke længere det primære fokus for forbrugeren, men nærmere glæden ved at være socialt deltagende. Ordet 'hygge' er noget alle informanterne mere eller mindre forbinder med det at købe tøj (fysisk som online). Glæden eller følelsen det kan give at være social, kan ses som en del af 'mental stimulation', som er én af de fem mekanismer, Shove og Warde mener, der kan være med til at påvirke et usynligt forbrug (Shove & Warde, 1998, s. 6). Ifølge Alan Warde (2005) er forbrug forbundet med, at man engagerer sig i praksis, snarere end en personlig beslutning om en adfærdskurs, der forklarer forbrugets art og proces (s. 138). Som nævnt spreder praksis sig via sociale praksisser mellem mennesker, der allerede kender hinanden som for eksempel informanterne i dette speciale, der kender hinanden fra studiet eller fordi de bor sammen og derfor har andet tilfælles end tøjforbrugspraksissen (Shove et al., 2012, s. 68). Det sociale netværk er dermed vigtigt for spredningen af praksis.

Informanter forklarer ydermere, at en decideret planlagt fysisk shoppetur primært er præget af tidligere måder at shoppe på med familien og vennerne i folkeskolen og gymnasiet. Familien var i ældre tid et gennemgående intensivt felt, hvori dispositioner, ifølge Bourdieu, blev internaliseret i habitus, og at denne er svært foranderlig (Bourdieu, 1990, s. 52-65). I afsnittet 'State of the art' beskrives et tidligere projekt, jeg har lavet angående tøjforbrug (Hedemand et al., 2017). Projektet viser, hvordan tøjforbrug hos unge i gymnasiet ikke på samme måde er styret af familien i det postmoderne samfund (Hedemand et al., 2017). De unge bevæger sig mere væk fra familien og er i langt højere grad præget af andre intensive felter som Instagram og Facebook (Hedemand et al., 2017). Det interessante i nærværende speciale er, at en planlagt shoppetur, primært i tøjbutikker med nyt tøj, bliver vedligeholdt af informanterne på baggrund af tidligere måder at være sammen på. Informanterne fortæller, at de i mange tilfælde ikke selv finder mening i at shoppe, men gør det, da det er noget, dem de er sammen med efterspørger. Shove (2003) og Warde (2005) mener, at en stor del af menneskers forbrug er hverdagspræget og baseret på rutiner. Det kan forklare, hvorfor informanterne fortsat shopper med deres familie og venner, trods de ikke nødvendigvis er enige i, hvorfor det sociale skal tage udgangspunkt i forbrug.



Informanterne begrundet ydermere deres tøjforbrug i fysiske butikker med de andre praksisser, der er forbundet med tøjforbrugspraksissen, såsom cafébesøg og en gåtur. Dette ses både i de billedserier, der blev præsenteret på side 36-37, men også i nedenstående eksempel fra interviewgruppe 1. Her fortæller informanterne Sofie og Simone, hvordan en anden hverdagspraksis er forbundet med at shoppe, hvilket måske snarere er denne praksis, de engagerer sig i - nemlig det at gå på café:

“Altså min mor og jeg går altid ind i Søstrene Grene og køber noget sødt, altså noget chokolade eller sådan, som man kan gå og hapse, lidt lakrids eller chokolade imens man shopper. Der er altså forbundet noget hygge omkring det og ofte cafébesøg” (Sofie, Bilag 5, s. 19)

“(…) Ja det bliver jo hele den her oplevelse med ‘et par kaffer på café undervejs og sådan’ og det er jo vildt hyggeligt, men hvorfor skal det dog tage udgangspunkt i forbrug.” (Simone, Bilag 5, s. 5)

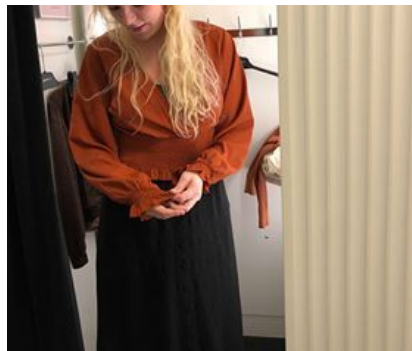
Ifølge Giddens (1984) bliver mange hverdagshandlinger mere eller mindre udført ureflekterede, og skal løftes op på et bevidst plan, hvis man skal overveje at foretage forandringer. Det er, ifølge Alan Warde (2005), udviklingen af praksis, der udvikler adfærden: “(…) the source of changed behaviour lies in the development of practices” (s. 140). Informanternes engagement i praksis opstår på baggrund af elementerne mening og materialitet. Informanterne udviser kompetence til at vurdere den passende performance, men deres valg styres i højere grad af elementerne materialitet og mening trods deres opmærksomhed på, hvorfor det sociale skal tage udgangspunkt i forbrug. Dette ses ved, at informanterne køber tøjet (materialitet), og de følelser de tillægger det at shoppe med deres familie og venner (mening).

Køb eller brug - om impulsshopping eller velovervejede forbrug

Impuls


Gennem det mobiletnografiske feltstudie fik jeg mulighed for at opleve de kontekstuelle og dynamiske handlinger, der kan være forbundet med tøjforbrug. Den kan både foregå som et velovervejede forbrug, men kan også foregå spontant, som jeg har valgt at kalde 'impulsshopping'.

Simone og Isabella shopper primært deres tøj ved impulskøb. Ifølge dem begge mangler de ikke noget, og derfor opstår deres anskaffelse af nyt tøj primært gennem impulsshopping. En af opgaverne i mobiletnografistudiet gik ud på at sende et billede og tilhørende tekst, hvis informanterne købte noget spontant i den periode, mobiletnografi studiet stod på. Der var tre informanter der købte noget i perioden, og nedenfor ses billedet og teksten, som informanten Simone sendte.



“Min søster havde fødselsdag, og det eneste hun gider at lave sammen med hendes familie for tiden, er at shoppe (hun er meget teenager lige nu). Så vi brugte dagen på det, og jeg endte med selv at falde i. Købte den orange top på billedet i Gina Tricot, fordi den var flot, og fordi den var på 70% og kostede derfor kun 75 kr.” (Simone, Bilag 3, s. 5)

Ovenstående billede viser informanten Simone, der er ude og shoppe med sin søster og ender med at købe en top, fordi den var på udsalg. Som nævnt i problemfeltet er det, ifølge Anja Philip fra Forbrugerrådet Tænk, ofte det billigste af vores tøj, der bliver brugt maks 7-8 gange (Forbrugerrådet Tænk, 2020). I det opfølgende interview blev det tydeligt, at disse impulskøb blandt andet er styret af det, Shove et al. kalder for det materielle element (Shove et al., 2012, s. 23). De sociale og samfundsmæssige forhold er indbygget i designet af



materielle genstande, som dermed påvirker sociale sammenhænge og dermed også vores handlemåder (Shove et al., 2012, s. 153). Materielle genstande er med til at påvirke forbrugeren, som pludselig går forbi disse genstande og får lyst til at købe genstanden, som i ovenstående eksempel var en top på udsalg. Disse materielle genstande kan for eksempel være tøj, der hænger ude på gaden, eller store udsalgskilte, som folk bliver tiltrukket af (se for eksempel Sannes billedserie på side 37, som giver et visuelt indtryk af dette). Ud over at være styret af elementet materialitet er Simone også styret af sit økonomiske rationale, som hører under elementet mening. Dette ses, da hendes valg om at købe toppen hos en fast fashion butik begrundes med, at den var billig. Som nævnt længere oppe fortæller Simone i interviewet, at hun mener, at man ikke skal købe fra fast fashion kæder, men eksemplet fra det mobiletnografiske feltstudie viser, at Simone i højere grad er styret af elementerne materialitet og mening (Shove et al., 2012, s. 23). Det tydeliggøres dermed, at Simones økonomiske rationale løbende ændres, hvorfor elementet er under konstant forandring.


Simone og Isabella fortæller nedenfor, at deres impulsshopping hænger sammen med for eksempel dagligvareindkøb eller en gåtur, da deres tøjforbrug kan ske på vejen ned for at købe dagligvarer eller plejeprodukter:

“Men altså jeg tror ikke jeg bliver drevet hjemmefra til at gå ned og købe en kjole. Det er mere en pludselig tiltrækning, når man alligevel er ude og skal købe noget andet, for eksempel handle ind, og pludselig går forbi noget tøj, der for eksempel hænger på gaden.” (Simone, Bilag 5, s. 14)

“Jeg shopper stort set ikke, og når jeg gør, er det fordi, at jeg skal noget andet, som for eksempel at købe et plejeprodukt (...).” (Isabella, Bilag 4, s. 9)

Påvirkningen af de sociale og samfundsmæssige forhold kan forklares som de forbundne praksisser, som informanterne ikke har indflydelse på og kan derfor være udfordrende at gøre noget ved på mikroniveau (Shove et al., 2012, s. 153). Følgende eksempel giver et indtryk af, hvordan man som forbruger kan være med til at påvirke virksomhederne, der producerer tøj.


En af Sofies yndlingskjoler (som ses i Bilag 3) er købt fra ny, og hun har længe gået med



overvejelsen, om hun skulle spørge, hvilke forhold tøjbutikkens tøj er produceret under for at finde ud af, om hun fortsat vil støtte dem. Denne måde at tænke på kan være påvirket af Sofies arbejde i en butik, der primært sælger bæredygtige varer, men ifølge Mette Boye, der er direktør i Dansk Initiativ for Etisk Handel, er der på tekstilområdet hårdt brug for nye retningslinjer (DR kultur, 2016). En af måderne at fremskynde denne proces er, ifølge Mette Boye, netop at henvende sig til de forretninger, man handler i og efterspørge de klima- og miljøvenlige produkter og produktioner, da "(...) vi har ret til at forvente, at virksomhederne tager samfundsansvar" (DR kultur, 2016).

