



GÖTEBORGS UNIVERSITET

”Det är ingen godkänd ursäkt att säga att man inte visste, då har man levt under en sten”

En kvalitativ studie om unga individers attityder kring ansvarstagande för
klimatförändringar inom klädindustrin

Jacob Engström

Göteborgs universitet, institutionen för globala studier

Examensarbete för kandidatexamen i Globala studier

Bachelor thesis in Global Studies

Vårterminen 2023

Handledare: Jenny Friman

Förord

Jag vill rikta ett stort tack till alla de personer som valde att ställa upp på de intervjuer som ligger till grunden för mitt arbete. Utan er villighet och engagemang hade detta inte varit möjligt.

Även ett stort tack till min handledare Jenny Friman som har bidragit med värdefull feedback och förslag på förbättringsområden. Utan hennes hjälp hade jag inte kunnat upprätthålla ett arbete med samma kvalitet. Likaså till mina kurskamrater som har gett mig mycket motivation och inspiration under denna intensiva period. Slutligen ett särskilt tack till UN Global Compact Network Sweden som hjälpte mig få upp ögonen för detta problem.

Göteborg i maj.

Tack,

Jacob Engström

Innehållsförteckning

ABSTRACT	4
BAKGRUND OCH PROBLEMFÖRMULERING	5
SYFTE, FRÅGESTÄLLNINGAR OCH AVGRÄNSNINGAR	7
AVGRÄNSNINGAR	7
TIDIGARE FORSKNING OCH TEORETISKT RAMVERK	9
TIDIGARE FORSKNING	9
TEORETISKT RAMVERK	13
METOD OCH ETISKA ÖVERVÄGANDEN	20
FORSKNINGSDESIGN	20
EMPIRISK METOD	21
ANALYTISK METOD	24
ETISKA ÖVERVÄGANDEN	27
ANALYS OCH RESULTAT	28
INDIVIDENS ANSVAR	29
DET KOLLEKTIVA ANSVARET	32
POLITISKT ANSVAR	36
DISKUSSION	38
SLUTSATS	41
ÅTERSTÅENDE UTMANINGAR OCH VIDARE FORSKNING	42
LITTERATURFÖRTECKNING	43
BILAGA 1 – INTERVJUGUIDE	47

Abstract

The clothing industry is a massive industry with millions of agents, which many times makes it hard to hold someone responsible for the industry's negative impact on the climate. By conducting 17 semi structured interviews, my aim with this study has been to examine young individuals' attitudes towards the responsibility for the clothing industry's climate change and how they believe it should be distributed. By examine the matter of responsibility I also discuss if there is a correlation between the individuals' attitudes and the increasing global consumption. I analyze my empirical data through a thematic analysis where three key themes were discovered through my theoretical framework: Individual responsibility, collective responsibility, and political responsibility.

My qualitative study shows that the interviewed individuals believed that the state should have the primary responsibility, since they are the one who behold the most power to drive change and affect a bigger collective. Meanwhile, individuals and clothing companies also have a responsibility in the matter. Although, the responsibility of individuals is mostly a moral responsibility concerning reducing one's clothing consumption and take part of the knowledge available regarding the clothing industry's contribution to climate change. It is easier looking at responsibility as some sort of network rather than a hierarchy. A network where all agents have some sort of responsibility and connection to each other, but where some agents have a greater responsibility than others.

Key words: Responsibility, individual attitudes, climate change, clothing industry

Bakgrund och problemformulering

Oavsett konsumtion utav nyproducerade kläder eller secondhand så är varje individ mer eller mindre involverade i klädindustrin. Denna massiva industri med miljontals aktörer gör det många gånger svårt att peka ut någon eller några som ansvariga för industrins fortsatta negativa klimatpåverkan (Amiri och Bonnier 2023). I denna kvalitativa studie kommer jag att undersöka unga individers attityder kring ansvarstagande för klimatförändringarna inom klädindustrin. Genom totalt 17 semistrukturerade intervjuer med unga vuxna kommer jag vidare att analysera detta genom en tematisk analys för att på så sätt förstå hur de ser på ansvarsfördelningen och vem som enligt dem har det primära ansvaret. Genom materialet kommer jag även undersöka ifall man kan förklara den globalt ökade klädkonsumtionen med individernas attityder om ansvar.

Klädindustrin är en industri som globalt sett har en avsevärt stor klimatpåverkan. Industrin är beräknad att stå för upp emot tio procent av de totala globala utsläppen av växthusgaser (Malmström 2022). Detta innebär att klädindustrin släpper ut mer växthusgasutsläpp än alla flygningar och sjöfarter som årligen görs globalt. I Sverige står konsumtionen av kläder och textilier för över fyra miljoner ton koldioxidutsläpp. En faktor som har bidragit till industrins ökade utsläpp är det som idag kallas för snabbmode, något som inte blev en integrerad del av industrin förens i början av 2000-talet. Sedan dess etablering har produktionen av kläder nästintill fördubblats och det produceras idag mer kläder till ett allt lägre pris. Något som sker på bekostnad av både människan och klimat. Konsekvent kräver denna ökade produktion av kläder idag över 79 miljarder kubikmeter vatten samt genererar över 92 miljoner ton avfall (Europakommissionen u.å.; Johannesson 2023).

Sett till industrins stora klimatpåverkan konsumerades det globalt sett förra året över 62 miljoner ton kläder, vilket är en siffra som förväntas öka. Om konsumtionen fortsätter i samma takt som idag är det beräknat att den globala klädkonsumtionen år 2030 kommer att vara över 102 miljoner ton (Mawgoud 2023). Den genomsnittliga konsumenten uppskattas idag konsumera mer än 60 procent mer kläder än vad gemeneman gjorde för 15 år sedan. För den svenska konsumentens del har klädkonsumtionen beräknats ökat med 40 procent sedan år 2000. Denna ökning innebär en årlig klädkonsumtion på cirka 13 kilogram (Malmström 2022). I takt med en ökad klädkonsumtion ökar således även produktionen av kläder, vilken beräknas vara dubbelt så hög som för 20 år sedan i takt med att kvalitén på det som produceras försämras.

Denna utveckling kan ses som en konsekvens av snabbmodets etablering inom industrin där kvalitén försämras för att kunna producera en större volym till ett lägre produktionspris, vilket leder till billiga kläder med kortare livslängd (ibid; Johannesson 2023).

Ny data visar ett samlat konsensus bland klimatforskarna. Hela 97 procent menar att vår tids klimatförändringar är antropogen, vilket innebär att människan och samhället ligger bakom uppkomsten och accelerationen av klimatförändringarna (California Institute of Technology, u.å.). Konsekvenserna utav klimatförändringarna förväntas vara katastrofala. Dessa förändringar kommer inte bara förändra samhällets sätt att producera och konsumera, den globala hälsan kommer uppskattningsvis att försämras samtidigt som miljontals människor kommer behöva lämna sina hem. Förenta nationernas klimatpanels sjätte syntesrapport (2023) redovisar att läget är värre än tidigare befarat och de konsekvenserna man tidigare förutspått förväntas hända tidigare än beräknat om ingenting görs (Jönsson, Jerneck och Arvidsson 2011, s. 166; IPCC 2023).

Enligt syntesrapporten från i år håller människan just nu på att misslyckas med att nå det uppsatta målet om en temperaturhöjning under två grader Celsius (IPCC 2023). På grund av rådande omständigheter och klimatförändringarnas fortsatta acceleration är det helt nödvändigt för klädindustrin att ställa om, eftersom den utgör en så pass stor del av de globala totala utsläppen av växthusgaser. För att en förändring ska ske krävs det att någon tar ansvar för klädindustrin och dess omställning (Munson, Kotcher, Maibach, Rosenthal och Leiserowitz 2021, s. 1). Idag läggs det bland annat ett stort ansvar på konsumenterna. Konsumenterna uppmanas till att köpa mindre nyproducerade kläder och bli mer uppmärksamma kring vad som är hållbart eller inte. Samtidigt som konsumenterna uppmanas till att förändra sin konsumtion är ofta hållbara klädföretag avsevärt dyrare än snabbmodet och de kläder som är billigare har med åren försämrats i kvalitén, två faktorer konsumenten inte kan tänkas ligga bakom (Sigurdsson 2020). Det kan därför tänkas råda en viss oklarhet vem det egentligen är som bör ha det primära ansvaret för klädindustrins omställning. För att få en djupare förståelse kring ansvarsfrågan kommer jag därför intervjua unga individer, som även räknas till konsumenterna, och hoppas genom dem få reda på deras bild och attityder angående ansvarsfördelningen. Genom individernas attityder kring ansvarsfrågan hoppas jag även kunna undersöka ifall denna fråga har någon koppling till den ökade konsumtionen av kläder.

Syfte, frågeställningar och avgränsningar

Som konstaterat i föregående kapitel är det en nödvändighet att klädindustrins ställs om, bort från de processer som bidrar till klimatförändringarna eftersom dess andel växthusgasutsläpp utgör en så pass stor del av det totala. Men en förutsättning för att denna omställning ska ske är att någon eller några kan hållas ansvarig för den. Då det är ett omdebatterat ämne vem det egentligen är som bör vara ansvarig för klimatförändringarna är mitt syfte, i relation till problemformulering, att ta reda på hur unga individer ser på ansvarstagandet för klimatförändringar inom klädindustrin. Syftet med arbetet är således att försöka navigera och föra en diskussion kring individernas syn och attityder gällande ansvarstagandet för klimatförändringarna inom klädindustrin. Genom att förstå individernas attityder kring ansvarstagandet är mina förhoppningar även att få en djupare förståelse kring vad som ligger till grund för den ökade konsumtionen av kläder och hur individer ställer sig bakom det. Följaktligen kommer följande frågeställningar att försöka besvaras:

- Hur ser unga individers attityder ut kring ansvarstagandet för klädindustrins klimatpåverkan?
- Hur kan vi, genom individernas attityder om ansvarstagande, förstå den ökade klädkonsumtionen?

Avgränsningar

Med särskilt fokus på klädindustrin är förhoppningarna att göra ansvarsfrågan mer begriplig och på en nivå som lämpar sig till mitt arbetes storlek. Jag är medveten om att ansvarstagandet kan te sig olika beroende på vilken fråga det handlar om, just eftersom debatten om klimatförändringar är så pass bred och komplex. Att fokus faller på klädindustrin beror primärt på att det är en av de industrier som globalt sett släpper ut mest växthusgaser per år och kan pekats ut som en av huvudfaktorerna till klimatförändringarna (Hibberd 2019, s. 383). På grund av industrins stora klimatpåverkan är det således en bra och skälig avgränsning som gör problemet med ansvarstagandet gällande klimatförändringar mer begripligt och greppbart. Det är även utav intresse att avgränsa mig till individernas syn på ansvarstagandet eftersom konsumenterna många gånger pekats ut som viktiga aktörer för klädindustrins nödvändiga förändring.