Velovervejet

I Sofies billedserie på side 36 skriver hun: "og så går en hel anden proces i gang, når jeg skal overveje, om jeg mangler det stykke tøj" (Sofie, Bilag 3, s. 9). Jeg tolker den tankeproces, der går i gang, når Sofie skal til at købe nyt tøj, som en del af det element Shove et al. (2012) betegner som kompetence. Kompetencen til at reflektere over om en performance er passende, i dette tilfælde om det vil være passende at købe mere tøj, som man ikke nødvendigvis har brug for, eller som kan findes et andet sted måske billigere og bæredygtigt. Ifølge Shove et al. er kompetencen til at vurdere en performance ikke det samme som, at man besidder den kompetence eller færdighed, der skal til for at udføre denne performance (Shove et al., 2012, s. 23). Netop dette kommer også til udtryk, når Sofie ydermere skriver i sin tekst til billedserien, at hun kan blive fristet og have svært ved at modstå de gode tilbud, hun møder. Kompetencen til at sætte denne tankeproces i gang, som Sofie refererer til, kan siges at skulle indøves, og tillæring af nye kompetencer sker gennem læring (Shove et al., 2012, s. 48). "(...) learning through doing goes on all the time and often without noticing. While some skills can be picked up in this way, others require much more deliberate effort, sometimes involving hours of dedicated training" (Shove et al., 2012, s. 48). Alle informanterne fortæller i interviewene, hvordan de i et vist omfang sætter denne tankeproces i gang, men at det kan være svært at stå for et godt tilbud både online, i almindelige tøjbutikker, men også i genbrugsbutikker. Det er ifølge Shove et al. en forudsætning, at man har viden om, hvordan praksis skal udføres, og i den forbindelse har forskellige former for forståelse og praktisk viden (Shove et al., 2012, s. 23). Ifølge informanten Ida shopper hun online og begrundet det med, at hun således kan shoppe velovervejet:




“(…) Og så var jeg sådan, ‘jamen det er jo godt for miljøet’, og så blev det okay at købe det. I stedet for at gå igennem samme tankeproces, som når jeg køber i en “normal”, i anførselstegn, butik: ‘Kommer jeg til at bruge det her tøj?’. Det er relativt nyt for mig, udelukkende at købe secondhand tøj, så jeg er ikke rigtigt nået dertil, at denne tankeproces også sker ret automatisk. Der synes jeg det er lidt nemmere i en app på telefonen.” (Ida, Bilag 6, s. 2)

Ida giver et eksempel på, hvordan der i hendes tøjforbrugspraksis konstant er ambivalens mellem handlingerne; køb eller brug (Ida, Bilag 6, s. 2). I forbindelse med Idas tøjforbrugspraksis ses elementet kompetence, når Ida reflekterer over sit forbrug, inden hun forbruger (dette ses både i interviewet samt i hendes billedserie, som vises på side 37). Dette tolker jeg som, at Ida er på vej mod en bæredygtig tøjforbrugspraksis, der netop indebærer ikke at overforbruge. Ifølge citatet af Shove et al. på forrige side sker læring af nye kompetencer ubemærket gennem det levede liv, hvorimod andre nye kompetencer skal man konsekvent tænke over, hvilket citatet af Ida også pointerer (Shove et al., 2012, s. 48). Hun har erfaret fra tidligere impulsshopping af tøj fra genbrugsbutikkerne, at tøjet ikke bliver brugt. I dette eksempel ses elementet materialitet som mindre styrende, da Ida ikke finder mening i at bruge penge på tøj, der ikke bliver brugt. Dermed er Idas økonomiske rationale i større grad i fokus. Når Ida skal argumentere overfor sig selv, om hun skal anskaffe sig nyt tøj benytter hun sig af følgende tankeproces:

“Kan det her passe ind i farvepaletten i min garderobe? Hvilken lejlighed kan jeg have det på til? Hvad kan jeg parre det med? Og så har jeg en regel om, at jeg skal have tre stykker tøj i min nuværende garderobe, som jeg kan se, det her nye stykke tøj indgå med eller passe med.” (Ida, Bilag 6, s. 4)

Denne proces med at reflektere over om man kan bruge tøjet med noget af det andet, man har derhjemme, er Isabella og Iris fra interviewgruppe 2 enige i (Bilag 6). Generelt for informanterne i interviewgruppe 2 er, at de alle mere eller mindre fortæller, at de ikke planlægger en shoppetur, men at det primært er velovervejet eller impulsshopping, deres tøjforbrug er præget af.



Shove og Warde mener at de fem mekanismer⁴, der kan føre til forbrug, kan tilnærme sig former for 'grønt' forbrug (Shove & Warde, 1998, s. 10). Det handler ifølge Shove og Warde om, at folk godt kan gå med til at vælge et 'grønt' produkt frem for et andet (Shove & Warde, 1998, s. 10). Dette er dog forudsat, at det er tilgængeligt for forbrugeren, og at alternativet kræver mindre energi og efterspørgsel efter naturressourcer (Shove & Warde, 1998, s. 10).


Jeg har valgt kort at inddrage Kate Fletcher (2014), da hun trækker på Shove og Wardes studie fra 1998, hvor hun undersøger de fem mekanismer fra en designers perspektiv (Fletcher, 2014). Forudsætningen for at vælge det bæredygtige produkt er, at det skal være synligt for andre, som hører under den mekanisme, Shove og Warde kalder for 'social comparison' (Shove & Warde, 1998, s. 4). At sammenligne sig med andre er også en mekanisme, informanterne nævner, som kan føre til et større forbrug for dem. Sofie fra interviewgruppe 1 fortæller blandt andet, at hun for noget tid siden har slettet hendes Facebook app samt Instagram app, da de påvirkede hende til et større forbrug, i og med at disse apps gjorde hende opmærksom på alt det, hun ikke havde (se Bilag 6, s. 13). At skabe et langsommere forbrug er mangesidet ifølge Kate Fletcher (Fletcher, 2014, s. 155). Hun mener, at man går mod mere uformelle måder at leve på, hvor man ikke vil efterspørge specielle genstande at have på til specielle kontekster; arbejde, sociale arrangementer, med flere (Fletcher, 2014, s. 155). Man vil derfor nærmere bruge tøjet meget mere multifunktionelt, og dette taget i betragtning kan designere designe tøj, der tilgodeser denne funktion (Fletcher, 2014, s. 155). Denne mere uformelle måde at leve på ses også i informanternes måde at bruge deres tøj på. Alle informanterne har en garderobe med hjemmetøj, og en garderobe med det tøj de bruger, når de skal være ude og sociale⁵. Det mobiletnografiske feltstudie viser, hvordan informanterne vælger at bruge og købe tøj, der kan være multifunktionelt (Bilag 3 & 4). For eksempel skal en kjole kunne bruges til finere brug, men skal også kunne bruges med jeans og en strik ud over til mindre fint brug.

I forbindelse med et forskningssamarbejde med Veras Vintage⁶ mener Else Skjold, der lektor i Sustainable Fashion på Kunstakademiets Designskole, at tøj skaber værdi, når det er "(...)

⁴ Shove & Warde (1998) beskriver de fem mekanismer for usynlig forbrug som; 1) social comparison, 2) the creation of self-identity, 3) mental stimulation and novelty, 4) Diderot-effect og 5) specialisation within daily life.

⁵ Skal forstås billedligt. De har kun én garderobe.

⁶ Online koncept hvor man kan bytte, sælge, shoppe og upcycle brugt tøj med pointsystem (Veras Vintage, 2020)



helt fritaget fra modens nyhedsværdi” (Information, 2020). Else Skjold mener, at dette gør, at designet ikke bliver sæsonafhængigt, og derfor kan bruges i flere generationer. Iris fra interviewgruppe 2 køber for eksempel tøj ud fra dette princip: “Jeg tænker også på komfort og så en rimelig pris og kvalitet, og det skal være en klassisk stil, så jeg ved, at jeg kan bruge det i mange år. Ikke noget specifikt print” (Iris, Bilag 6, s. 4).


Designer og selvstændig forsker Rachel Kollerup fortæller i et interview med Information i 2019:

“Det er i den grad en grøn omstilling, der skal til. Den er hverken nem eller magelig. Men jeg holder på, at der i begrænsningens kunst også ligger det udsøgte valg, og at det kan bringe værdien tilbage i tøjet – til fordel for næste uges flygtige ’must have’.” (Information, 2019)

Som skrevet længere oppe i analysen, er ønsket om forbrugsholdbarhed ikke længere det primære fokus for forbrugeren, men nærmere glæden ved at være socialt deltagende (Shove & Warde, 1998, s. 6). Ifølge Shove og Warde bærer materielle genstande som tøj, i sagens natur frø af skuffelse, da det kan være nyttigt, men ikke nødvendigvis behageligt at have på (Shove & Warde, 1998, s. 6). Netop at tøjet skal være behageligt eller komfortabelt ses i citatet fra Iris, men også blandt de andre informanter, som værende vigtigt i deres bæredygtige tøjvalg i det mobiletnografiske feltstudie (Bilag 3 & 4).

Nedenstående citat af Isabella er et eksempel på den grønne omstilling, som Rachel Kollerup mener, der skal til:

“Ja altså jeg tror, jeg sætter meget mere pris på det, når det er skat man finder. For eksempel fandt jeg en vildt flot kjole her forleden, og jeg fik den ret billigt, og som jeg bare er helt forelsket i. Og det sætter jeg vildt meget pris på, og det tror jeg ikke, jeg ville gøre på samme måde, som med et fast fashion brand til samme pris. Jeg fandt kjolen i en Røde Kors i indre by. (...) Det er en ting, vi er blevet vant til, tror jeg, og den der følelse af at få noget nyt, der bliver en del af min garderobe, det er en kæmpe tilfredsstillelse.” (Isabella, Bilag 6, s. 10)



Tøjet får altså en værdi, når der er lagt energi i at finde det helt rigtige og ikke blot købes i fast fashion butikker. I forbindelse med det mobiletnografiske studie fortalte Sofie ligeledes, hvordan hun i en længere periode havde eftersøgt en sort blazer, da hun foretrækker at finde tøj i genbrug. Tilfældigt fandt hun den gennem en hjemmeside, der sælger genbrugstøj, og til en pris hun gerne ville betale. Elementet mening dækker over de følelser og værdier, som informanterne tillægger deres tøj. Mening kommer til udtryk ved, at både Isabella og Sofie finder værdi i at købe genbrug både i forhold til deres økonomiske rationale og af klimamæssige årsager. Derudover fremgår elementet kompetence, da de ikke blot laver impuls køb, men venter og søger lige præcis efter det, de vil have og helst genbrugt. Til sidst viser det materielle element sig i form af, at tøjet lever op til, at de vil købe det. Dynamikken mellem elementerne kompetence og mening anses derfor som central for udførelsen af en bæredygtig tøjforbrugspraksis.

Belønning/trang

Et andet relevant emne at uddybe er det, informanterne betegner som en belønning eller en trang. Tøjet, eller det at købe nyt tøj, forbindes hos alle informanterne som en vane eller en rutine i forhold til at belønne sig selv. Dette kan forstås ud fra det, Shove (2003) og Warde (2005) mener, om at en stor del af menneskers forbrug er hverdagspræget og baseret på rutiner.

“Ja for så tænker jeg netop, at hvis man finder noget tøj, og får den der følelse af, ‘uhh det er bare lidt lækkert’, man kan nærmest mærke det i maven, og så er det sådan, at den følelse vil man gerne have med hjem. Og derfor bliver man nødt til at have den trøje med hjem, så man kan have den følelse, når man har den på.” (Sofie, Bilag 5, s. 14)

Sofie fortæller i ovenstående citat, hvordan et godt fund kan tilvejebringe en god følelse i maven, og den følelse vil Sofie investere i ved at købe tøjet. Ifølge Kate Fletcher (2014) er der tale om, at vi konstant har et behov for at forsyne os med nye ting - primært tøj. Dermed fortsætter forbruget med at vokse, da vi ser nye fund, som en mulighed for at få en ny følelsesoplevelse med hjem, som man endnu ikke har stødt på (Fletcher, 2014, s. 140).

I den første opgave i det mobiletnografiske feltstudie skulle informanterne sende et billede


med tilhørende tekst, der skulle vise et sæt tøj, der kunne fortælle noget om dem. Det var forskelligt, hvad informanterne valgte at sende, men fælles for alle informanterne var, at de identificerer sig med deres tøj. Tøjet, de gerne vil afspejle sig selv i, kan være påvirket af mekanismen 'self-identity', som Shove og Warde også mener kan føre til usynligt forbrug (Shove & Warde, 1998, s. 6). Jeg har også valgt at indsætte et uddrag af, hvad Sofie sendte i forbindelse med en opgave, hvor de skulle sende et billede af et stykke tøj, de havde liggende i deres tøjskab, men som de ikke gik med og forklare hvorfor. Efterfulgt af eksemplet af Sofie, giver citatet af Sanne fra interviewet et indtryk af, hvordan netop tøj får en værdi for informanterne:



“(...) billede af nogle røde bukser fra Nike. (...) synes faktisk de er rigtig fede, men sandheden er, at jeg synes, de er underlige at have på, og jeg synes, jeg ser meget lav ud, når jeg har dem på. De har alligevel en sentimental værdi (...) synes jo egentlig de er meget mig, men gider ikke rigtig at have dem på jo.” (Sofie, Bilag 3, s. 7)

“(...) og så kan jeg virkelig godt lide, når nogle af mine veninder kommer og siger, ‘ej jeg så lige den her kjole og så kom jeg til at tænke på dig’. Det er fedt når nogen tænker på en, det betyder, at man har en personlig stil, og det synes jeg bestemt ikke alle har.” (Sanne, Bilag 5, s. 13-14)

Elementet mening fremgår, da både Sofie og Sanne tillægger det materielle en værdi og en følelse. Hos Sofie gør denne følelse, at hun ikke kan give bukserne videre, trods hun ikke går med dem. Citaterne viser, hvordan tøj, ud over at skabe en følelse, kan være identitetsskabende.



Ud over at kigge på, hvad informanterne valgte at sende, er det også interessant at kigge på, hvad de *ikke* valgte at sende:

“Ja altså jeg tænkte på, hvis jeg sendte dig et billede, hvor jeg slet ikke havde noget genbrug på, for så ville jeg få lidt dårlig samvittighed. (...) så vil jeg hellere sætte mig selv i det lys, som værende genbrugshopperen og det er jo egentlig ret interessant.”

(Sanne, Bilag 5, s. 18)

Citatet af Sanne fortæller, hvordan hun helst ville fremstå som ‘genbrugstypen’ og dermed sendte billeder, hvor hun havde genbrug på til trods for, at hun rent faktisk også køber og går i nyt tøj. Dette fund viser vigtigheden af, at det mobiletnografiske feltstudie ikke kan stå alene som metode, da det var i det opfølgende interview, Sanne fortalte dette. Ifølge Shove og Warde er mennesket i et moderne bysamfund kendt gennem deres præsenterede selv (Shove & Warde, 1998, s. 6). Dette involverer opmærksomhed på detaljer, der er understøttet af ens shoppingfund, hvor konsekvensen af den omfattende produktion ikke bliver indtænkt (Shove & Warde, 1998, s. 6). Det symbolske bliver betydningsfuldt, og dette skaber mening for forbrugeren. Personlig identitet kan komme til udtryk gennem en disciplineret afholdenhed, hvor man afviser den materielle kultur eller gennem vedtagelse af en grøn bevidsthed og engagement (Shove & Warde, 1998, s. 6). Shove og Warde mener dog, at man nærmest er tvunget til konstant at have et omfattende forbrug, da dette ses som en del af en kontinuerlig identitetsdannelsesproces og specialisering i det daglige liv (Shove & Warde, 1998, s. 6). Udviklingen af selvet understreger den vigtige rolle som kulturelle produkter spiller (her tænkes særligt på eksemplet på side 52 med de sociale medier som Facebook og Instagram), på bekostning af de praksisser som skaber sociale relationer som sammenhørighed, venskab og fællesskab (Shove & Warde, 1998, s. 6).

Citatet fra Simone og Ida nedenfor giver et overordnet indblik i informanternes årsager til at ville belønne sig selv med tøj:

“Jeg tror 100%, det er forbundet med en vane. Jeg synes næsten, jeg kan mærke det fysisk, hvis man for eksempel kommer ind i en butik, hvor man ofte har købt tøj, så vil man have mere. Altså den her ‘mere vil have mere’. Men hvis jeg siger til mig selv, ‘nu


må du ikke købe andet end fødevarer den næste måned' så bliver det næsten ikke noget problem. Men jeg kan sagtens føle den her afhængighed i kroppen." (Simone, Bilag 5, s. 4)

"(...) For eksempel hvis jeg har klaret mig rigtig godt i en eksamen, eller har opnået noget, eller hvis jeg har haft en hård arbejdsdag, uge eller måned, så kan jeg godt have følelsen af, 'jeg fortjener den kjole'." (Ida, Bilag 6, s. 10)

Følelsen af 'mere vil have mere' som Simone fortæller om, kan ses som den mekanisme Shove og Warde kalder for 'Diderot-effekten' (Shove & Warde, 1998, s. 7). Diderot-effekten handler kort fortalt om, at ens forbrug bliver påvirket af, at det tidligere forbrug skal matches med noget nyt, og på den måde bliver det forbrug for forbrugets skyld (Shove & Warde, 1998, s. 7). Har du for eksempel købt et par nye bukser, så skal du vel også have en top, der passer til. Er du blevet medlem af fitness, skal du vel have tøj, der passer til det. Det at anskaffe en ny ting leder ofte til en ren forbrugsfest.

En måde at gøre Diderot-effekten 'grøn' kan for eksempel gøres ved, at man som forbruger ser mening i, at ens tøj skal være bæredygtigt, og at man derfor stiller højere krav til sit tøjvalg. Dette kan føre til, at man ikke blot lader sig friste af det, der kaldes for 'fast fashion', som i eksemplet på side 48 med Simones shoppetur med sin søster. Shove og Warde (1998) fortæller, at "voluntary simplicity as a widely adopted and coherent style of life would make for a much more radical restriction of demand" (s. 7). Altså at folk frivilligt vil ændre sin livsstil til at gå mere op i enkelthed, vil skabe en mere radikal efterspørgsel. Dette synes stadig at være gældende den dag i dag, hvis man tager citatet af Rachel Kollerup i betragtning fra side 53, da hun mener, "(...) at der i begrænsningens kunst også ligger det udsøgte valg (...)" (Information, 2019). Meningen om at ens tøj skal være 'grønt' kan også relateres til det eksempel, der refereres til på side 49 angående Sofies yndlingskjole, som er købt fra en butik, der sælger nyt tøj, men som hun ikke ønsker at støtte længere, såfremt produktionen af tøjet ikke er 'grøn'.

Citaterne af informanterne i dette afsnit kan derudover også forklares ud fra den mekanisme, Shove og Warde (1998) kalder for 'Mental stimulation'. Social-psykologiske beretninger om forbrug forklarer, hvordan folk overkommer kedsomhed ved at søge nye produkter og nye fornøjelser, fordi det stimulerer forbrugeren, så man dermed undgår



kedsomhed (Scitovsky, 1976; Lane, 1991; Csikszentmihalyi, 1993). Sociologen Zygmunt Bauman forklarer i citatet nedenfor, hvordan forbrug frembringer et kort øjeblik af tilfredsstillelse:

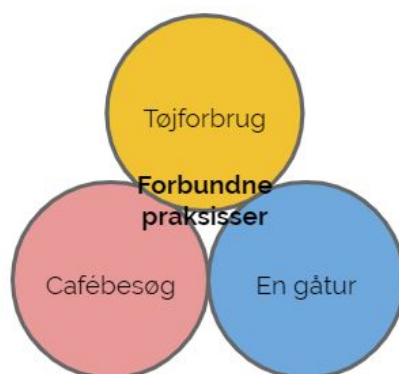
“As Freud pointed out before the onset of the consumer era, there is no such thing as the „state“ of happiness; we are happy only for a brief moment when satisfying a vexing need, but immediately afterwards boredom sets in.” (Bauman, 2001, s. 4)

I takt med at man ikke længere forstår forbrugeren som en såkaldt ‘economic man’, har forbrugerforskningen i stigende grad en mere kvalitativ tilgang til forbrugeren (Levy, 1959). Her er hele købs- og forbrugsprocessen blandt andet også blevet undersøgt i relation til oplevelsesmæssige og hedonistiske værdier for forbrugeren (Shove & Warde, 1998, s. 3). ‘Presset’ til at forbruge kan ligge i, at man skaber sin selvidentitet ved at tilføje nye genstande, og dermed fremviser sig på ny (Shove & Warde, 1998, s. 6). Som nævnt længere oppe kan forbruget tilnærme sig former for ‘grønt’ forbrug (Shove & Warde, 1998, s. 10). Hvis presset til at forbruge er drevet af ‘grønne’ genstande, er det relevant, at det er synligt for andre, at det er ‘grønt’, fortæller Kate Fletcher (Fletcher, 2014, s. 155). Hun trækker på et eksempel, Shove og Warde (1998, s. 10) skriver i deres studie, hvor de sammenligner indkøbet af solpaneler med loftisolering. Kate Fletcher sammenligner det med de tøjmærker, der er i tøjet (Fletcher, 2014, s. 155). De skal tydeligt signalere, at det er det grønne valg, man har taget. De to mekanismer; Diderot-effekten og social sammenligning kan også øge den hastighed, hvormed de samme ‘grønne’ genstande bliver forældede. Genstandenes sociale og fysiske holdbarhed er af reel betydning, da det betyder meget lidt, hvor ‘grøn’ ens kjole er, hvis den kasseres og udskiftes efter kun to år. Dette demonstrerer mekanismernes dobbelte rolle; de henviser både til valget mellem alternativer og til den hastighed, hvormed tingene udskiftes og smides ud (Shove & Warde, s. 10). Derudover har andre sociale processer indflydelse på den faktiske funktion af mekanismerne. For eksempel har en kjole, grøn eller ej, sandsynligvis en længere levetid (måske endda med en enkelt reparation), hvis den gives som en gave, eller hvis den bliver fundet efter lang tids søgen. I dette, som i andre tilfælde (Appadurai, 1986; McCracken, 1988), ses måden man anskaffer sig en genstand ud til at ændre selve genstanden og dermed dens sociale holdbarhed.

Sammenfatning af delanalyse 2

Det overordnede spørgsmål for praksisteoretikeren handler om at kunne forklare, hvordan individer, der som udgangspunkt handler frit og spontant, alligevel handler koordineret i sociale ordener (Buch, 2017, s. 46). Ovenstående analyse tydeliggør, at informanterne (forbrugerne) både shopper af individuelle, sociale og materielle årsager, med funktionelle og lystdrevet motiver. Dette ses, når fokus både er på de tre elementer i Shove, Pantzar og Watsons sociale praksisteori (Shove et al., 2012), og på de fem mekanismer som Shove og Warde mener, der er med til at påvirke et usynligt forbrug (Shove & Warde, 1998).