För att försöka besvara min valda frågeställning och uppnå arbetets syfte har jag totalt genomfört 17 semistrukturerade intervjuer med unga vuxna mellan 20 och 30 år. Det transkriberade materialet har sedan analyserats genom en tematisk analys. Forskningsdesignen utgår inom ramverket för en fallstudie då jag har fokuserat specifikt på ansvarstagandet gällande klimatförändringar inom klädindustrin, samt även eftersom jag väljer att se undersöka just ungas attityder till detta (Bryman 2018, s. 96). Anledningen till att jag valde att avgränsa mig till denna åldersgrupp beror på att unga vuxna ses som en viktig grupp för förändring i samhället, det är en grupp vars åsikter utgör en hög social relevans. Samma grupp kan även pekas ut som viktiga agenter inom miljöarbetet och det långsiktiga hållbarhetsarbetet, där av bör deras åsikter och ståndpunkter angående klimatförändringarna tas i beaktning. De är även en intressant grupp att undersöka eftersom de i kontrast till detta även är den grupp i samhället vars konsumtion av snabbmode är som högst. Unga vuxna kan också ses som den grupp som är mest influerade av de snabbt vändande trenderna, i jämförelse med andra åldersgrupper i samhället (Malmström, 2022; Wray-Lake, Flanagan och Wayne-Osgood 2010, s. 63).

Klimatpåverkan är ett begrepp vars exakta definition kan tänkas skilja sig åt beroende på vilken kontext begreppet används i. Därför är det relevant att förtydliga vad klimatpåverkan innebär i detta arbetes kontext. När jag i mitt arbete talar om klädindustrins klimatpåverkan syftar jag på de utsläpp av växthusgaser som ger upphov till klimatförändringarna. Alltså hur klädindustrin processer ger upphov till klimatförändringar och på så sätt har en viss typ av negativ klimatpåverkan (Naturvårdsverket u.å.). Fortsatt kan det även vara utav relevans att förtydliga vad jag mer specifikt menar med ansvarstagande och hur det används i detta sammanhang. Likt Iris Marion Youngs (2007) *Sociala förbindelsers ansvarsmodell* ser jag ansvarstagande som något framåtblickande (s. 212). Inom ramen för min studie syftar jag inte på vem som bör hållas ansvarig för en avslutad handling, alltså vem som bör hållas ansvarig för det som redan har hänt. Snarare syftar jag på vem som bör hållas ansvarig för anpassningen och mitigationen för klimatförändringarna som beräknas komma skall som konsekvenser av bland annat klädindustrins negativa klimatpåverkan. Ansvarit beskrivs således som en form av förebyggande handlingar snarare än att hållas skyldig för de klimatförändringar som redan har skett. Den ansvariga för omställningen kan däremot även tänkas vara den som anses vara skyldig för de klimatförändringar som redan har inträffat.

Tidigare forskning och teoretiskt ramverk

Tidigare forskning

Idag finns det ett stort antal vetenskapliga artiklar publicerade som diskuterar ansvarstagandet i relation till klimatförändringarna, vilka jag har använt för att ta fram mitt teoretiska ramverk. Vidare finns det även mycket data och forskning som visar på klädindustrins klimatpåverkan. Vad som däremot är begränsat är forskningen kring ansvarstagandet gällande klädindustrin och dess klimatpåverkan, och således anser jag att det finns en viss kunskapslucka att fylla inom mitt valda forskningsområde.

Som kort redovisat i min bakgrund och problemformulering finns det forskning som visar på att både konsumtion och produktion av kläder har ökat avsevärt sedan början av 2000-talet vilket kan sägas vara en bidragande faktor till vår tids klimatförändringar. Det är även konstaterat att klädindustrin är en av de industrier som utgör en större andel av det totala globala utsläppen av växthusgaser. Den forskning som berör ansvarstagande om klädindustrins klimatpåverkan berör till större delen företags sociala ansvar i frågan (CSR). Fortsatt finns det även mycket begränsad forskning kring individernas åsikter och attityder kring detta ansvar. Den begränsade forskningen kan även betraktas som äldre, då de flesta artiklarna utav relevans har publicerats i början av 2000-talet vilket betyder att de tillfrågade individerna har kunnat få ta del av ny kunskap som sedan dess har förändrat deras attityder. Nedan redovisas ett urval av den limiterade forskning och rapporter som berör ansvarstagandet kring klädindustrins klimatpåverkan.

Fixing Fashion: Clothing consumption and sustainability

Storbritanniens *House of Common's Environmental Audit Committee* lanserade år 2019 deras sextonde rapport om klädindustrins klimatpåverkan och konsumtion. I stora drag handlar rapporten om hur statliga program och policyer, klädföretag och civilsamhället kan och bör bidra till en hållbar utveckling med fokus på klädindustrin. Trots att rapporten i sig inte handlar om ansvarstagande så är det något som diskuteras i rapporten. För det första menar kommittén att hela klädindustrin måste frångå en linjär affärsmodell mot en mer cirkulär modell, som främjar återanvändande och lagning av kläder snarare än den subkultur de kallar för *throwaway fashion* som kan ses som en direkt konsekvens av snabbmodets framväxt (House of Commons, 2019).

Till följd av klädindustrins stora klimatpåverkan som riskerar att öka ännu mer menar granskningskommittén att staten har ett stort ansvar i att se till så klädindustrins klimatpåverkan sjunker. Staten bör stimulera klädindustrin på ett sådant sätt som gynnar de företag som arbetar för en förändring medan de företag som fortsatt ägnar sig åt en ohållbar produktion och försäljning bör få konsekvenser för deras handlingar. Detta kan till exempel te sig genom en högre koldioxidskatt för företag med en koldioxidintensiv produktion. I linje med en mer cirkulär affärsmodell bör staten även se till att det blir mer kostsamt att inte ställa om sin produktion i termer av nya lagförslag och regleringar (House of Commons 2019, s. 39). Fördelen med snabbmodet är att det ger konsumenterna en ständig upplevelse av något nytt, vilket kommittén menar kan ersättas av framväxten utav en delningsekonomi. Staten bör även här ha ett större ansvar i att genom skattesystemet göra det enklare för företag att upprätta instanser som underlättar för konsumenter att laga, återvinna eller återanvända gamla klädesplagg (ibid, s. 52). Slutligen menar kommittén att det inte enbart är produktionen som behöver ställas om, utan även klädkonsumtionen. Kommittén föreslår bland annat lektioner inom design- och klädreparation på grundskolan och som en del utav läroplanen för att konsumtionen på sikt ska minska (ibid, s. 40).

Det läggs även ett ansvar på klädföretagen att förändra processerna genom hela leverantörsledet eftersom den främsta klimatpåverkan sker under produktionen av kläderna (Fashion Revolution 2022, s. 107). Kommittén menar att klädföretagen besitter en särskild makt i kontrast till konsumenterna och kan kräva förbättrade miljöstandarder från sina leverantörer. Detta skulle i sin tur öka transparensen gentemot konsumenterna så de i sin tur enklare kan göra mer klimatmässigt medvetna val. Men även detta kräver visst statligt ansvarstagande i termer av att staten bör upprätta lagar som tvingar företagen att ställa högre krav och utföra granskningar på dess leverantörer (ibid, s. 114; House of Commons 2019, s. 59 – 60).

Apparel Consumer Behavior and Circular Economy: Towards a Decision-Tree Framework for Mindful Clothing Consumption.

Denna litterära studie visar på konsumentens viktiga roll i klädindustrins gröna omställning. De menar att en förändring av konsumtionsmönster- och attityder är helt nödvändigt för att klädindustrin ska kunna gå mot en cirkulär affärsmodell genom hela näringskedjan. Således läggs ett stort ansvar på individerna som konsumenter men även klädföretagen. De handlingar som har en störst positiv påverkan är att konsumera mindre och förlänga livslängden på de

kläder man konsumerar, vilket konsumenterna har en direkt kontroll över. Utöver konsumenternas handlingar finns det även ett behov att företagen ökar sin återvinning, minskar sin energianvändning och minskar mängden avfall. Däremot har även individen en viktig roll och direkt påverkan över det som krävs från företagen genom dess konsumtion, köpkraft och hur de behandlar sina kläder efter införskaffandet av dem (Patwary, Haque, Kharraz, Khanzada, Farid och Kumar 2022, s. 2 – 3).

Det finns ett starkt behov att frångå konsumtionen av snabbmodet för att en cirkulär klädindustri ska kunna realiserar, varpå konsumenterna och företag med stort socialt inflytande har ett större ansvar i att influera övriga konsumenter till mer hållbara konsumtionsmönster och val. Patwary et. al. (2022) menar att den typiska konsumenten idag väljer att bortse från klädindustrins negativa klimatpåverkan. Detta är något som inte endast beror på ignorans utan även på grund av att klädindustrin är en komplex och icke-transparent industri vilket resulterar i att konsumenterna saknar viss kunskap om dess klimatpåverkan men även till viss del kunskap om hur deras egen konsumtion påverkar klimatet. Om konsumenten har ett stort ansvar och ses som en viktig del i klädindustrins omställning är det relevant att förse dessa med den nödvändiga kunskap och information som krävs för deras del (s. 4 – 5).

På grund av denna komplexitet förlitar sig konsumenterna idag till stor del på klädföretagens rykte. Detta i relation till konsumenters ekonomiska förutsättningar anser Patwary et. al. (2022) att det är nödvändigt att skapa hållbart mode som kan konkurrera med snabbmodets framväxt, vilket skulle göra det enklare för konsumenterna att göra hållbara konsumtionsval (s. 5). Således läggs även ett stort ansvar på företagen att dels öka deras transparens och göra information om dess leverantörsled mer åtkomligt samt öka utbudet av prisvärt hållbart mode som kan konkurrera med snabbmodet. Fast att förändrade konsumtionsmönster är nödvändigt för att minska industrins klimatpåverkan läggs det även en stor vikt på hur konsumenterna hanterar och återvinner sina kläder efter deras inköp. Om konsumenter tillhandahålls nödvändig information om hållbar hantering av kläder som till exempel lagning och klädvård kan detta anses vara mer görbart för konsumenterna (ibid).

Fashion on Climate: How the fashion industry can urgently act to reduce its greenhouse gas emissions.

I McKinsey & Company och Global Fashion Agendas gemensamma rapport från 2020 menar även dem, liksom tidigare studie, att klädindustrins klimatpåverkan riskerar att öka om produktionen och konsumtionen fortsätter i samma takt som idag. Studien redovisar att 61 procent av omställningen bör inrikta sig på att förminska industrins utsläpp av växthusgaser, 18 procent på att förminska utsläppen bland företagets egna verksamheter och 21 procent på att uppmuntra hållbar konsumtion bland konsumenterna (McKinsey & Company och Global Fashion Agendas 2020, s. 9).