Analysen tydeliggør, at der er forbundne praksisser, der har en betydning for udførelsen af tøjforbrugspraksissen, som forbrugerne i større eller mindre grad har indflydelse på. De tre elementer er under konstant forandring, og cirkulerer både inde for tøjforbrugspraksissen, men cirkulerer også mellem andre praksisser (Shove et al., 2012, s. 24). På baggrund af analysen illustreres det i figur 3, hvilke praksisser, der kan være forbundet. For eksempel forbinder informanterne shopping med praksissen cafébesøg med familie og venner, og praksissen en gåtur, som Sofie kalder for "kapitalisternes svar på en gåtur" (Sofie, Bilag 3, s. 9), når det ender med, at man også shopper undervejs. Informanterne italesætter producenterne, transporten, designerne og regeringen, som praksisser de i mindre grad har indflydelse på, hvilket derfor ikke fremstår i figuren nedenfor:



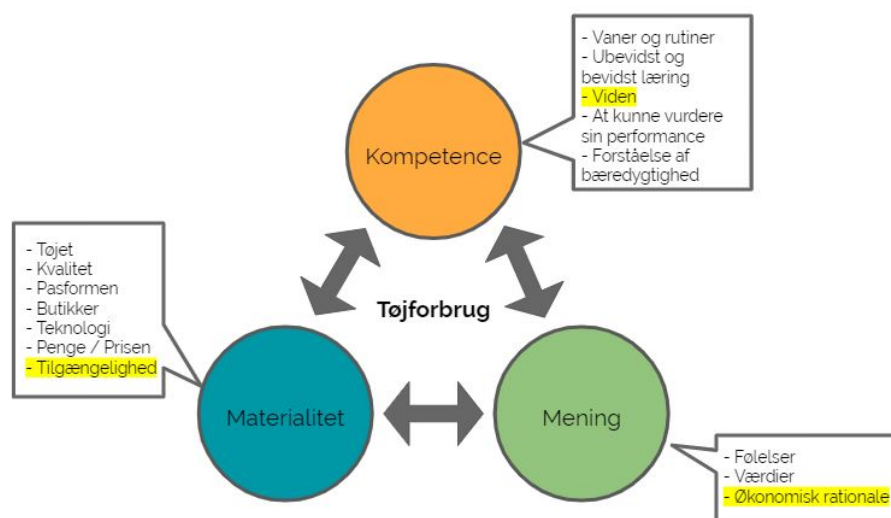
Figur 3 - Forbundne praksisser (egen figur med inspiration af Shove et al., 2012, s. 37 & 83)

Diskuterende delanalyse 3

Ændrings- og udviklingsmuligheder i praksis mod et bæredygtigt tøjforbrug

Denne sidste diskuterende delanalyse vil fremskrive de tre barrierer, der synes væsentlige for informanterne og deres udvikling af en bæredygtig tøjforbrugspraksis. Som skrevet i delanalyse 1 drejer barriererne om; tilgængelighed, prisen og håndterbar viden.


De tre barrierer repræsenteres i de tre elementer i praksis, som visualiseres i nedenstående figur 4. Tilgængelighed repræsenteres i elementet materialitet, prisen, man vil betale for en vare, repræsenteres i elementet mening, og håndterbar viden repræsenteres i elementet kompetence.



Figur 4 - De tre barrierer, som ses væsentlige i udviklingen af et bæredygtigt tøjforbrug (egen figur med inspiration af Shove et al., 2012, s. 29)

Tilgængelighed

Informanterne er som beskrevet interesserede i at nærme sig et mere bæredygtigt tøjforbrug. Dette kan dog forekomme som en udfordring, da informanterne ikke oplever, at det åbenlyse valg ligger i at vælge bæredygtigt, når det kommer til tøj. I forhold til køb af genbrugstøj, kan tilgængeligheden være en udfordring, hvis man søger noget specifikt eller en bestemt størrelse, hvilket kan være årsagen til, at informanterne vælger at købe nyt tøj. Citaterne nedenfor beskriver, hvordan informanterne Simone og Ida har svært ved at finde



nyt tøj, der er bæredygtigt, og selv når de forsøger, er det en udfordring at finde, såfremt man ønsker andet end sort og hvidt tøj:

“(…) Altså nu skulle jeg for nylig købe nye sokker, og her ville jeg gerne have nogle i økologisk bomuld og det var simpelthen så svært at opdrive. For jeg ville ikke kun have sorte og hvide sokker, jeg vil have nogle med mønstre og glimmer og det kunne bare ikke lade sig gøre. Jeg var helt chokeret og måtte gå på kompromis. Jeg fandt nogle med 60% økologisk bomuld, og dem fandt jeg på en tysk online hjemmeside.” (Ida, Bilag 6, s. 7)


“Jeg tror, der skal ske en omvæltning i forhold til, at det skal være et mere nemt og tilgængeligt valg at vælge bæredygtigt. Så jeg tror det skal ske på system basis med lovgivning, men selvfølgelig også støttes op af at forbrugerne efterspørger.” (Simone, Bilag 5, s. 17)

I citatet af Ida kommer det til udtryk, at hendes handlinger fraviger hendes ønskede adfærd, da der mangler alternativer. Elementet materialitet påvirker dermed hende til at udføre en handling, hun ikke ønsker, men som hun samtidig ikke kan undgå. I citatet af Simone efterlyser hun lovgivning, der kan være med til at fremme den bæredygtige udvikling, hvilket kan bidrage til, at forbrugerne vælger det bæredygtige produkt. Ifølge Shove et al. kan en undersøgelse af praksis danne grundlag for en forståelse af sociale fænomener på mikro-, meso-, og makroniveau (Shove et al., 2012, s. 12).

- De individuelle handlinger udføres på mikroniveauet
- Strukturering af regler udføres på mesoniveauet
- Dybt strukturelt niveau af tendenser og lovgivning udføres på makroniveauet

(Shove, 2002, s. 3)

Blandt informanterne er der enighed om, at regeringen i langt større omfang bør regulere lovgivning for tøjindustrien (Bilag 5, s. 17; Bilag 6, s. 13). Som skrevet udføres forbrugernes handlinger på mikroniveauet, og deres valg af bæredygtighed påvirkes af elementet kompetence og mening (Shove et al., 2012). Mikroniveauet formes af makroniveauets




strukturer, og derfor er der ifølge Shove et al. integreringer mellem mikroniveauets praksisser og makroniveauets materielle betingelser og diskurser (Shove et al., 2012, s. 12). Det er muligt gennem politiske indgreb at øge sandsynligheden for en ændring i elementerne i praksis (Shove et al., 2012, s. 146). Nationale og internationale politiske tiltag såsom lovgivning i forhold til forbud og afgifter kan for eksempel bidrage til en ændring af tøjforbrugspraksissen. Det kan dog diskuteres, hvor langt regeringen kan eller bør gå for at ændre individuelle adfærdsmønstre og manipulere forbrugernes ambitioner og ønsker (Shove et al., 2012, s. 141). Dog foregår meget af den manipulation, vi udsættes for i dagligdagen, som en ubevidst og automatisk del af vores adfærd (Shove et al., 2012, s. 3). Det er derfor ikke nødvendigvis etisk forkert at påvirke forbrugerne i en bæredygtig retning. Individuelle handlinger, som eksemplet med Sofie, der ikke ønsker at shoppe i en bestemt butik, fordi de ikke har bæredygtige produkter, kan omvendt påvirke og ændre strukturen, og dermed ændre den måde, hvorpå magten udøves både på meso- og makroniveau (Shove et al., 2012, s. 12). Mesoniveauet udgøres af blandt andet tøjbutikkerne, hvor designere, leverandører og producenter kan tage et aktivt valg om at vælge den bæredygtige løsning.

Prisen

Én udfordring er tilgængeligheden, og en anden er prisen. I forhold til køb af genbrugstøj handler det rigtig meget om, at prisen skal være den rigtige, hvis informanterne skal vælge at købe genbrug. Dette ses særligt vigtigt såfremt at informanterne skal gå på kompromis i forhold til størrelse, farve eller lignende. Dog ses prisen også som relevant i forhold til at vælge at købe bæredygtigt tøj fra nyt. Sanne og Sofie fortæller nedenfor:

“Og så handler det også rigtig meget om prisen på den bæredygtige vare. Der er bare stor forskel i forhold til prisen på en trøje fra H&M. Ja, jeg tror måske mere, jeg kigger på farve og pris, end jeg kigger på materiale og produktionen bag for at være ærlig.”
(Sanne, Bilag 5, s. 10)

“Men når man så finder en kollektion, hvor det er lavet på genanvendelige materialer, så er problemet, at det er rigtig dyrt.” (Sofie, Bilag 5, s. 15)



Elementet mening kommer til udtryk gennem det økonomiske rationale, da for eksempel Sanne italesætter dette som betydningsfuldt for udførelsen af praksissen. Dermed påvirker elementet mening udførelsen af praksis, såfremt Sanne vurderer, at hun hellere vil prioritere prisen frem for materiale og produktion, og dermed købe den billigste udgave ud fra sit økonomiske rationale. Som skrevet længere oppe er informanterne alle studerende, og det kan diskuteres, om en højere løn vil ændre deres nuværende tøjforbrug. Dette kan både føre til et større forbrug, men kan også nærme sig en mere bæredygtig garderobe, da informanterne således vil få råd til det tøj, som de finder dyrt.


Håndterbar viden

Fælles for alle informanterne er, at de oplever en udfordring i at gøre den viden, der er omkring tøjets belastning på klimaet, mere håndterbar, konkret og dermed gøre det bæredygtige valg til det åbenlyse valg. I de fleste tilfælde i dag er der mulighed for at gennemskue om kaffen eller chokoladen eksempelvis har et 'fairtrade'-mærke og dermed er ansvarligt produceret. Dog oplever informanterne fortsat, at det er svært at gennemskue, når det omhandler tøj. Dette kan for eksempel gøres ved de mærker, der er i tøj (Fletcher, 2014, s. 155), således at tøj tydeligt signalere, at det er det grønne valg, man har taget.