Det största ansvaret enligt rapporten läggs på klädföretagen. Dels behöver de öka sin transparens kring växthusgasutsläpp men också sätta upp vetenskapsbaserade mål för att minska dessa utsläpp. Detta är något som går utöver konsumentens makt, men däremot har konsumenterna en relevant roll i att sätta press på företagen genom att kräva mer hållbart mode. I linje med minskningen av växthusgasutsläpp behöver klädföretagen även gå mer mot en cirkulär affärsmodell vilket innebär klädesplagg med längre livslängd, som även är återvinningsbara med möjligheten att laga snarare än att slänga dem när plaggen blir slitna. Detta går hand i hand med behovet av hållbara produktdesigner och innovation vilket även på sikt skulle göra en grön omställning mer lönsam för företagen när de upptäcker billigare och innovativa sätt att producera mer hållbart (McKinsey & Company och Global Fashion Agendas 2020, s. 26).

Konsumenten besitter även ett visst ansvar genom att konsumera hållbart. Detta förutsätter däremot att konsumenterna har blivit tillhandahållna den information som krävs för att konsumenterna ska kunna veta vad som är hållbart eller inte, varpå företagen har ett ansvar att öka sin transparens om produktionen men även öka informationen om dess verksamhet. Likt Patwary et. al. (2022) redovisar även denna rapport att det finns ett behov från konsumenternas sida att bättre ta hand om de kläder som konsumeras så att det på så sätt kan användas längre. Gällande klädindustrins stora avfallsproduktion har konsumenterna också en viktig roll i att återvinna eller skänka bort de kläder som inte längre kan användas (McKinsey & Company och Global Fashion Agendas 2020, s. 28).

Avslutningsvis har även beslutsfattarna en viktig och övergripande ansvarsroll för klädindustrins omställning. För det första har beslutsfattarna en viktig roll i att se till så denna omställning inom klädindustrin realiserar och görs på rätt grunder genom lagförändringar och regelverk, som till exempel Europeiska unionens *Green Deal policy framework* från 2019. Som tidigare studier också har visat har beslutsfattarna även en viktig roll i att förenkla hållbar konsumtion och produktion (McKinsley & Company och Global Fashion Agendas 2020, s. 27).

Teoretiskt ramverk

När man talar om ansvarstagande kopplat till klimatförändringar finns det ett antal perspektiv kring frågan, som även kan tänkas diskuteras i relation till klädindustrin. Sett till tidigare forskning och publicerad litteratur går det att identifiera tre perspektiv på ansvarstagandet som är särskilt populära och mest använt inom miljöforskningen. Det är även dessa tre perspektiv som jag kommer att använda för att analysera min insamlade empiri för att kunna besvara mina frågeställningar. I detta kapitel förklaras det individuella ansvaret, det kollektiva ansvaret och det politiska ansvaret för klimatförändringar med hjälp av olika teoretiska koncept samt dess relevans till klimatförändringar inom klädindustrin.

Det sociala förbindelsens ansvarsmodell

Det finns olika förhållningssätt till vem som ska ta eller bör hållas ansvarig för klimatförändringarna och hur de ska bromsas. Enligt den *Sociala förbindelsens ansvarsmodell* är ansvaret delat (Young 2007, s. 209). Enligt denna modell är det de strukturella processerna i samhället som skapar orättvisor, varpå individer bär ett ansvar när de handlar och deltar i processer som ger orättvisa resultat. Det delade ansvaret skiljer sig från ett kollektivt ansvar på grund av att det delade ansvaret är ett personligt ansvar för de konsekvenser en grupp av personer har åstadkommit. Ansvaret enligt denna modell anses däremot endast genomförbart via kollektiva handlingar, eftersom det är svårt för en enskild individ att på egen hand förändra de strukturella processer som ger orättvisa resultat (ibid, s. 209 – 214). Young exemplifierar hur ansvaret i den sociala förbindelsens ansvarsmodell kan ta form i relation till klädindustrin där de strukturella orättvisorna skapar ojämlikhet och fattigdom. Däremot går det att applicera samma ansvarsmodell för den ekologiska hållbarheten och de strukturella processer som bidrar till klädindustrins negativa klimatpåverkan. Inom klädindustrin finns det miljontals aktörer som genom sina handlingar bidrar till och skapar processer som genererar i orättvisa resultat. Ingen

konsument eller aktör kan på egen hand förändra denna storskaliga industri genom att till exempel avstå konsumtion från ett visst företag. Om ett kollektiv av konsumenter däremot skulle gå ihop och tillsammans avstå konsumtion från detta företag kan man med större sannolikhet se på en strukturell förändring bort från de strukturella processerna så att följderna blir mindre orättvisa, vilket i detta fall innebär följder som inte har en lika stor negativ klimatpåverkan (ibid, s. 214).

I den sociala förbindelsens ansvarsmodell blir ansvaret i slutändan också ett slags politiskt ansvar, vilket i detta fall innebär ett offentligt och kommunikativt engagemang som koordinerar handlingar och processer till mindre orättvisa (Young 2007, s. 214). Detta ter sig till exempel genom att individer försöker påverka och övertyga andra om att klädindustrin kräver en omställning på grund av dess klimatpåverkan, och att man som ett kollektiv kan gå tillsammans för att förändra de institutioner och lagar som tillåter en sådan påverkan. De processer inom klädindustrin som har en negativ klimatpåverkan anses skapa en strukturell orättvisa eftersom alla individer inte har samma förutsättningar till anpassning. Eftersom resultatet är orättvist är således även själva processerna också det och kräver ett ansvarstagande för att de ska förändras (Larrère 2018, s. 433 – 436).

Enligt den sociala förbindelsens ansvarsmodell är ansvaret delat (Young 2007, s. 209). För att applicera detta på studiens kontext innebär det således att ansvaret för klädindustrins klimatpåverkan faller på de aktörer som genom sina handlingar är med och bidrar till de processer som skapar orättvisa resultat, vilket i detta fall är klimatförändringarna. Det kan tänkas finnas ett antal olika aktörer och handlingar. Till exempel konsumenterna som bidrar till resultaten genom dess klädkonsumtion, klädföretagen som ser till att produktionen fortgår och till sist de statliga institutioner som möjliggör dessa processer och dess orättvisa utfall. Vidare kan det kollektiva realiserandet av ansvaret te sig genom att man som grupp förändrar de processer som ger upphov till klimatförändringarna, vilket till exempel kan vara förändring av konsumtionsmönster eller åta sig nya företagspolicyer för produktion. Enligt denna teori är ansvaret i slutändan även ett politiskt ansvar genom offentliga och kommunikativa engagemang för att förändra processerna till mindre orättvisa resultat (ibid, s. 214). Detta går att tolka som en styrning underifrån, alltså att konsumenter påverkar andra konsumenter och aktörer med mer makt till att förändra deras handlingar som bidrar till de processer med orättvisa resultat.

Individuellt ansvar för klimatförändringarna genom det kollektiva

Genom Banks teori om det kollektiva ansvaret för klimatförändringar kan man dels identifiera vilka som är en del av det kollektiva ansvaret men vidare även identifiera vem eller vilka som också bör ha ett individuellt och moraliskt ansvar. Klimatförändringar är en konsekvens av kollektiva handlingar, men ett kollektiv där man även kan identifiera det individuella ansvaret. Individer är en del av de kollektiva ansvaret genom tre olika steg. Varpå de sedan kan hållas moraliskt ansvariga för sina handlingar genom ett kausalt och ett epistemologiskt tillstånd (Banks 2013, s. 42 – 43).

Det första steget i teorin är att räkna ut vilka individer som är en del av det kollektiva ansvaret, vilket en individ kan anses vara utifrån tre olika sätt. (1) Om man deltar i en kultur som rättfärdigar en viss typ av beteende som konsekvent bidrar till klimatförändringarna är man en del av det kollektiva ansvaret. Genom att som konsument konsumera kläder rättfärdigar man på så sätt klädindustrin och är en del av konsumerismen, vilket innebär att man rättfärdigar den kultur som upprätthåller ett ohållbart sätt att producera kläder. (2) Det andra sättet att vara en del av det kollektiva ansvaret är om en individ aktivt bidrar till det kollektiva resultatet. Detta innebär att en individ själv producerar växthusgasutsläpp, vilket en majoritet av den globala befolkningen gör genom exempelvis bilkörning. Detta är däremot ett steg som inte är lika självklart eller applicerbart på individerna som konsumenter inom klädindustrin då de kan tänkas ha indirekta snarare än direkta utsläpp med tanke på att det inte är de själva som producerar kläderna. (3) Slutligen kan en individ vara en del av kollektivet genom att individen inte deltar i aktiviteter som offentligt distanserar denne från kollektivets handlingar. Om en individ till exempel fördömer klädindustrin och dess klimatpåverkan men fortsatt bidrar till den genom konsumtion så deltar man inte aktivt i aktiviteter som distanserar individen från den. Om individen i stället fördömer klädindustrin och på grund av detta inte konsumerar nyproducerade kläder så är det mer relevant huruvida man deltar i aktiviteter där man distanseras från den kollektiva handlingen som i denna fråga berör klädkonsumtion (Banks 2013, s. 51 – 52).

Individerna i det kollektiva kan alltså sägas ha ett ansvar för de skador dess handlingar vållar. Trots att individuella handlingar kan ha en nästintill obefintlig påverkan till klimatförändringarna så bidrar ändå de individuella handlingarna till det kollektiva resultatet (Robertson 2021, s. 4 & 13). Däremot kan man argumentera för att klädkonsumenter emellertid

inte är direkt ansvariga för de klimatförändringar som sker på grund av produktionen av de kläder man konsumerar. Däremot rättfärdigar individen den ohållbara produktionen av kläder genom dess konsumtion och bidrar därav till det fortsatta problemet, vilket innebär ett indirekt ansvar för klädindustrins klimatpåverkan (Banks 2013, s. 56).

Vidare behöver inte en individ uppfylla samtliga steg för att anses vara en del av det kollektiva ansvaret, det räcker med att ett av de tre stegen uppfylls (Banks 2013, s. 51). Som en del av det kollektiva ansvaret kan en individ inte direkt hållas ansvarig för kollektivets handlingar eftersom det är en grupp individer som tillsammans bidrar till ett utfall. Däremot är det vardera individs separata handlingar som gör dem en del utav kollektivet. Att som enskild konsument fortsätta konsumera kläder kan sägas ha en låg betydelse för klimatförändringarna, men det är fortfarande en handling som bidrar till problemet (Robertson 2021, s. 6).

Om en individ genom sina handlingar ingår i det kollektiva ansvaret kan denna sedan även hållas individuellt och moraliskt ansvarig för klimatförändringarna genom kausala och epistemologiska tillstånd. En individ kan tänkas vara individuellt ansvarig genom det kausala tillståndet när denne har ett direkt bidrag till klimatförändringarna på ett sätt som är självförfällt och inte påtvingat. Detta kan vara genom exempelvis bilkörning eller på eget bevåg konsumera kläder. Det epistemologiska tillståndet handlar om en individs kunskap eller bristande kunskap kring konsekvenserna av de kollektiva handlingarna (Banks 2013, s. 53 – 55). En förutsättning för att ha kunskap kring klimatförändringarna är utbildning om dem. Eftersom denna utbildning och information kring klimatförändringarna finns redovisade för en klar majoritet av västvärldens befolkning kan därför en stor del således även hållas individuellt ansvarig genom det epistemologiska tillståndet. Då denna kunskap finns redovisad är individer även skyldiga till att veta om detta (ibid, s. 62; Robertson 2021, s. 8 – 9).

Om man inom det kollektiva ansvaret även besitter ett individuellt ansvar kan ansvaret därefter fördelas olika beroende på vilken typ av aktör man är i form av maktposition, social status eller ekonomiska tillgångar etcetera. Tre olika grupper av ansvar redovisas i fallande ordning: *Ordergivaren*, *Orderföljaren* eller *Supportern* (Banks 2013, s. 57). Ordergivaren kan tänkas vara den aktör med den största beslutsfattande makten, exempelvis en regering eller president. En sådan beslutsfattare besitter en större makt att påverka det kollektivets handlingar och besitter därav det största ansvaret. Vidare kan Orderföljaren efterlikna ett klädföretag eller en verkställande direktör för ett klädföretag. Denna grupp har likt ordergivaren också en större

makt att påverka men för en mindre grupp i det kollektiva, detta kan vara både inom företaget men också gentemot deras konsumenter. Orderföljaren handlar inom de system av lagar och regler som sätts upp utav ordergivarna och är således också en anledning till deras mindre maktbefogenheter. Graden utav ansvar beror alltså på till vilken utsträckning man har makten att påverka andra inom det kollektiva. Slutligen är supportern den grupp som besitter minst makt att kunna påverka det kollektiva av dessa tre steg och har därför minst ansvar i relation till ordergivaren och orderföljaren. En konsument kan tänkas vara en supporter. Genom det epistemologiska tillståndet borde supportern vara medveten om att dess individuella handlingar påverkar det kollektiva resultatet, bidrar de till problemet och har därav ett ansvar (ibid, s. 62).

Sett till klädindustrin kan individerna enligt denna teori tänkas vara en del utav det kollektiva ansvaret på främst två olika sätt, om man bortser från steget som innefattar individers direkta utsläpp. En individ kan tänkas vara en del av det kollektiva om denne aktivt deltar i den kultur eller sammanhang som rättfärdigar klädindustrin och dess klimatpåverkan (Banks 2013, s. 51). Ett tydligt exempel på en sådan kultur är konsumerism, där individer förväntas finna lycka, status och framgång genom en ökad konsumtion. Vidare är en individ en del av det kollektiva om individen inte aktivt distanserar sig från kollektivets handlingar, till exempel genom att avstå klädkonsumtion eller att arbeta för en reformering av klädindustrin (ibid, s. 51).

Slutligen kan de individerna som är en del utav det kollektiva ansvaret även anses ha ett individuellt och moraliskt ansvar för kollektivets handlingar, detta genom ett kausalt och epistemologiskt tillstånd (Banks 2013, s. 53). Individen i fråga kan hållas individuellt ansvarig när denna självmant väljer att till exempel konsumera kläder eller frivilligt utföra andra handlingar som bidrar till klädindustrins klimatpåverkan. Eftersom man som invånare i västvärlden kan förväntas ta del av den kunskap som finns om klädindustrins klimatpåverkan kan en individ även hållas individuellt ansvarig genom att det finns en skyldighet och förväntan kring individens kunskap om problemet.

Det politiska ansvaret enligt Sinnott-Armstrong

Den tredje teorin jag kommer att använda mig utav i mitt arbete är Sinnott-Armstrongs teori om det politiska ansvaret. Denna teori anser det vara mer realistiskt att ansvaret för klimatförändringarna förefaller det politiska, snarare än ett individuellt eller kollektivt ansvar. Detta innebär att individuella utsläpp så som individuella växthusgasutsläpp genom bilåkning

varken betraktas ha någon skada för andra individer eller är en direkt orsak till klimatförändringar. Det går enligt denna teori inte att spåra förhöjda temperaturer eller intensiva väderomslag tillbaka till en individs individuella handlingar (Sinnott-Armstrong 2005, s. 287 – 288 & 304). Det är regeringar och andra statliga institutioner som har ett ansvar, likt en skyldighet, att bekämpa klimatförändringarna eftersom de kan göra en verklig skillnad på grund av den maktposition de besitter i samhället. Klimatförändringarna är ett för stort problem för att individerna i samhället ska kunna bekämpa dem och således har de varken ett ansvar eller en skyldighet att göra detsamma. Enligt teorin är det således fortsatt försvarbart att köra bil eller konsumera nyproducerade kläder (ibid, s. 304).

Stater har ett så pass stort ansvar att individer inte ens bör tänka på hur de lever eller bör förändra deras livsstil så att den har en lägre negativ klimatpåverkan. Hur god tanken än är, eller hur miljövänligt en individ än lever så kommer detta inte stoppa klimatförändringarna eller den globala uppvärmningen. Inte heller kommer det rättfärdiga individens egentliga skyldighet, vilket är att se till så stater och regeringar brukar sitt ansvar för att förhindra klimatförändringarna från att ske (Sinnott-Armstrong 2005, s. 289 – 292 & 304). Individen har inget moraliskt ansvar i att förändra deras beteenden eller konsumtionsmönster. För att individens konsumtionsmönster ska anses vara legitima att förändra krävs det bevis för att det politiska ansvaret inte kan fortgå ifall individerna inte slutar konsumera (Kingston och Sinnott-Armstrong 2018, s. 184). I stället för att försöka förändra individens konsumtionsmönster eller inspirera andra att göra detsamma, bör individerna snarare lägga ett större fokus på att sätta press på de som faktiskt bör förändra de strukturella processer som leder till klimatförändringarna. Det handlar alltså om att ställa krav och sätta press på de politiska aktörer som har den faktiska makten och möjligheten att göra en verklig förändring (Sinnott-Armstrong 2005, s. 304 – 305).

Att lägga ett ansvar för klimatförändringarna på individen och dess konsumtionsmönster kan anses vara kontraproduktivt, eller att man ser bort från det faktiska problemet. Fast än att konsumtionen kan ses som en del av problemet är det regelverken och lagarna som möjliggör konsumtionen som är själva problemet. Det blir kontraproduktivt eftersom individer riskerar att tro att en förminskning av dess konsumtion räcker för att de ska ha utövat sin del av ansvaret. När ansvaret snarare bör te sig genom att sätta press på makthavarna och en strukturell förändring, de bakomliggande orsakerna till att den ohållbara konsumtionen fortfarande kan existera (Kingston och Sinnott-Armstrong 2018, s. 184 – 185).

I studiens kontext innebär ett politiskt ansvar att individerna inte bör eller kan hållas ansvariga för klädindustrins klimatpåverkan genom sin klädkonsumtion eller andra handlingar som rättfärdigar industrins påverkan. Detta på grund av individuella handlingar är så pass små i den större kontexten att vardera handlingar enskilt inte kan tänkas bidra till resultatet. För det andra besitter individerna för lite makt för att kunna göra någon verklig skillnad, en individ som avstår konsumtion kommer inte förändra klädindustrin. Snarare borde ansvaret ligga på en politisk nivå eftersom det är de som anses ha den största makten till att kunna påverka en större andel av civilsamhället, i kontrast till individernas makt (Sinnott-Armstrong 2005, s. 305).

Det individuella ansvaret

Den fjärde och sista teorin som kommer att appliceras på mitt arbete är Hillers teori om individens ansvar. Till skillnad från de ovan nämnda teorier om ansvar anses det enligt denna teori visst finnas ett orsakssamband mellan individuella handlingar och klimatförändringar, vilket betyder att individer bör och kan hållas ansvariga. Teorin ifrågasätter påståendet att individuella handlingar har ett obefintligt bidrag till klimatförändringarna. Om individuella handlingar så som att konsumera nyproducerade kläder eller köra bil inte alls bidrar till klimatförändringarna – vad är det i så fall som orsakar dem? (Hiller 2011, s. 349 – 350).

Genom att ställa individerna ansvariga för deras handlingar kan man även förespråka ett sätt för individerna att göra en skillnad som inte är obetydlig i frågan, vilket till exempel de anses vara enligt teorin om det politiska ansvaret (Se Sinnott-Armstrong 2005). Om en individ exempelvis avstår helt från att konsumera nyproducerade kläder blir dess handlingar inte helt obetydliga. Än mer när detta avståndstagande influerar andra att göra detsamma. I slutändan menar teorierna om individuellt ansvar att individer bör bli mer uppmärksamma om vilka konsekvenser deras handlingar har och genom att förändra deras handlingar visst kan göra en skillnad. En individs handlingar existerar inte i vakuum, således är en till synes icke-skadlig handling skadlig när en stor grupp individer gör detsamma. Det handlar om att individer bör bli uppmärksamma om deras handlingars konsekvenser och påverkningar och att de genom förändring av beteenden visst kan göra en skillnad (Hiller 2011, s. 365).

Kritiker till det individuella ansvaret, så som Sinnott-Armstrong (2005, s. 291), menar att det är oväsentligt för individen att ta ansvar för klimatförändringarna eftersom deras bidrag till det

är på en så pass liten skala. Men bara för att individers bidrag anses vara på en så pass liten skala att det knappast är spårbart innebär detta däremot inte att det är obetydligt. Ett litet bidrag till klimatförändringarna är endast obetydliga till dess att många små bidrag skapar en signifikant påverkan. Därav bör individen ta ansvar för sina handlingar eftersom dem bidrar till en större påverkan (Broome 2018, s. 122). Vad som däremot är viktigt att poängtera är att bara för att individen bör erhålla ansvar för sina handlingar betyder inte detta att man helt bör frånse det politiska ansvaret. Trots att teorier om individuellt ansvar ställer sig kritiska till ett politiskt ansvar i sin helhet, är det fortfarande viktigt att makthavare tar sitt ansvar för att se till så det sker en förändring. Individer bör även således ställa krav på dessa makthavare för att se till så en sådan förändring sker (Hiller 2011, s. 365).

Utifrån teorier om det individuella ansvaret kan individer hållas ansvariga för klädindustrins klimatpåverkan. Om individers handlingar inte bidrar till klimatförändringarna, vad är det i så fall som är bidragande? En individs konsumerande av kläder kan betraktas som en liten handling, men en liten handlingar behöver inte vara jämförbart med en obetydande handling. Särskilt inte när många små handlingar skapar ett större resultat, exempelvis många individers fortsatta överkonsumtion. Det individuella ansvaret handlar om att en individs konsumerande inte existerar i vakuum och bör ses som en orsak till klädindustrins klimatförändringar. Ansvaret utspelar sig därav genom handlingar som för individen bort från de aktiviteter som påverkar industrins klimatskadliga resultat (Broome 2018, s. 122; Hiller 2011, s. 365).