“Jeg kan godt forstå, at hvis det for eksempel er blevet lavet i Kina, så er der nok en ret stor transport forbundet med det, men så stopper det også der. Altså hvad er det for et CO2 aftryk jeg laver, når jeg køber det her, det er ikke så håndterbart. (Sofie, Bilag 5, s. 10)

“Jeg køber ikke pels, men ellers må jeg være ærlig og sige, at jeg ikke er så bæredygtig i mit tøj. Jeg tror simpelthen ikke, jeg ved nok om det for at være ærlig. (...) Altså jeg blev da pludselig i tvivl om, om der er forskel på bæredygtigt og det, at der står klimavenligt. Generel en forståelse af, hvad det vil sige at være bæredygtig, og hvad jeg konkret kan gøre i min hverdag. Hvor meget kan genbruges og laves om til andre ting i forhold til sit tøj.” (Sanne, Bilag 5, s. 10 & 17)


Som nævnt i delanalyse 1 er det overordnede indtryk af informanternes forståelse af bæredygtighed, at det er komplekst og noget, der er udfordrende at definere, hvilket derfor



kan gøre det svært for informanterne at efterleve i praksis. Trods deres nuværende viden og tilgang til bæredygtighed føler informanterne stadig, at de mangler indsigt i tøjets konsekvenser for klimaet. På den anden side efterspørger de også mere konkret og håndterbar viden om, hvad de selv kan gøre i deres hverdag for at opnå et mere bæredygtigt tøjforbrug. Som citatet af Sanne indikerer, fører en ændring af forståelsen for bæredygtighed til en ændring af sammensætningen af elementerne i praksissen. Viden om tøjets belastning på klimaet hører under kompetence. Mere viden kan påvirke informanternes følelser og værdier, som hører under elementet mening, hvilket muligvis, men ikke nødvendigvis, vil føre til et andet forbrug, der hører under materialitet. Dynamikken mellem elementerne kompetence og mening anser jeg derfor fortsat som central for udførelsen af en bæredygtig tøjforbrugspraksis. I citatet af Sofie nedenfor nævnes den kompleksitet, der kan være i vejen for et bæredygtigt tøjforbrug, og særligt i forhold til køb af tøj i genbrugsbutikker, som hører under et bæredygtigt tøjforbrug:

“Jeg tror ikke, at folk ikke er opmærksomme på det her, men det er som om, at det er svært at overtale vores forældres generation til at omlægge hele deres måde at købe tøj på. Det er jo nærmest en omlægning. Jeg tror ikke min mor nogensinde vil købe i genbrug. Jeg tror, at det skal følge med et generationsskifte, og at det er os og dem efter os, der skal være med til at udbrede det.” (Sofie, Bilag 5, s. 17)

Ifølge Shove et al. handler det om at ændre den måde, forbrugeren tænker på samt vaner og rutiner, og dermed forbrugernes handlemønstre og strukturen omkring (Shove et al., 2012, s. 162). Alan Warde (2005) trækker på Bourdieus studier omkring 'smag' (Bourdieu, 1984[1979]). Bourdieu forsøgte at forbinde æstetiske domme som smag til positioner i det sociale rum ud fra idéen om, at anerkendelse, og kampen for denne, er et centralt anliggende i menneskers liv (Bourdieu, 1984[1979]). Bourdieu (1984[1979]) påviste, at den fysiologiske smagssans er påvirkelig af kultur og social status. Disse smagspræferencer kan dermed være forskellige fra individ til individ inden for samme kultur og fra kultur til kultur. Som jeg anser det, kan man dermed lære at holde af genbrug, hvis det er socialt og kulturelt attraktivt. Netop genbrug er på vej mod at blive kulturelt attraktivt, da flere og flere generationer får øjnene op for genbrug (Berlingske, 2019). Men noget kan tyde på, at det



kræver et paradigmeskifte, og som Sofie fortæller i interviewet, er det “os og dem efter os, der skal være med til at udbrede det” (Sofie, Bilag 5, s. 17).


Imens dette speciale tager sin udformning, rammes Danmark af COVID19, og den 11. marts 2020 tager Statsminister Mette Frederiksen et historisk skridt og lukker Danmark ned (DR Kultur, 2020). Omfattende butikslukninger og stribevis af konkurser er den fremtid, modebranchen kan se i horisonten. Det er den direkte konsekvens af coronakrisen, da talrige butikker var tvunget til at være lukket fra midten af marts 2020 og frem til midten af maj 2020 (DR Kultur, 2020). Krisen tydeliggør, at vaner kan ændres, såfremt de skal. Shoppeturene blev skiftet ud med TV-hygge og gåture på afstand. I denne periode begyndte folk også at hamstre mad i store mængder. Mad er vigtigt for vores overlevelse, det er tøj ikke, såfremt vi har noget i forvejen. Ifølge Sarah Skarum, der har skrevet om modebranchen i 20 år, er tøj intet værd, så snart der kommer noget nyt i butikkerne - hvilket der, som skrevet i problemfeltet, gør helt op til 24 gange årligt (Forbrugerrådet Tænk, 2020):

“Det vil sige, at når der kommer noget nyt, så er der også noget, der bliver gammelt. (...) fordi butikkerne har haft lukket i seks uger, så er tøjet ikke noget værd (...) rigtig meget tøj har ikke en længere levetid end engangsservice, som man køber i Irma.” (DR Kultur, 2020)

Alt imens branchen beder om hjælp til overlevelse, så mener Sarah Skarum, at tiden er inde til at gøre op med en usund branche: “(...) Vi har ikke brug for redningspakker til det nuværende system. Vi har brug for omstilling. Brug krisen som afsæt til det.” fortæller Sarah i et interview med Politiken (Politiken, 2020).

Sammenfatning af diskuterende delanalyse 3

Informanterne i dette speciale udviser alle i større og mindre grad kompetence til at vurdere en passende bæredygtig tøjforbrugs-performance, men deres valg af tøj styres fortsat i højere grad af elementerne materialitet og mening. Jeg tolker, at trods informanterne har mulighed for at foretage de ændringer, det kræver for at opnå et mere bæredygtigt tøjforbrug, tillægger informanterne ansvaret til de sociale og materielle omstændigheder samt til meso- og makroniveauet. Analysen viser, at ens handlinger i praksis skal løftes op på



et bevidst plan, så man aktivt modarbejder forbrugsfesten. Ovenstående analytiske fund tydeliggør dermed, at alle samfundsniveauerne har et ansvar for at fremme den bæredygtige udvikling. I sidste ende handler det om at se mennesker som praktikere i stedet for forbrugere, og derfor interessere sig for praksis, hvis man vil forstå og fremme den bæredygtige udvikling. Ifølge Shove et al. ligger kilden til ændret adfærd i udviklingen af praksis, da praksis opstår, opretholdes og opløses, når forbindelser mellem elementerne skabes eller brister (Shove et al., 2012, s. 21).


KONKLUSION

Jeg har via et mobiletnografisk feltstudie og opfølgende fokusgruppeinterview undersøgt, hvordan bæredygtighed praktiseres i tøjforbrug hos seks mellemgrønne forbrugere. Derudover har jeg undersøgt, hvilke barrierer der begrænser dem i at fremme et bæredygtigt tøjforbrug. Informanternes tøjforbrugspraksis er blevet analyseret ud fra Elizabeth Shove, Mika Pantzar og Matt Watsons sociale praksisteori (2012), og har derfor haft fokus på elementerne; materialitet, kompetence og mening, der alle har betydning for udførelsen af praksis (2012).

På baggrund af den analyserede empiri kan det konkluderes, at alle informanterne i større eller mindre grad praktiserer bæredygtighed i deres tøjforbrug. Dette fremgår blandt andet ved, at informanterne er interesseret i, at det tøj de køber (nyt som brugt), skal bruges og ikke blot hænge i et skab. Derfor er det vigtigt for nogle af informanterne, at det de køber skal matche med tøj, de allerede har derhjemme til at sikre, at de får det brugt. I det mobiletnografiske feltstudie fremgår det, hvordan informanterne vælger at bruge og købe tøj, der kan være multifunktionelt og dermed bruges til flere situationer, og på den måde forlænger de tøjets levetid. Informanterne vælger derudover at købe størstedelen af deres tøj i genbrugsbutikker. Købet af genbrug er ikke kun præget af et ønske om bæredygtighed, men et sammenspil mellem miljø og klima, at spare penge og at finde noget unikt. Ydermere ses bæredygtighed i måden informanterne benytter sig af den cirkulære tankegang i forhold til deres tøj. Dette ses blandt andet ved, at de giver deres aflagte tøj en ny værdi, for eksempel i form af en klud. Derudover sender de deres brugte tøj til genbrugsstationer i stedet for at smide det ud til storskrald, hvor det ender på forbrændingen.


Til trods for at informanterne allerede praktiserer bæredygtighed i deres tøjforbrug, har de samtidig et ønske om at tilnærme sig et mere bæredygtigt tøjforbrug. I analysen fremgår det, at der særligt er tre barrierer, der begrænser informanterne i at fremme et bæredygtigt tøjforbrug; tilgængelighed, prisen og håndterbar viden.

For det første kan det være svært for informanterne at finde tøj, de ønsker at bruge, som ligeledes er bæredygtigt. Derfor kan dette ende ud i et mindre bæredygtigt stykke tøj, og derfor er det særligt relevant, at det bæredygtige tøj er tilgængeligt. Ligeledes ses tilgængeligheden som en barriere ved genbrugsshopning. Dette fremgår ved at



informanterne vælger butikker med nyt tøj, såfremt genbrugsbutikkerne ikke har den præcise vare, informanterne leder efter. For det andet fremgår det, at prisen på det bæredygtige tøj - nyt som brugt - skal være prissat ud fra tøjet kvalitet, størrelse og udtryk, såfremt informanterne skal vælge tøjet. Tredje og sidste barrierer er, at informanterne mangler håndterbar viden. Kompetencen til at vurdere og handle bæredygtigt, afhænger af informanternes viden og forståelse af bæredygtighed. Det overordnede indtryk af informanternes forståelse af bæredygtighed er, at det er komplekst og noget, der er udfordrende at definere, hvilket kan gøre det svært for informanterne at efterleve i praksis. I analysen fremgår det, at informanternes valg af tøj i højere grad styres af elementerne mening og materialitet. Dette ses blandt andet ved, at følelsen og den værdi tøjet kan give informanterne ses som betydningsfulde for deres valg af tøj, hvilket hører til elementet mening. Ligeledes skal prisen informanterne vil betale for tøj, matche tøjets kvalitet, pasform og udtryk, der hører under elementet materialitet. Derfor anses dynamikken mellem elementerne kompetence og mening som central for at fremme en bæredygtig tøjforbrugspraksis.