Metod och etiska överväganden

Forskningsdesign

Genom att tillämpa en kvalitativ forskningsdesign tillåter detta mig förstå motiven bakom ett visst beteende eller mönster. För mitt syfte och frågeställningar är det relevant att få en bild av de motiveringar som ligger till grunden för varför en individ tänker och agerar som den gör. Detta är även en av anledningarna till att jag inte har tillämpat en kvantitativ forskningsdesign, då jag genom den kvalitativa forskningsdesignen kan få mer djupgående och nyanserade svar. Kvantitativa forskare kritiserar emellertid kvalitativ forskning och menar dels på att de sällan om aldrig kan generaliseras utöver den kontext eller situation den grundar sig på. Däremot är inte syftet med mitt arbete att det ska vara generaliserbart, likt Bryman (2018, s. 485) menar även jag att mina respondenter inte är representativa för en hel population och resultaten ska i

stället generaliseras till teori. Det är viktigt att ha i åtanke att individers åsikter och världsbilder är subjektiva och det är därför svårt att generalisera en kvalitativ studie likt min till en hel population. Gällande generaliserbarheten är det snarare viktigt hur jag drar teoretiska slutsatser från den kvalitativa data jag har insamlat (ibid, s. 484 – 485).

Till mitt arbete har jag tillhandahållit ett abduktivt tänkande. Innan min insamling av data lät jag mig skapa en teoretisk förståelse kring olika världsbilder och åskådningar inom mitt valda forskningsområde, vilka olika teorier och perspektiv det finns kopplat till ämnet. Det är däremot resultatet och sammanställningen av mina intervjuer som styr utformningen av den slutgiltiga diskussionen och exakt vilka teorier som tillämpas för att förklara resultatet. Det är således studiens respondenters sociala verklighet och världsbilder jag ämnar förklara med hjälp av mitt teoretiska ramverk och analys, och inte min egen (Bryman 2018, s. 478 – 479). Däremot kan studien tänkas ha påverkats av mina egna värderingar (se *etiska överväganden*).

Empirisk metod

För insamlandet av data har jag tillämpat totalt 17 semistrukturerade intervjuer som empirisk metod och således har jag alltså ägnat mig åt en kvalitativ insamling av data. Denna tillämpning skedde på grund av flertalet anledningar. För det första ligger det i mitt intresse att få en djupare bild av respondenternas subjektiva åsikter och attityder, något som jag enklare kan förstå med hjälp av intervjuer snarare än om jag skulle använda mig utav enkäter eller observationer. Jag gavs också möjligheten att ställa följdfrågor vid ställen där det intresserar mig, vilket kunde ge mig en ännu djupare förståelse (Bryman 2018, s. 561). Genom semistrukturerade intervjuer tillämpades en förbered intervjuguide (se bilaga 1) med ett antal förberedda frågor och teman i syfte att ha något att falla tillbaka på men även för att se till så att intervjun uppfyller sitt syfte. Fördelen med en semistrukturerad intervju är att man inte behöver följa intervjuguiden helt och hållet och tillvägagången blir därav mer flexibel. Utrymme lämnades för att respondenterna med stor frihet skulle kunna utforma intervjun utifrån deras svar och intressen, något som även ökar möjligheterna för att få en så tydlig bild av deras subjektiva ståndpunkter som möjligt. Under intervjuerna har tonvikten således legat på respondenterna och hur deras uppfattning och tolkningar kring ämnet ser ut, vad de anser är relevant för att få en så bra förklaring av ett visst mönster eller beteende som möjligt (ibid, s. 562 – 563; Barriball och While 1994, s. 331).

En nackdel med semistrukturerade intervjuer, och intervjuer över lag, är att respondenterna kan tendera att forma sina svar utifrån vad de tror är det rätta svaret utifrån deras sociala kontext (Barriball och While 1994, s. 331). Att prata om ens egna klädkonsumtion i relation till klimatförändringar kan vara enligt många ett skamfyllt ämne då man skäms över sina handlingar. För att i största mån undvika detta problem var jag tydlig med att det inte fanns något under intervjun som var rätt eller fel. Att en intervjudeltagare i fråga har en hög klädkonsumtion behövde de inte se som skamfullt eftersom det i arbetets kontext inte kan ses som fel.

En förutsättning till en lyckad intervju är att intervjudeltagarna känner sig bekväma med att bli intervjuade. Vilket var till min fördel då deltagarna av intervjuerna valdes ut genom ett bekvämlighetsurval men som även till viss del har varit ett målstyrt urval. Jag anser att min omgivning består av intressanta och lämpliga personer till min studie och därav kunde jag tillämpa ett bekvämlighetsurval. Att jag hade möjligheten att vända mig till personer i min omgivning beror dels på att den består till större delen av personer med varierande konsumtionsmönster, sysselsättningar och åldrar inom ramen för min åldersbegränsning (Bryman 2018, s. 244). Det målstyrda urvalet tillämpades för att se till så att de tillfrågade personerna valdes i enlighet med mitt forskningsområde och att det fanns en lämplig variation i representationen. Trots att min studie inte är generaliserbar till en hel population anser jag det ändå relevant att ha en viss spridning på personerna som ingår i studien. Personer i min närhet valdes således ut utifrån kriterier som gjorde det möjligt för mig att besvara mina frågeställningar (ibid, s. 498 och 506).

Kriterierna i detta fall har i stort sett endast varit att personerna i fråga ska vara mellan 20 och 30 år, ha någon form av sysselsättning samt ha en koppling till konsumtion, vilket i generella termer alla i min omgivning har. Jag valde sedan aktivt personer med olika akademiska bakgrunder och arbeten för att återigen få en spridning bland deltagarna. Då jag både har intervjuat studenter och arbetande har inkomsterna således skiljt sig åt bland intervjudeltagarna vilket resulterade i att jag inte aktivt behövde använda mig utav inkomstvariation som ett kriterier i mitt urval. Att jag valde att begränsa mitt urval till personer mellan åldrarna 20 och 30 beror för det första på att jag anser att det är en intressant grupp att undersöka i frågan. Unga vuxna beskrivs enligt Wray-Lake et. al. (2010) som en grupp i samhället som är viktig för förändring vilket i sin tur gör att deras åsikter är utav en viss hög social relevans. Även inom det aktuella miljö- och hållbarhetsarbetet beskrivs denna grupp som viktiga agenter (s. 63).

Således blir det en särskilt intressant grupp att undersöka eftersom det är en grupp vars åsikter och ståndpunkter bör tas i beaktning. I kontrast till deras viktiga roll i samhället beskrivs också denna åldersgrupp som en grupp där konsumtionen av kläder och snabbmode är som högst. Detta i samband med varierande sysselsättning och akademisk utbildning bland respondenterna gav upphov till intressanta kontraster att undersöka (Malmström, 2022).

Innan genomförandet av intervjuerna utformade jag som nämnt en intervjuguide med ett antal teman och frågeställningar att förhålla mig till, för att se till så intervjuerna gick i enlighet med mitt syfte och frågeställningar. Vid intervjuer finns det ett antal olika frågor och tekniker att ta i beaktning. De typer av frågor som har varit mest relevanta för min del har varit uppföljnings- och sonderingsfrågor, vilka har tillåtit intervjudeltagarna utveckla sina svar om så behövs för att jag ska kunna få en mer nyanserad bild av deras åsikter. Detta har varit viktigt för min insamling av empiri eftersom det är deltagarnas åsikter som står i fokus för mitt arbete. Interaktionen med intervjupersonerna var även viktigt för att få ut ett så bra och precist material som möjligt. Det finns olika tillvägagångssätt för en god interaktion. Att lämna utrymme för tystnad och att upprepa de svar som respondenterna har givit indikerar inte bara att man har tagit in vad som har sagts, det ger även respondenterna en chans att tillägga någonting de känner att de har missat (Bryman 2018, s. 569 – 570; Leech 2002, s. 666). Det som har varit viktigt för mig under intervjuerna var att ge intervjudeltagarna stor frihet att kunna föra en diskussion på ett sätt som gav mig en djupare förståelse för vad de menar och anser. På så sätt fanns det en flexibilitet i intervjuguiden genom att frågorna inte behövde komma i samma ordning eller att jag kunde omformulera frågorna samt ställa följdfrågor utöver de som stod i intervjuguiden om så behövdes för att få de svaren jag ville ha. Med det menar jag inte att det fanns svar som är rätt eller fel, snarare innebär det att få svar som är tillräckligt utförliga för mig att kunna analysera och tolka. Flexibiliteten i intervjuguiden och under intervjun var även relevant då samtliga deltagare inte resonerar på samma sätt vilket innebär att man inte kan ha en exakt mall för alla intervjuer (Bryman 2018, s. 565).

Som med nästan all form av kvalitativa datainsamlingar har jag utgått från ett fåtal personers världsbilder och subjektiva åsikter, vilket därefter inte kan tillämpas på en enda population då resultaten speglar de intervjuades personliga världsbilder. Således är intervjupersonerna inte representativa för en hel befolkning och studien är därav inte generaliserbar. Det är därav viktigt att i stället generalisera resultaten till mitt teoretiska ramverk snarare än till en befolkning, vilket kallas för en analytisk generalisering. Denna typ av generalisering betyder att vikten läggs på

de teoretiska slutsatserna man gör utifrån resultaten från empirin (Maxwell och Chmiel 2014, s. 540 – 541; Bryman 2018, s. 484 – 485). Syftet med resultaten blir då snarare att med hjälp av det teoretiska ramverket belysa hur individers attityder kan se ut. Man kan därav också ifrågasätta den externa validiteten i mitt arbete eftersom man inte kan dra slutsatser om ett fåtal intervjuade personer som sedan kan appliceras på den större massan. Däremot är det möjligt att jämföra mina resultat med vad andra forskare har tagit fram sedan tidigare med jämförbara grupper, något som ger en måttlig generalisering (ibid, s. 485).

Avslutningsvis är det viktigt att understryka att i enlighet med de grundläggande etiska principerna som berör frivillighet i relation till mina intervjuer, så har samtliga intervjudeltagare blivit informerade om att deras deltagande har varit frivilligt. Samtliga deltagare blev även informerade om deras rätt att avbryta intervjuerna när som helst samt att deras svar kommer anonymiseras. Slutligen blev de även väl informerade om intervjuernas och mitt arbetets syfte och samtycke medgavs för inspelning av intervjuer (Bryman 2018, s. 170 – 171).

Analytisk metod

Innan jag kunde påbörja min analys av min insamlade data behövde jag först transkribera mitt material. Detta gjorde jag genom ett datorprogram, vilket inte bara underlättade min tidsåtgång men gjorde även transkriberingen mer exakt än om jag själv skulle transkribera mitt material. Däremot faktakollade jag transkriberingarna efter att de hade gått igenom datorprogrammet för att säkerställa att transkriberingarna stämde överens med de inspelade ljudfilerna.