Informanterne mener, at både meso- og makroniveauet bør tage et større ansvar for disse barrierer, således at informanterne kan vælge den bæredygtige udvikling som det åbenlyse valg. Derfor kan løsningen på at fremme et bæredygtigt tøjforbrug ikke kun findes i den individuelle adfærd, men derimod om et samspil mellem meso- og makroniveauet. Til at promovere en bæredygtig livsstil kan politiske initiativer derfor være nødvendige. Analysen tydeliggør, at disse initiativer bør være forankret i en forståelse for, hvilke praksisser og sammenhængende praksisser, der er med til at danne en bæredygtig livsstil, samt hvad der holder praksis sammen. Mit fokus i dette speciale er primært på mikroniveauet, og her kan der argumenteres for, at tøjforbruget holdes i live, da det blandt andet forbindes med samvær med familie og venner. Dermed er det sociale netværk med til at sprede og opretholde praksis og dette ses til trods for, at informanterne ikke altid ser mening i, at samværet skal tage udgangspunkt i forbrug. Dermed opretholdes tøjforbruget så længe, det enten giver mening for informanterne, eller de personer der er betydningsfulde for dem. Derudover fremgår det, at informanternes tøjforbrug ligeledes udføres mere eller mindre ureflekteret, da tøjforbruget er rutinerede og hverdagspræget handlinger. Det mobiletnografiske feltstudie har bidraget til, at informanterne reflekterede over deres tøjforbrug, og derfor argumenteres der for, at tøjforbrugspraksissen skal løftes op på et





bevidst plan, førend forandring finder sted i praksis. Såfremt ens tøjforbrugspraksis ikke er løftet op på et bevidst plan, fremgår det i analysen, at de fem mekanismer af Shove og Warde (1998), bidrager til usynligt forbrug hos informanterne og dermed kan være med til at eskalere forbruget. Analysen demonstrerer, hvordan de fem mekanismer, kan tilnærme sig former for 'grønt' forbrug, da informanterne godt kan gå med til at vælge et bæredygtigt produkt frem for et andet. Dette forudsættes dog, at det er tilgængeligt, og at prisen matcher deres økonomiske rationale. De fem mekanismer henviser både til valget mellem alternativer og til den hastighed tøjet udskiftes og smides ud. At gå fra at tænke "jeg har ikke noget at tage på", til "jeg har noget at tage på" er en lang læringsproces. Der findes ikke ét argument for, hvordan udviklingen af et bæredygtigt tøjforbrug kan finde sted, da det er et komplekst scenarie at sammenfatte, hvad der er udslagsgivende for dette. Der er mange tiltag, der skal implementeres både på mikro-, meso- samt makroniveau, og derfor er det en fælles indsats, der skal til, før forandringer finder sted. Men årsagen til at forbruge tøj varierer for den enkelte forbruger fra situation til situation, og dette skyldes, at forbruget ikke er forankret i individet, men i tøjforbrug som praksis.




LITTERATURLISTE

- Albrechtsen, A., Pedersen, M., Pedersen, N. F. & Jensen, T. W. (2017). *Mobile Probes: Exploring the Work Processes and Everyday Life of Danish*, SAGE Publications Ltd.
- Alvesson, M. (2003). *Methodology for close up studies – struggling with closeness and closure*. Kluwer Academic Publishers.
- Appadurai, A. (1986). *The Social Life of Things: commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press.
- Bauman, S. (2001). *(Un)happiness of Uncertain Pleasures*. Sociologisk Arbejdsrapport Nr. 10. Aalborg Universitet.
- Blomhøj, U., Duva, U., & Ørnrngreen, R. (2011). *Mobile probes in mobile learning*. Aarhus Universitet.
- Bourdieu, P. (1984[1979]). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1990). *The Logic of Practice*. Cambridge: Polity Press. (or. ed. 1980).
- Buch, A. (2017). *Praksisteori og arbejdslivsforskning*. 19(4), s. 36-50. Tidsskrift for arbejdsliv, 2017.
- Brundtland-rapporten, (1987): *Vores fælles fremtid (Originaltitel: Our common future)*. Brundtland-kommissionens rapport om miljø og udvikling.
- Cox, D. A., Cox, D., & Anderson D. R. (2005). *Reassessing the pleasures of store shopping*. Journal of Business Research 58(3), s. 250-259.
- Csikszentmihalyi, M. (1992). *Flow: the psychology of happiness*. Rider.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles - Design Journeys*, Second edition. Routledge.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Cambridge: Polity Press.

- 
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-identity*, Cambridge: Polity Press.
- Gundelach, P. & Hauge, B. (2012). *For klimaet skyld?*, Dansk Sociologi nr.1/23.
- Halkier, B. (2001). *Kan Pragmatisme være Analytisk? Studiet af Miljøhensyn i Forbrug som Eksempel*. Roskilde Universitetsforlag.
- Halkier, B. (2006). *Fokusgrupper*, Samfundslitteratur, Roskilde Universitetsforlag.
- Halkier, B., & Jensen, I. (2008). *Det sociale som performativitet - et praksisteoretisk perspektiv på analyse og metode*. Dansk Sociologi Nr. 3/19. årg.
- Hansen, H. T., (2020). *Bæredygtige dagligvareindkøb - Et praksisperspektiv på det bæredygtige forbrug i hverdagspraksissen dagligvareindkøb*. Institut for Kultur og Læring, Aalborg Universitet (København). Speciale.
- Hedemand, L. K., Jensen, C. J. Q., Kristensen, S. S. & Wiberg, S. (2017). *Den Implicitte Bæredygtighedspraksis*. København, Institut for Læring og Filosofi, Aalborg Universitet.
- Hulkko, S., Mattelmäki, T., Virtanen, K., & Keinonen, T. (2004). *Mobile probes*. In Proceedings of the Third Nordic Conference on Human-Computer Interaction (NordCHI '04), s. 43–51. New York, NY: ACM.
- Husmer, L., & Jensen, M. L. (2003). *Miljø og forbrugeradfærd - En oversigt over erfaringer omkring påvirkning af forbrugernes adfærd i relation til at inddrage miljøhensyn ved indkøb*. Miljøprojekt Nr. 870. Miljøstyrelsen.
- Janghorban, R., Latifnejad Roudsari, R., & Taghipour, A. (2014). *Skype interviewing: the new generation of online synchronous interview in qualitative research*. International Journal Of Qualitative Studies On Health And Well-Being, 9, 24152.
- Kemmis, S., Wilkinson, J., Edwards-Groves, C., Hardy, I., Grootenboer, P. & Bristol, L. (2014). *Changing practices, Changing education*. Springer.

- 
- Kvale, S. (1997). *InterView: En introduktion til det kvalitative forskningsinterview*. København, Hans Reitzels Forlag.
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Interview - Introduktion til et håndværk*. København, Hans Reitzels Forlag.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *Interview. Det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (3 udg.), København, Hans Reitzels Forlag.
- Lane, R. E. (1991). *The Market Experience*. Cambridge University Press.
- Levy, S. J. (1959). *Symbols for sale*. Harvard business review 37(4), s. 117-124.
- McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: new approaches to the symbolic character of consumer goods and activities*, Bloomington, Indiana University Press
- Nguyen, F. N. & Budolfson, M. G. K., (2020). *Jeg shopper, derfor er jeg*. Kandidatstudiet Kommunikation, Aalborg Universitet. Speciale
- Nicolini, D. (2009). *Articulating practice through the interview to the double*. Management Learning.
- Nielsen, C., Gregersen M. & Preus, N. (2017). *Millennials fremtidens forbrugere*. Markedsanalyse, forbrugerøkonomi & statistik. Landbrug og Fødevarer.
- Reckwitz, A. (2002). *Toward a Theory of Social Practices. A Development in Culturalist Theorizing*. European Journal of Social Theory, 2 (5), s. 243-263.
- Røpke, I. (2009). *Theories of practice - new inspiration for ecological economic studies on consumption*. Ecological Economics.
- Schatzki, T. R. (1996). *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Schatzki, T. R. (2002). *The Site of the Social. A Philosophical Account of the Constitution of Social Life and Change*. Pennsylvania State University Press.

- 
- Schatzki, T. R. (2010). *The timespace of human activity: On performance, society, and history as indeterminate teleological events*. Lanham: Lexington
- Schatzki, T. R. (2016). *Praxistheorie als flache Ontologie*, Hilmar Schäfer (red.) Praxistheorie. Ein soziologisches Forschungsprogramm, Bielefeld: Transcript.
- Scitovsky, T. (1976). *The Joyless Economy: an inquiry into human satisfaction and consumer dissatisfaction*. Oxford University Press.
- Shove, E. (2002). *Sustainability, system innovation and the laundry*. Department of Sociology. Lancaster University.
- Shove, E. (2003). *Changing human behaviour and lifestyle: a challenge for sustainable consumption?* Lokaliseret den 28.03.2020 på:
<https://pdfs.semanticscholar.org/43b5/5262e13068b3317fac7a3bf34e4d4ef10481.pdf>
- Shove, E. & Pantzar, M. (2005). *Consumers, Producers and Practices: Understanding the invention and reinvention of Nordic walking*. Journal of Consumer Culture, 1(5), s. 43-64.
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamic of social practice. Everyday life and how it changes*, London: SAGE Publications Inc.
- Steier, F. (1991). *Research and reflexivity. Inquiries in social construction*. London: Sage
- Tauber, E. M. (1972). *Why do people shop?* Journal of Marketing 36(4), Sage Publications, Inc. på vegne af American Marketing Association, s. 46-49.
- Thagaard, T. (2007). *Systematik og indlevelse. En indføring i kvalitativ metode*. (O. L. Henriksen, Ovs.) Akademisk Forlag.
- Warde, A. (2005). *Consumption and theories of practice*. Journal of Consumer Culture 5(2), s. 131–153
- Watson, D., Trzepacz, S. & Pedersen, O. G. (2018). *Kortlægning af tekstilflows i Danmark*. Miljøprojekt nr. 2017, Miljøstyrelsen.

Links @

Berlingske, (2019). *Mens detailhandlen lider, boomer salget af genbrugsvarer*. Lokaliseret den 22.04.2020 på: <https://www.berlingske.dk/virksomheder/mens-detailhandlen-lider-boomer-salget-af-genbrugsvarer>

Concito, (2019). *Stort potentiale i cirkulære tekstilstrømme*. Lokaliseret den 22.04.2020 på: <https://concito.dk/nyheder/stort-potentiale-cirkulaere-tekstilstroemme>

Coop Analyse, (2019). *Se stigningen i kødfri dage fra 2010 til 2019*. Lokaliseret den 26.04.2020 på: https://coopanalyse.dk/analyse/02_459-koedfri-dage-2010-2019/

Cykelforbundet, (2019). *Et politisk vink med en vognstang: Danskerne vil cyklen*. Lokaliseret den 26.04.2020 på: <https://www.cyklistforbundet.dk/aktuelt/lige-nu/danskerne-vil-cyklen/>

Danmarks Naturfredningsforening, (2020). *Klima*. Lokaliseret den 19.05.2020 på: https://www.dn.dk/vi-arbejder-for/klima/?gclid=CjwKCAiAg9rxBRADEiwAxKDTuhprwMVbai4NYxJcJswNwXw-7EVnL9HXvcYtP_aSwcuB0C0TKfu-fRoCrm4QAvD_BwE

Danmarks Statistik, (2019). *Folketal*. Lokaliseret den 30-04-2020 på: <https://www.dst.dk/da/Statistik/emner/befolkning-og-valg/befolkning-og-befolkningsfremskrivning/folketal>

Danmarks Statistik, (2019a). *It-anvendelse i befolkningen 2019*. Lokaliseret den 27.05.2020 på: <https://www.dst.dk/da/Statistik/Publikationer/VisPub?cid=29449>

DR Kultur, (2016). *Forbrugeren vil shoppe med god samvittighed: Men hvor er de etiske bukser?* Lokaliseret den 27.04.2020 på: <https://www.dr.dk/nyheder/kultur/forbrugeren-vil-shoppe-med-god-samvittighed-men-hvor-er-de-etiske-bukser>

DR Kultur, (2020). *Slut med at shoppe amok i nyt tøj? Krisen kan ændre dine usunde tøjvaner*. Lokaliseret den 21.05.2020 på: <https://www.dr.dk/nyheder/kultur/slut-med-shoppe-amok>