Det finns olika kvalitativa tillvägagångssätt för att analysera den insamlade data. En av dessa tillvägagångssätt är tematisk analys vilken även är den analytiska metod jag valde att tillämpa för att analysera resultaten från intervjuerna. Syftet med en tematisk analys är att identifiera olika nyckelteman utifrån vad Bryman beskriver som ”en kategori som identifieras av analytikern utifrån hans data.” (Bryman 2018, s. 703). Genom en tematisk analys är syftet således att utifrån ens empiri identifiera relevanta teman för att skapa nya förståelser kring ett särskilt fenomen. Att söka efter teman i transkriberingar kan utföras på olika sätt, och återigen är det viktigt att ta mina egna värderingar i beaktning och visa på reflexivitet senare i analysen. Detta är viktigt eftersom det inte är mina värderingar som arbetet ska genomsyras, snarare är det respondenternas värderingar kopplat till mitt teoretiska ramverk. Vad som är viktigt att tänka på vid utförandet av en tematisk analys är att inte bara identifieringen av olika teman,

utan att även kunna redovisa varför dessa är utav relevans för analysen. Det räcker alltså inte att identifiera teman tillsammans med utdragna citat från transkriberingarna. Man behöver som forskare även kunna visa på vilket sätt vardera tema har för betydelse vilket man enligt Bryman (2018) kan göra genom att påvisa temats korrelation med andra teman och vilka kopplingar de har till litteraturen (s. 706). Enligt min uppfattning är tematisk analys att föredra för analysering av mitt material. För det första tillåter en tematisk analys mig att se ett problem mer brett genom att finna och sammankoppla olika mönster med varandra. Genom tillämpningen av en tematisk analys bildar jag olika teman som gör det lättare för mig att förstå de intervjuades åsikter och ståndpunkter kring mitt forskningsområde. För att sedan analysera resultaten med hjälp av teorin kunde jag på ett tydligt och smidigt sätt kunna framföra materialet från intervjuerna (Alhojailan 2012, s. 40 – 41).

All text i en transkribering innehåller nödvändigtvis inte åsikter och uttalanden som kan vara relevanta för min analys, vidare kan också en och samma transkribering innehålla flera olika åsikter som till synes talar emot varandra. För att förstå respondenternas attityder och göra transkriberingarna mer begripliga var det därför relevant att strukturera och dela upp olika delar i teman och underteman. På detta sätt kunde jag enklare skilja och identifiera olika åsikter. Genom tematiseringen kunde jag organisera och förstå respondenternas attityder och åsikter som grupp vilket är det jag vill åt med mina frågeställningar och syfte i beräkning. Kodningen tillät mig se gemensamma mönster samt vad som kan betraktas som avvikande attityder (Vaismoradi, Jones, Turunen & Snelgrove 2016, s. 101).

Själva tematiseringen i mitt arbete har varit utav en deduktiv form. Detta innebär att jag på förhand skapade teman utifrån mitt teoretiska ramverk och tidigare forskning, då litteraturen gav mig en bild av vilka teman jag kunde förväntas hitta i mina transkriberingar (Se kapitlet *Tidigare forskning och Teoretiskt ramverk*). Till skillnad från en induktiv ansats hade jag alltså redan en tydlig bild av vad jag kunde tänka mig hitta i stället för att skapa teman utifrån mitt empiriska material (Caulfield, u.å.). Genom mitt teoretiska ramverk och tidigare forskning identifierade jag tre dominerande discipliner för ansvarstagandet gällande klimatförändringar, vilka även är de jag lät skapa huvudteman utifrån (Se *Tabell 1*). En förutsättning för att en tillämpning av dessa teman ska fungera är att de utgör en relevans för kodningen av materialet. Hade mina valda teman inte känts lämpliga för transkriberingarna så hade jag antagit en induktiv ansats. Avgränsningen till just dessa tre discipliner kan rättfärdigas genom att jag ville upprätthålla någon form av struktur på mitt arbete och kunna göra tydliga distinktioner

disciplinerna sinsemellan. Avskalningen till dessa tre huvudteman har även gjort det enklare att förstå ansvarsdiskussionen inom mitt valda område och jag har tydligare kunnat skilja på olika påståenden. Tematiseringen har även haft ett visst semantiskt tillvägagångssätt eftersom jag genom min frågeställning och syfte var ute efter att förstå individernas attityder och åsikter, snarare än att försöka förstå den underliggande sociala kontext. Däremot följde tematiseringen ett visst latent tillvägagångssätt då jag genom respondenternas attityder till ansvar hoppades förstå varför klädkonsumtionen ser ut som den gör idag och varför den kan förväntas att öka (Caulfield, u.å.).

Tillvägagångssättet i denna form av analys kan skilja sig åt eftersom det inom tematisk analys inte finns någon särskild bakgrund eller tydliga tekniker. Vid min analys av insamlad data förhöll jag mig till viss del till stegen Bryman (2018) beskriver i kapitlet om kvalitativ dataanalys (s. 707 – 709). Efter att ha läst igenom samtliga transkriberingar inledde jag först en översiktlig kodning av materialet genom mina tre huvudteman, för att sedan vidare kunna gruppera in empirin i mina valda respektive underteman. Enligt Bryman är det även viktigt att kunna försvara ens valda teman i den mån att det är möjligt att kunna dra slutsatser genom de valda teman och kunna se kopplingar teman sinsemellan. Det är även utav relevans att ens teman är kopplade till relevant litteratur och ens teoretiska ramverk för att kunna redovisa hur man har kommit fram till ens valda teman, vilket redovisas i nästkommande stycken (Bryman 2018, s. 707 – 708). För min tematisering har jag använt mig utav följande teman och underteman:

Individuellt ansvar	Kollektivt ansvar	Politiskt ansvar
Kunskap	Ansvarstagande och fördelning	Staters ansvar
Handlingar	Kollektiva handlingar	Påverkansarbete från civilsamhället
Individen har ett ansvar	Kunskapsspridning	Media och information
Individen har inte ett ansvar	Företags ansvar: konsumtion och produktion	
Kompensation		

Tabell 1. Tabellen visar vilka teman (fetstilt) jag använder vid kodningen. Samt vilka underteman jag valt att mer specifikt kategorisera min empiri utifrån.

Som redovisat ovan valde jag mina tre huvudteman genom en deduktiv ansats där jag upptäckte tre dominerande discipliner av ansvarstagande inom diskussionen om klimatförändringar. Dessa tre teman gjorde min analys mer tydlig i avseendet att de tydligt skiljer sig åt då ansvaret är distribuerat olika inom vardera disciplin. Detta har medfört att jag tydligare kan se skillnader men även likheter mellan hur respondenterna ser på ansvarsfördelningen. De olika underteman identifierade jag senare efter en första tematisering av transkriberingarna. Dessa hjälpte mig att tydligare strukturera upp olika argument och åsikter för att kunna bilda mig en bättre uppfattning om vardera respondents ställningstaganden. Således identifierade jag underteman utifrån en induktiv ansats då jag utgick från empirin.

För själva utförandet av tematiseringen använde jag mig utav datorprogrammet Nvivo. I utförandet av kvalitativa dataanalyser är datorprogram som dessa ingen nödvändighet och enligt en del kvalitativa forskare står det oklart hur pass användbara datorprogram såsom Nvivo faktiskt är vid kvalitativ dataanalys (Bryman 2018, s. 724). Däremot gör datorprogram som Nvivo kodningsprocessen enklare och mer effektiv i termen av tid, särskilt om man som jag inte besitter viss erfarenhet av kodning och tematisering. Sett till den relativt korta tidsramen i samband med min mängd data har Nvivo effektiviserat delar av min arbetsprocess och gjort kodningen mer strukturerad och enklare att avläsa. Om jag hade kodat mitt insamlade material för hand finns det en hög risk att detta hade tagit för stor del utav min tid, tid som jag i stället hade kunnat lägga på delar av arbetet som kräver mer tid (ibid). Med hjälp av Nvivo fick jag också en tydligare bild över sammanhanget, en tydligare bild över grupperingen som hjälpte mig se mönster och korrelationer mer effektivt än vad jag hade gjort om tematiseringen hade skett för hand. En nackdel med datorprogram som Nvivo är att det är lätt att uttalanden och stycken blir tagna ur sitt sammanhang (McKniff u.å.). Detta undvek jag genom att ha transkriberingarna utskrivna så jag enklare kunde se i vilket sammanhang ett visst uttalande befann sig i från början.

Etiska överväganden

Ur ett etiskt perspektiv kan mitt valda forskningsområde upplevas relativt problemfritt men däremot finns det ändå ett antal aspekter att ta i beaktning. Oavsett forskningsområde är det viktigt att vara medveten om sin egen positionalitet. Jag är väl medveten om mina privilegier som vit medelklass man i ett västerländskt land. Både jag och studiens intervjudeltagare har

växt upp och lever i en omgivning där vi har tillåtits ifrågasätta statliga institutioner och företag. Vi har även de ekonomiska förutsättningarna för att göra medvetna val i relation till miljön, medan det finns somliga som inte har samma givna omständigheter. På grund av min positionalitet finns det även ett informellt ansvar att agera, vilket i detta fall innebär kunskapsspridning och agendasättande vilket jag gör genom mitt arbete (Massoud 2022, s. 67 och 71).

Min positionalitet tillåter mig utföra ett arbete kring ett forskningsområde som en del individer kan uppfatta som politiskt laddat, vilket även är ett ämne som utgör ett personligt intresseområde. Det är därför viktigt att reflektera över min position som forskare och mitt arbete i förhållande till objektivitet och personliga värderingar. Då Bryman (2018) att man aldrig kan säkerställa att forskning är fritt från värderingar blir det därav särskilt viktigt att se till så okontrollerade värderingar är frånvarande genom hela forskningsprocessen. Detta kan man säkerställa genom att bland annat visa på självreflekterande och reflexivitet. Då mitt forskningsområde är valt utifrån egna intresseområden finns det därför en möjlighet att mina egna värderingar kan komma att påverka utformandet av metod, intervjufrågor eller analys. Men genom att vara transparent med att dessa värderingar kan påverka utövandet och utfallet stärker jag även medvetenheten samt arbetets transparens (ibid, s. 65). Avslutningsvis är det även utav relevans att understryka att det jag anser vara kunskap är i relation till min sociala, kulturella och politiska kontext. Därför är det viktigt att visa på hur denna kunskap alltid avspeglar min plats i det sociala rummet och kan på så sätt även stärka reflexiviteten i min analys (ibid, s. 471).

Analys och resultat

I detta kapitel kommer resultaten från intervjuerna att redovisas genom tre olika teman. De teman jag har delat in detta kapitel utifrån är: Individuellt ansvar, kollektivt ansvar och politiskt ansvar. Det empiriska materialet är även kodat utifrån dessa tre teman. Jag kommer också använda mig utav mitt teoretiska ramverk i analysen för en djupare förståelse av innebörden (se *Tidigare forskning och teoretiskt ramverk*).

Individens ansvar

Inledningsvis är samtliga respondenter delaktiga i klädindustrin på grund av att alla påstod sig ha någon form av klädkonsumtion. En stor majoritet av de intervjuade hade även någon form av konsumtion utav nyproducerade kläder. Av de totalt 17 genomförda intervjuerna ansåg samtliga respondenter att individen till viss del har ett ansvar för klädindustrins klimatförändringar. I intervjuerna framgick det även att individen har ett ansvar för klädindustrin eftersom det är de som konsumerar och således också har ett ansvar för de klimatförändringar som sker till följd av en ohållbar klädindustri. Enligt respondenterna har individerna ett ansvar i termer av att förändra sina konsumtionsmönster- och vanor:

För att kunna påverka på bästa sätt och göra störst skillnad behöver varje enskild individ ta sitt ansvar till att inte handla nyproducerade kläder, hela tiden. Utan att man faktiskt tänker innan man handlar (IP6¹).

Asså det är typ en väldigt individbaserad fråga, tycker jag. Men för jag har svårt att se hur det skulle kunna gå på en politisk nivå. Då skulle det bli så här ”man får bara köpa ett plagg per person” eller vad är det som de ska reglera? Och företagen kommer ju inte sluta, de vill ju tjäna pengar. Så det känns som en svårreglerad industri. Så antingen så är det ju näringslivet eller företagen som får göra något, eller så blir det ju en fråga på individnivå (IP13).

Att respondenterna menar att individen har ett ansvar genom att vara en konsument innebär därefter att en individs handlingar inte är obetydliga i frågan gällande klädindustrins klimatförändringar. Genom att förändra sina konsumtionsvanor- och mönster blir individens handlingar inte irrelevanta, särskilt inte om dessa förändringar inspirerar andra att göra likadant (Hiller 2011, s. 365). I det stora hela kan en individs förändring av konsumtionsvanor uppfattas som för små för att det ska ske någon substantiell förändring. Däremot är en liten handling inte likvärdigt med en betydelselös handling. En liten handling, så som en individs förändring av konsumtionsvanor, kan upplevas betydelselös tills dess att många små handlingar skapar en större påverkan (Broome 2018, s. 122). Om en större grupp individer avstår konsumtion finns det en större möjlighet till förändring. Likaså om individen sägs ha ett ansvar och en större

¹ Samtliga intervjuer har anonymiserats. IP står för *Intervjuperson* följt av tilldelad siffra beroende på i vilken ordning de blev intervjuade.

grupp individer fortsätter att ha samma ohållbara konsumtion, så kommer klädindustrin fortsatt att bidra till klimatförändringarna eftersom ingenting förändras.

Med hjälp av teorin om ett individuellt ansvar genom ett kollektiv går det att tolka respondenternas svar som att man kan hållas individuellt ansvarig genom den legitimering av klädindustrins klimatpåverkan som kommer med ens klädkonsumtion. Detta blir däremot ett moraliskt ansvar, snarare än ett faktiskt ansvar (Banks 2013, s. 62 – 63). Denna legitimering sker enligt Assadourian (2010) ofta på en omedveten basis eftersom konsumerismen är så pass inbäddad i samhället att man som konsument ofta inte reflekterar över det som något som är skapat av människan (s. 10). Därav kan det betraktas tämligen befogat att som individ inte alls anse sig delaktig i klädindustrins miljöskadliga aktiviteter. Detta är däremot inte en legitim anledning till att frånsäga sig ansvaret. Oavsett om man anser sig stå bortom ansvaret eller inte, så är man fortfarande ansvarig så länge man deltar i det som bidrar till klimatförändringarna, såsom att konsumera kläder (Banks 2013, s. 51).

En förutsättning för en hållbar konsumtion är kunskap kring vad som är hållbart eller inte. Respondenterna av intervjuerna menar också på att individens ansvar till stor del handlar om att besitta kunskap och ha nödvändig information om klädindustrins klimatpåverkan:

Jag tycker att konsumenten har en skyldighet att vara påläst om dess konsumtion. För där är det liksom som jag sa tidigare, det är ju information som är väldigt lätt att få tag på. Speciellt om jag tänker på att det finns lagar och regler kring att bolagen behöver rapportera allting. Så informationen finns ju tillgänglig att ta reda på (IP2).

Det är en del av allmänbildningen och samhällskontraktet att vara påläst om sin konsumtion, däremot är det ingen skyldighet. Men jag tycker att man bör bry sig och vara medveten (IP12).

En förutsättning för att individer ska ha kunskap om klädindustrins klimatpåverkan är att det erbjuds utbildning kring ämnet samt att det finns information tillgänglig för alla (Robertson 2021, s. 8). I Sverige är det svårt att skylla på att man inte har kunnat ta del av informationen angående problemet. Så länge informationen finns tillgänglig faller ansvaret på individen att ta del av den. Utifrån ett epistemologiskt tillstånd har inte bara individer ett ansvar att ta del av den kunskap som finns tillgängligt, individen kan även hållas moralisk ansvarig för sina

handlingar så som ens klädkonsumtion på grund av att individen i fråga lever i en kontext där informationen finns tillgänglig (Banks 2013, s. 53 – 54). Alltså kan det inte anses vara hållbart att påstå att man inte hade kunskap om ens handlingars klimatpåverkan. Genom att individens ansvar i stora drag handlar om att ha kunskap om ämnet resulterar detta även i att man bör föra vidare sin kunskap till andra individer. Vilket kan resultera i att en större grupp individer, återigen, förändrar sina beteenden och konsumtionsmönster (Hiller 2011, s. 365).

Däremot finns det de respondenter som menar att individen har ett ansvar men att det kan vara svårt att uppnå som konsument. Bland respondenterna finns det till exempel ekonomiska faktorer som påverkar ens konsumtionsmönster:

Hade jag fått välja så hade jag ju verkligen bara velat handla kläder som jag vet är hållbara och verkligen arbetar mot klimatförändringar. Men det blir ju direkt så mycket dyrare. Så att det blir en ekonomisk fråga och lite en lathetsfråga i att handla second hand. Det tar ju mer energi och tid än att liksom klicka hem, det blir ju att man söker vad som är lätt och smidigt (IP11).

När jag var student vägde det inte alls tungt, för då blev det en prisfråga liksom. Men idag så väljer jag att inte handla från företag som jag vet inte har någon form av hållbarhetspolicy (IP14).

Det är svårt för individen att kontrollera klädindustrin... Då tycker jag att man kan göra som jag och inte konsumera eller uppmuntra andra till konsumtion... Utan konsumenten finns det ingen industri (IP17).

Bara för att en konsument är påläst om klädindustrins klimatpåverkan behöver inte detta betyda att samma konsument konsumerar hållbart. Andra faktorer som till exempel en individs ekonomi kan också vara en anledning till att avstå hållbar konsumtion. I relation till konsumenters ekonomiska förutsättningar är klädindustrin en svårnavigerad industri. Således är det nödvändigt och enklare att skapa ett hållbart mode som kan konkurrera med snabbmodets framväxt, snarare än att försöka uppmärksamma konsumenterna kring vad som är rätt och fel (Patwary et. al. 2022, s. 5). Men även om det hade skapats hållbart mode som är lika lättillgängligt och ekonomiskt prisvärt för konsumenterna som snabbmodet så förutsätter detta fortsatt att konsumenterna har viss kunskap och information om vad som klassificeras som hållbart eller inte. Samt att de tar åt sig av den kunskapen som finns tillgänglig. Således kommer

det återigen tillbaka till frågan om det epistemologiska tillstånd där individer kan hållas ansvariga för klädindustrins klimatpåverkan (Banks 2013, s. 52).

Det fanns däremot de respondenter som menade på att ett individuellt ansvar kan vara kontraproduktivt. Att när en enskild individ pekats ut som ansvarig kan denne tendera till att ta mindre ansvar, snarare än tvärtom:

För att hållas ansvarig mellan vänner och individer, det tycker jag känns som att det är någon form av häxjakt på personlig nivå som kanske sammangår med att individen inte har en så stor påverkan, medan jag tycker att på en högre nivå så är det helt klart rätt eftersom jorden har passerat så pass många människor och man kan ställa ett större märke till svars (IP8).

...Men däremot tänker jag att när det är en individ som pekats ut, så tror jag inte det är särskilt effektivt. Då tror jag att det få motsatt effekt (IP12).

Sammanfattningsvis har individerna enligt respondenterna ett visst ansvar för klädindustrin i termer av att det är individerna som konsumerar och på så sätt fortsatt bidrar till de efterföljande klimatförändringarna. Därav finns det en nödvändighet att förändra ens konsumtionsmönster och inspirera andra att göra detsamma. Enligt den kollektiva disciplinen kan en individs förändring av konsumtion till synes betraktas som betydelselös tills dess att en större grupp individer gör detsamma. I relation till detta handlar det individuella ansvaret enligt respondenterna också om att besitta och skaffa sig den nödvändig information som finns tillgänglig angående klädindustrins och konsumtionens faktiska klimatpåverkan. Likt det epistemologiska tillstånd för individuellt ansvar som har redovisats menar även de intervjuade respondenterna att man idag inte kan skylla ens konsumtion på ens okunskap eller att man inte visste om konsekvenserna. I Sverige finns det nödvändig kunskap att ta del av, vardera individ har där med en skyldighet att ta del av denna information. Enligt respondenternas svar att bedöma handlar individens ansvar mer om ett moraliskt ansvar, snarare än ett faktiskt ansvar som går ut på att ta ansvar för sin konsumtion och ta del av den tillgängliga kunskapen.

Det kollektiva ansvaret

Fastän att samtliga respondenter menar att individen har ett ansvar som konsument menar de också att det många gånger kan vara svårt att som enskild individ bidra med en faktisk skillnad.

Ett helt civilsamhälle besitter en högre kapacitet för att uppnå en förändring av klädindustrin, till skillnad från en enskild individ. I frågan om klädindustrins klimatpåverkan har alla individer ett lika stort ansvar, oavsett hur mycket kunskap man besitter eller hur mycket man konsumerar. Respondenterna menar att det bör ligga i allas intresse att gå bort från det som försämrar klimatet:

Det är egentligen konsumenten som bär hela industrin... Inom just klädindustrin, kan du välja ett bättre val till exempel, om man gör det i ett kollektiv så blir det en större påverkan på företagen att gå mot det som är mer hållbart. Så som ett kollektiv har man ganska stora möjligheter i alla fall (IP1).

Det är svårt för en individ att göra en påverkan på en större nivå. Om man kollar på *civil society* däremot så tycker jag att där finns det mycket mer kapacitet att kunna förändra, eller att tillrättställa klädindustrin mot en hållbar utveckling (IP3).