-i-nyt-toej-krisen-kan-aendre-dine-usunde-toejvaner?fbclid=IwAR0-GU6KpOpjpVgzvpOy0V5lgO8_DA2gtVUSXWP2jvkuYiocl2eBcWzvlg

Forbrugerrådet Tænk, (2020). *Tøj: Sådan skader produktionen*. Lokaliseret den 26.04.2020 på: <https://taenk.dk/test-og-forbrugerliv/mad-og-indkoeb/nyt-toej-saadan-skader-produktionen>

Information, (2019). *Vi skal købe mindre tøj og passe bedre på det, vi allerede har*. Lokaliseret den 20.04.2020 på: <https://www.information.dk/debat/2019/02/koebe-mindre-toej-passe-bedre-paa-allerede>


Information, (2020). *Hvis tøjbranchen skal være bæredygtig, skal den producere 20 gange mindre*. Lokaliseret den 20.04.2020 på: https://www.information.dk/indland/2020/02/toejbranchen-vaere-baeredygtig-producere-20-gange-mindre?utm_source=emaillet%20artikel&utm_medium=email&utm_campaign=send%20til%20ven

KEFM, (Klima- Energi- og Forsyningsministeriet), (2020). *Parisaftalen 2015*. Lokaliseret den 28.05.2020 på: <https://kefm.dk/klima-og-vejr/klimaforhandlinger/parisaftalen-2015/>

Lancaster University, (2020). *Professor Elizabeth Shove*. Lokaliseret den 07-02-2020 på: <https://www.lancaster.ac.uk/sociology/people/elizabeth-shove>

Manchester1824, (2020). *Prof Alan Warde*. Lokaliseret den 20.05.2020 på: <https://www.research.manchester.ac.uk/portal/alan.warde.html>

Politiken Debatindlæg, (2020). *Formanden for Forbrugerrådet Tænk: Vi har brug for en handlingsplan for at mindske tøjspild*. Lokaliseret den 28.03.2020 på: <https://politiken.dk/debat/debatindlaeg/art7622021/Vi-har-brug-for-en-handlingsplan-for-at-mindske-t%C3%B8jspild>



Politiken, (2020). *Sarah Skarum: Nej, modebranchen skal ikke reddes. Den skal ændres.*
Lokaliseret den 20.03.2020 på: <https://politiken.dk/forbrugogliv/art7764764/Nej-modebranchen-skal-ikke-reddes.-Den-skal-%C3%A6ndres>

Tovejs, (2016). *3 situationer, hvor det er relevant at bruge probes som spørgemetode.*
Lokaliseret den 28.02.2020 på:
<https://tovejs.dk/2016/12/02/probes-som-spoergemetode/>

Trendsales, (2020). *Trendsales: Secondhand fashion.* Lokaliseret den 30.04.2020 på:
<https://trendsales.dk/>

UN, (2020). *Verdensmålene.* Lokaliseret den 08.05.2020 på:
<https://un.dk/da/om-fn/verdensmaalene>

UN, (2020a). *Mål 12 - Ansvarligt forbrug og produktion.* Lokaliseret den 08.05.2020 på:
<https://un.dk/da/om-fn/verdensmaalene/maal-12/maal-12-ansvarligt-forbrug-og-produktion>

UN, (2020b). *17 Goals to Transform Our World.* Lokaliseret den 08.05.2020 på:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/>

Veras Vintage, (2020). *Veras.* Lokaliseret den 18-05-2020 på: <https://verasvintage.dk/>

Verdensmål, (2020). *Verdens vigtigste plan.* Lokaliseret den 08.05.2020 på:
<https://www.verdensmaal.org/>

Via Ritzau, (2019). *Danskernes digitale indkøbskurv for 2019 bugner: Onlineshopping vokser med mere end 7 mia. kr.* Lokaliseret den 18-05-2020 på:
<https://via.ritzau.dk/pressemeddelelse/danskernes-digitale-indkobskurv-for-2019-bugner-onlineshopping-vokser-med-mere-end-7-mia-kr?publisherId=4450455&releaseId=13579400>

Vibsmø, (2020). *Blog om bæredygtighed.* Lokaliseret den 21-05-2020 på:
<http://vibsmo.dk/blog-3/>



BILAGSOVERSIGT

Bilag 1 - Præsentation af mobil-opgaverne

Bilag 2 - Interviewguide

Bilag 3 - Mobilstudie gruppe 1

Bilag 4 - Mobilstudie gruppe 2

Bilag 5 - Transskription af interview 1 (Skype)

Bilag 6 - Transskription af interview 2

TØJFORBRUG - KØB ELLER BRUG?

af Stud.mag. i Læring og Forandringsprocesser Camilla Juhl Q. Jensen

12. juni, 2020



Fotokilde: Vibsmø, 2020

Resume

Denne artikel tager udgangspunkt i en specialerapport, der via den digitale metode 'Mobile Probes' efterfulgt af gruppeinterview, har undersøgt hverdagspraksissen vedrørende tøjforbrug hos seks mellemgrønne forbrugere. Tøjindustrien er den fjerdestørste klimasynder lige efter transport, fødevarer og boliger, men undersøgelser viser, at der er en nærmest naturlig tendens for Danmarks befolkning at fylde tilværelsen med flere og flere ting. Denne artikel vil derfor belyse det paradoks, der ligger i, at viden og handling ikke går hånd i hånd, samt hvilke barrierer der kan begrænse forbrugerne i at fremme et bæredygtigt tøjforbrug. Artiklen trækker på forskning af sociolog Elizabeth Shove, der specifikt har fokus på bæredygtighed og klima, samt forbrugssociolog Alan Warde, der i flere år har udført omfattende undersøgelser om forbrug. Artiklens budskab er, at årsagen til at forbruge varierer for den enkelte forbruger fra situation til situation, hvilket skyldes at forbruget ikke er forankret i individet, men i tøjforbrug som aktivitet.




HVORFOR AL DEN FOKUS PÅ TØJFORBRUG?

Langt de fleste af Danmarks befolkning er i dag klar over, at klima er en vigtig dagsorden, hvilket viser sig ved, at flere og flere har taget miljø- og klimavenlige tendenser til sig de seneste par år (Danmarks Naturfredningsforening, 2020). For eksempel lever hver tiende dansker mindst halvdelen af ugen uden kød (Coop Analyse), og gennem de seneste par år er den danske cykeltrafik steget (Cykelforbundet, 2019). Begge tendenser begrundes med en øget miljø- og klimabevidsthed, men trods disse forbedringer lader det til, at vi glemmer en vigtig klimasynder - nemlig tøj.

En undersøgelse lavet af Miljø- og Fødevarerministeriet i 2018 viser, at tøjindustrien er den fjerdestørste klimasynder lige efter transport, fødevarer og boliger (Watson et al., 2018). Trods denne viden er det fortsat en nærmest naturlig tendens at fylde tilværelsen med mere og mere tøj. Danmarks tekstilforbrug har nemlig gennem en årrække ligget på omtrent 85.000 tons om året, hvilket svarer til hele 15 kg/person (Concito, 2019). Trods gode initiativer, der er med til at forlænge tøjets levetid som for eksempel genbrugs byttestationer, genbrugsbutikker og loppemarkeder, sendes der fortsat store mængder af tekstil til forbrænding i stedet for at blive genbrugt. Klima-analytiker Tobias Johan Sørensen fortæller i november 2019, at husholdningerne står for hele 88%, mens det private erhverv og den offentlige sektor hver repræsenterer 6% (Concito, 2019). Derfor har specialerapporten undersøgt hvilke barrierer, der begrænser forbrugerne i at fremme et bæredygtigt tøjforbrug og denne artikel vil belyse nogle af de perspektiver, specialerapporten fandt frem til.

VIS MIG DIT TØJFORBRUG


Jeg har i forbindelse med mit speciale fulgt seks kvinder i fem dage, hvor de viste og beskrev hverdagspraksissen tøjforbrug gennem en digital metode, der kaldes 'Mobile Probes' (Albrechtsen et al., 2017). Metoden blev brugt til at få kvinderne til at producere selv-dokumenterede materiale ved at svare på i alt syv opgaver, der blev sendt til deres mobiltelefon. Opgaverne gik ud på at få et indblik i kvindernes måder at shoppe nyt tøj (nyt såvel som genbrug), samt deres måder at bruge deres tøj på. Efter de fem dage blev mobilstudiet efterfulgt af gruppeinterviews, hvor kvinders tøjforbrug yderligere blev uddybet. Kvinderne repræsenterer mellemgrønne forbrugere, da de svarer til de konvertible og tilgængelige miljøforbrugere, som køber bæredygtigt i form af økologisk eller



miljømærkede produkter en gang imellem (Husmer & Jensen, 2003, s. 32). Grundet kvindernes alder anses de som fremtidens købestærke forbrugere, da de flytter hjemmefra, får børn og får et fuldtidsarbejde (Nielsen et al., 2017).

Specialerapporten viser, at trods kvindernes interesse for miljø og klima, shopper de fortsat i mængder, de ikke selv mener at have brug for. Der er særligt tre barrierer, kvinderne finder relevante, at regeringen tager op til debat, såfremt det åbenlyse valg skal være at vælge bæredygtigt. Den første barriere drejer sig om tilgængelighed. Kvinderne beskriver, hvordan de har svært ved at finde nyt tøj, der er bæredygtigt, og selv når de forsøger, er det en udfordring at finde, såfremt man ønsker andet end sort og hvidt tøj. For eksempel var en af kvinderne på jagt efter sokker i økologisk bomuld, og hun ville ikke nøjes med sorte og hvide sokker, hun ville have glimmersokker, som moden dikterer det. Hun endte i sin søgen med at måtte gå på kompromis med 60% økologisk bomuld. Den anden barriere er, at når kvinderne har fundet en bæredygtig kollektion, så viser det sig at være alt for dyrt i forhold til, hvad de vil betale for tøj. Dermed begrundes prisen på det bæredygtige tøj med kvindernes valg om at købe tøj i fast fashion kæder som for eksempel H&M og Gina Tricot. 'Fast fashion' kan forstås lidt ligesom fastfood - det er masseproduceret tøj, afhænger af moden, standardiserede størrelser, lav kvalitet og sælges til billige penge (Fletcher, 2014). Den sidste barriere, som måske kan forklare, hvorfor viden og handling ikke går hånd i hånd, skal findes i deres forståelse af bæredygtighed. Det overordnede indtryk af kvindernes forståelse er, at det er komplekst og noget, der er udfordrende at definere, hvilket derfor kan gøre det svært at efterleve i praksis. Kvinderne mener ikke, at den viden, der er omkring tøjets klimaaftryk, er håndterbar. De kan simpelthen ikke regne ud, hvad det gør for klimaet, at de køber tøj. Dette kan for eksempel gøres ved, at de mærker der er i tøjet tydeligt signalere, at det er det grønne valg, man har taget.

Frem mod 2030 er dagsordenen for FN-landene at sætte os på kurs mod en mere bæredygtig udvikling for både mennesker og planeten, vi bor på (UN, 2020). Den bæredygtige udvikling skal opnås gennem Verdensmål, der i alt udgør 17 konkrete mål, hvoraf Verdensmål 12 handler om 'Ansvarligt forbrug og produktion' (UN, 2020a). Der står blandt andet i Verdensmål 12, at "Menneskehedens ressourceforbrug er enormt, men meget af forbruget er rent faktisk helt unødvendigt" (UN, 2020). Det er muligt at butikkerne og regeringen på sigt imødekommer de tre barrierer informanter mener, der skal til for, at bæredygtighed




bliver det åbenlyse valg, men hvis tiltagene formår at fastholde overforbruget, bliver en vigtig læring overset, nemlig at vi bør have et mindre tøjforbrug generelt.

HVORFOR KØBER VI TØJ, NÅR KLIMAET RÅBER PÅ HJÆLP?

I dag er der bred enighed om, at forbrugerens motivation for at shoppe tøj kan være drevet af andre aspekter end nytte, og med den udvidede forståelse af forbrugeren følger adskillige forsøg på at begrebsliggøre forskellige motivationer eller tilgange til shopping, som forbrugere kan have (Tauber, 1972; Cox et al., 2005). Sociolog Elizabeth Shove arbejder specifikt inden for en praksisteoretisk tilgang med fokus på bæredygtighed og klima (Lancaster University, 2020), og sammen med forbrugssociologen Alan Warde er de frontløber med antagelsen om, at en stor del af menneskers forbrug er hverdagspræget, ordinært og baseret på rutiner (Shove, 2003; Warde, 2005). Tøjforbrug viser sig netop at være hverdagspræget, ordinært og baseret på rutiner. Tøjforbrug forbindes nemlig med en vane, en trang til at belønne sig selv med noget nyt og en jagt efter noget unikt. Ønsket om forbrugsholdbarhed er ikke længere det primære fokus for forbrugeren, men nærmere glæden ved at være socialt deltagende. Er man interesseret i at undersøge tøjforbrug, er man derfor nødt til at undersøge de hverdagspraksisser, der er relaterede til tøjforbrug. Tøjforbrug er for eksempel forbundet med en cafétur eller gåtur med familie og venner, der udvikler sig til, at man kommer hjem med nyt tøj. Modens nye fristelser møder os alle vegne, selv når vi skal ud og handle ind til aftensmad eller blot er på cafébesøg med familie og venner, kan vi blive fristet af tilbudsskiltene, vi møder på vores vej. Men ifølge Sarah Skarum, der har skrevet om modebranchen i 20 år, er tøj intet værd, så snart der kommer noget nyt i butikkerne (Forbrugerrådet Tænk, 2020). Tidligere udkom der 2-4 tøjkollektioner om året, men i dag udkommer der helt op til 24 kollektioner årligt, hvilket betyder, at moden skifter konstant og ligeledes gør det noget ved vores forbrug. I dag er tøj ikke kun forbundet med en nytte vare, men ses som en forbrugsvare, som forbrugeren køber og skiller sig af med efter kort tid. En gennemsnitlig dansker bruger kun sit tøj halvt så meget som for bare 15 år siden, og det billigste tøj bruges kun 7-8 gange (Forbrugerrådet Tænk, 2020).

Shove og Warde argumenterede i 1998 for, at særligt fem mekanismer kan påvirke os til at have et usynligt forbrug og dermed være med til at eskalere tøjforbruget, hvilket mit studie viser stadig gør sig gældende, når tøjforbruget begrundes af kvinderne. Kort fortalt handler det om, at; 1) vi sammenligner os med andre, 2) vi forsøger at skabe vores selvidentitet, 3) vi



har brug for mental stimulering, 4) forbrug avler forbrug (også kaldet Diderot-effekten) og 5) vores deltagelse i det daglige liv gør det nærmest nødvendigt at forbruge. Disse fem mekanismer ses blandt andet i specialerapporten som værende årsagen til, at kvinderne forbruger og skyldes hovedsageligt at deres tøjforbrug udføres mere eller mindre ureflekteret.

VEJEN MOD ET BÆREDYGTIGT TØJFORBRUG

Vejen mod et bæredygtigt forbrug er vigtigere end nogensinde før, da klimaudfordringerne er "(...) 'the greatest long-term challenge facing the human race'" (Shove et al., 2012, s. 140). Dette forekommer særligt udfordrende, da effekten af vores handlinger kræver, at vi ændrer vores sociale måde at handle på, altså vores hverdagspraksisser.

Der er mange aspekter og holdninger til, hvad et bæredygtigt tøjforbrug indebærer, og derfor findes der ikke en entydig definition. Men ifølge professor i Sustainable Fashion på London College of Fashion Kate Fletcher (2014), der har arbejdet med mode og bæredygtighed i mere end to årtier, er bæredygtigt tøjforbrug centreret omkring emotionel bæredygtighed og særligt gennem individuelt tilpassede løsninger til forbrugeren. Det kan siges, at Fletcher (2014) mener, at et bæredygtigt tøjforbrug er lig med et mindre tøjforbrug, og at det handler om at spørge sig selv, hvor meget tøj man egentlig har brug for, og indtænke hvordan man kan bruge de ting, man allerede har (Fletcher, 2014, s. 139-161). At skabe et langsommere og mindre forbrug er mangesidet, men Fletcher (2014) mener, at vi går mod mere uformelle måder at leve på, hvor man ikke vil efterspørge specielle genstande at have på til specielle kontekster; arbejde, sociale arrangementer, med flere. Mobilstudiet viser, hvordan kvinderne netop vælger at bruge og købe tøj, der kan være multifunktionelt og dermed bruges til forskellige situationer. For eksempel skal en kjole kunne bruges til finere brug, men skal også kunne bruges med jeans og en strik ud over til mindre fint brug. Mobilstudiet var generelt med til at skabe refleksion hos kvinderne omkring deres eget tøjforbrug, og særligt én af kvinderne blev opmærksom på den tankeproces, der går i gang, når hun står overfor et nyt fund og ikke ved om hun skal købe det: 1) Kan det her passe ind i farvepaletten i min garderobe? 2) Hvilken lejlighed kan jeg have det på til? 3) Hvad kan jeg parre det med? 4) Hvilke tre stykker tøj i min nuværende garderobe, kan jeg se det her nye stykke tøj passe med? Denne artikel argumenterer for, at ens tøjforbrug skal løftes op på et bevidst plan


førend, at man kan reflektere over sine handlinger og foretage forandringer i praksis, hvilket dette er et eksempel på.

Den bæredygtige udvikling er hverken nem eller magelig, og ifølge designer og selvstændig forsker Rachel Kollerup, er det i begrænsningens kunst, der ligger det udsøgte valg og “at det kan bringe værdien tilbage i tøjet – til fordel for næste uges flygtige ‘must have’.” (Information, 2019)

At gå fra at tænke “jeg har ikke noget at tage på”, til “jeg har noget at tage på”, er en lang læringsproces, og det er et komplekst scenarie at definere, hvad der er udslagsgivende for, at denne forandring kan finde sted. Årsagen til at forbruge varierer for den enkelte forbruger fra situation til situation, hvilket skyldes, at forbruget ikke er forankret i individet, men i tøjforbrug som praksis. Der findes derfor ikke ét argument for, hvordan udviklingen af et bæredygtigt tøjforbrug kan finde sted. Men én ting er sikkert, det er en fælles indsats, der skal til, før forandringer finder sted.

REFERENCER

- Albrechtsen, A., Pedersen, M., Pedersen, N. F. & Jensen, T. W. (2017). *Mobile Probes: Exploring the Work Processes and Everyday Life of Danish*, SAGE Publications Ltd.
- Concito, (2019). *Stort potentiale i cirkulære tekstilstrømme*. Lokaliseret den 22.04.2020 på: <https://concito.dk/nyheder/stort-potentiale-cirkulaere-tekstilstroemme>
- Coop Analyse, (2019). *Se stigningen i kødfri dage fra 2010 til 2019*. Lokaliseret den 26.04.2020 på: https://coopanalyse.dk/analyse/02_459-koedfri-dage-2010-2019/
- Cox, D. A., Cox, D., & Anderson D. R. (2005). *Reassessing the pleasures of store shopping*. Journal of Business Research 58(3), s. 250-259.
- Cykelforbundet, (2019). *Et politisk vink med en vognstang: Danskerne vil cyklen*. Lokaliseret den 26.04.2020 på: <https://www.cyklistforbundet.dk/aktuelt/lige-nu/danskerne-vil-cyklen/>
- Danmarks Naturfredningsforening, (2020). *Klima*. Lokaliseret den 19.05.2020 på: https://www.dn.dk/vi-arbejder-for/klima/?gclid=CjwKCAiAg9rxBRADEiwAxKDTuhprwMVbai4NYxJcJswNwXw-7EVnL9HXvcYtP_aSwcuB0C0TKfu-fRoCrm4QAvD_BwE

- 
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles - Design Journeys*, Second edition. Routledge.
- Forbrugerrådet Tænk, (2020). *Tøj: Sådan skader produktionen*. Lokaliseret den 26.04.2020 på: <https://taenk.dk/test-og-forbrugerliv/mad-og-indkoeb/nyt-toej-saadan-skader-produktionen>
- Husmer, L., & Jensen, M. L. (2003). *Miljø og forbrugeradfærd - En oversigt over erfaringer omkring påvirkning af forbrugernes adfærd i relation til at inddrage miljøhensyn ved indkøb*. Miljøprojekt Nr. 870. Miljøstyrelsen.
- Information, (2019). Vi skal købe mindre tøj og passe bedre på det, vi allerede har. Lokaliseret den 20.04.2020 på: <https://www.information.dk/debat/2019/02/koebe-mindre-toej-passe-bedre-paa-allerede>
- Lancaster University, (2020). Professor Elizabeth Shove. Lokaliseret den 07-02-2020 på: <https://www.lancaster.ac.uk/sociology/people/elizabeth-shove>
- Nielsen, C., Gregersen M. & Preus, N. (2017). *Millennials fremtidens forbrugere*. Markedsanalyse, forbrugerøkonomi & statistik. Landbrug og Fødevarer.
- Shove, E. (2003). *Changing human behaviour and lifestyle: a challenge for sustainable consumption?*
- Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The dynamic of social practice. Everyday life and how it changes*, London: SAGE Publications Inc.
- Tauber, E. M. (1972). *Why do people shop?* Journal of Marketing 36(4), Sage Publications, Inc. på vegne af American Marketing Association, s. 46-49.
- UN, (2020). *Verdensmålene*. Lokaliseret den 08.05.2020 på: <https://un.dk/da/om-fn/verdensmaalene>
- UN, (2020a). *Mål 12 - Ansvarligt forbrug og produktion*. Lokaliseret den 08.05.2020 på: <https://un.dk/da/om-fn/verdensmaalene/maal-12/maal-12-ansvarligt-forbrug-og-produktion>
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. Journal of Consumer Culture 5(2), s. 131–153
- Watson, D., Trzepacz, S. & Pedersen, O. G. (2018). Kortlægning af tekstilflows i Danmark. Miljøprojekt nr. 2017, Miljøstyrelsen.