Som tidigare redovisat menar samtliga respondenter att man som individ har ett visst ansvar på grund av individens roll som konsument. Genom att vara en konsument bidrar man även således till klädindustrins negativa klimatpåverkan. Enligt den sociala förbindelsens ansvarsmodell bär en individ ansvar för klädindustrins klimatpåverkan när de deltar i de processer som ger orättvisa resultat. Således är ansvaret delat varpå vardera enskilda individ bör och kan hållas individuellt ansvarig för de konsekvenser som gruppen konsumenter åstadkommer, vilket i detta fall är ett legitimerande av klädindustrins fortsatta negativa klimatpåverkan (Young 2007, s. 209). Respondenterna menar att det är svårt för en enskild individ att ensam göra någon större påverkan, att det finns större potential till en verklig påverkan ifall man som kollektiv går ihop. Likt är det delade ansvaret i den sociala förbindelsens ansvarsmodell något som endast kan genomföras genom kollektiva handlingar eftersom det är svårt för en enskild individ att på egen hand förändra de strukturella processer som genererar orättvisa resultat (ibid, s. 211).

Respondenterna anser inte bara att det är enklare att uppnå en förändring på ett kollektivt plan. De menar även att civilsamhället har ett ansvar att agera. Dels på grund av att alla bör känna till klimatförändringarna och hur ens egna livsstil kan bidra till dess fortsatta acceleration, men även på grund av att det är individerna i det kollektiva som bidrar till en fortsatt konsumtion:

Jag tycker det är färre och färre som tar ansvar och att det inte är lika mycket fokus som det en gång var... så jag tycker vi alla har ett ansvar och jag tycker det borde göras mer för att folk ska ha det lättare att ta ansvar för klimatet (IP16).

Sen är det ju jätteviktigt att alla är inkopplade i att ha ansvaret, för det är inte bara statens fel att det har blivit som det blivit. Alla är medvetna om att vi lever i en klimatkris. Alla aktörer bör jobba mer tillsammans så att det inte längre går att överkonsumera (IP10).

Genom att ansvaret är kollektivt innebär detta inte att det endast bör falla på individerna. Inom det kollektiva ansvaret kan även företagen inkluderas, vilket många respondenter menar att det bör, tillsammans med konsumenterna:

Jag tycker att individer och företag egentligen har lika stort ansvar. På ett sätt kan jag ändå tycka att företagen kanske bär ett lite större ansvar (IP15).

För att typ några individer väljer att inte konsumera på grund av deras kunskap gör inte lika stor skillnad som att ett företag väljer att säga upp kontrakt med fabriker och börjar producera mer lokalt i stället... Det ligger på producenterna och inte konsumenterna. För att konsumenter alltid kommer att konsumera oavsett. Så jag tycker mer att det är på producenterna att ge konsumenterna möjligheten att göra bättre val (IP12).

Både klädföretagen och konsumenterna deltar tillsammans i de strukturella processer som bidrar till orättvisa resultat, således blir ansvaret återigen delat i linje med den sociala förbindelsens ansvarsmodell. Det kollektiva ansvaret för förändring kan däremot tänkas skilja sig åt mellan klädföretagen och konsumenterna, men att båda bör handla på ett sådant sätt som förändrar de strukturella processerna (Young 2007, s. 210). Som tidigare forskning visar på bör 61 procent av klädindustrins omställning ligga på att förminska industrins utsläpp av växthusgaser samt att 21 procent bör ligga på att uppmuntra konsumenterna till en mer hållbar konsumtion av kläder (McKinsey & Company och Global Fashion Agendas 2020, s. 9). Dels besitter konsumenten ett visst ansvar i att konsumera mer hållbart men de besitter också ett ansvar att ställa krav på företagen och dess hållbarhetsarbete. Det största ansvaret enligt studien läggs däremot på klädindustrin och behovet av en ökad transparens gentemot dess konsumenter (ibid, s. 22 – 23). Vissa respondenterna menar också att företagen har ett större ansvar än konsumenterna, i alla fall bör det ta ett större ansvar men upplevs inte göra det:

...Samtidigt kan jag tycka att det är lite ihåligt när stora företag som H&M också försöker, det blir en sådan här greenwashing-grej. Och jag kan tycka att det blir lite att man ska hoppa på en trend bara för att det är en trend. Jag har svårt att se vad den faktiska påverkan är och det kanske är för att de inte har bevisat den för mig eller att de inte har lyckats övertyga mig... Jag är väldigt skeptisk och har svårt att se att multinationella företag kan hålla sig till standarder som krävs (IP8).

Fast att en del respondenter menar att både företagen och individerna har lika mycket ansvar i form av producenter och konsumenter anser även andra respondenter att företagen har ett större ansvar i frågan än konsumenterna. Det handlar om att företagen besitter en större makt att kunna påverka andra och anses därför ha ett större ansvar att agera sett till klädindustrins klimatpåverkan (Banks 2013, s. 58). Dels har de makten att kunna påverka deras konsumenter, men de har även behörigheten att kunna förändra deras egen produktion av kläder. Som konsument enligt teorin om det kollektiva ansvar är man den grupp som besitter minst makt för att kunna påverka andra i det kollektiva, i relation till beslutsfattare och klädföretag (ibid, s. 62). Som konsument har man ett individuellt ansvar för det kollektivs resultat genom det epistemologiska tillstånd som innebär att man borde vara medveten om att sina handlingar har en viss klimatpåverkan. Klädföretagen däremot kan tänkas vara ansvariga både utifrån det epistemologiska tillståndet, men även det kausala. Detta eftersom företagen, i relation till konsumenterna, är de som har direkta växthusgasutsläpp genom sin produktion och framställning av kläder. Det är inte lika självklart att en konsument kan uppfylla det kausala tillståndet genom sin konsumtion eftersom utsläppen i deras perspektiv inte är direkta i samma utsträckning som klädföretagens (ibid, s. 52 – 53).

Som individ menar respondenterna att man upplevs sakna den makt som krävs för att kunna göra en verklig förändring. Däremot har man som civilsamhälle en större möjlighet till förändring eftersom det då handlar om att man som kollektiv gemensamt förändrar beteenden vilket sannolikt kan ge en större effekt. Detta visar dels på ett delat ansvar, där vardera individ är individuellt ansvarig genom sina handlingar. Men det visar också på att en förändring kräver kollektiva handlingar, då det är svårt för en ensam individ att göra en märkbar skillnad (Young 2007, s. 214). Inom det kollektiva ansvaret kan även företagen tänkas inkluderas, och att de enligt respondenterna har ett lika stort ansvar som konsumenterna om inte större. Företagen kan till och med tänkas ha ett större ansvar än konsumenterna eftersom de har makten att kunna påverka en större del av befolkningen än vad konsumenterna har (Banks 2013, s. 59). Både

konsumenter och företag har däremot ett individuellt och moraliskt ansvar då de verkar i ett samhälle där kunskap om klädindustrins klimatpåverkan finns tillgänglig samt agerar på ett sätt som kan betraktas som frivilligt och självvållat (ibid, s. 56).

Politiskt ansvar

Det största ansvaret för klädindustrins negativa klimatpåverkan faller slutligen enligt respondenterna på staten och makthavarna. Fastän att man som konsument har ett ansvar att förändra sin konsumtion samt åta sig nödvändig kunskap menar de att detta till större del är ett moraliskt ansvar. Företagen har enligt respondenterna ett stort ansvar men att det i slutändan tillfaller ett politiskt ansvar eftersom det är politikerna som fortsatt möjliggör klädindustrins bidrag till klimatförändringarna:

Jag menar att staten har det största ansvaret på det sättet att det är de som sätter upp lagar och regler och ser till så att myndigheter och inspektioner granskar och håller upp företagen... Det är ju jag som individ som köper, men hade staten gått in och sagt nej så hade vi inte haft möjlighet att fortsätta (IP4).

Det kanske bara är att vifta bort ansvaret, men någonstans är ju bolag också vinstdrivande. Så de kommer väl göra det de kan för att hålla priserna nere. Och det är lite så samhället är uppbyggt. Så då tycker jag någonstans att det ligger på staten och de högre makterna att instifta regler och lagar för att miljöpåverkan ska hållas nere (IP2).

Staten har dels det största ansvaret enligt respondenterna eftersom de är den instans i samhället som besitter den största makten till att förändra klädindustrins miljöskadliga processer. Men de har även det största ansvaret i den mån om att de bör reglera både konsumtion och produktion till det bättre. På grund av den maktposition regeringen besitter i samhället har de inte bara ett ansvar, utan även en skyldighet att bekämpa klimatförändringarna, då det är de som kan göra en signifikant skillnad i relation till den makt de besitter. Enligt teorin om det politiska ansvaret har stater ett så pass stort ansvar att individer inte ens bör tänka på att förändra deras livsstil och konsumtionsmönster så att den har en lägre negativ klimatpåverkan (Sinnott-Armstrong 2005, s. 304).

En individs individuella påverkan är så pass liten att en förändring av dess beteenden knappast skulle förändra någonting. För att en förändring av individens konsumtionsmönster ska

betraktas som legitim krävs det bevis för att dess handlingar försvårar det politiska ansvaret, att statens arbete inte kan fortgå ifall individen fortsätter att konsumera (Kingston och Sinnott-Armstrong 2018, s. 185). Däremot anser inte respondenterna att individen inte har något ansvar alls, men staten har det primära ansvaret just på grund av dess maktposition. När samhället anses ha ett kollektivt ansvar för klimatförändringarna på grund av att en stor majoritet av samhällets invånare betraktas som individuellt ansvariga, kan man se staten som samhällets ordregivare (Banks 2013, s. 58). Detta på grund av att staten anses besitta en större makt till att påverka det kollektiva handlingarna och på grund av det även har ett större ansvar än exempelvis klädföretagen eller konsumenterna (ibid, s. 62).

I relation till att staten enligt respondenterna utgör den största aktören för ansvarstagandet finns det ändå en anledning för individerna att agera:

Organisationer och civilsamhället kan också påverka staten genom att sätta press på dem (IP8).

Då staten anses ha det största ansvaret betyder inte detta att individerna bör avskaffa sig all form av ansvar. I stället för att som konsument försöka förändra sina och andras konsumtionsmönster bör individerna snarare lägga ett större fokus på att sätta press på de som faktiskt bör förändra de strukturella processer som leder till klimatförändringarna. Således handlar det om att ställa krav på de politiska aktörer som har den mest betydande makten och möjligheten till att göra en faktisk förändring (Sinnott-Armstrong 2005, s. 304 – 305). Bortsett från att ställa krav på politiska aktörer kan även en kollektiv förändring av exempelvis konsumtionsmönster bidra med en positiv förstärkning till det politiska arbete som krävs för att förändra kläindustrins klimatpåverkan (Sinnott-Armstrong och Kingston 2018, s. 183). Sett ur den sociala förbindelsens ansvarsmodell är det delade ansvaret även ett politiskt ansvar. Detta innebär ett offentligt och kommunikativt engagemang som påverkar handlingar till sådana med mindre orättvisa resultat (Young 2007, s. 214). Dels kan detta kommunikativa engagemang innebära att inspirera andra till en förändring av beteenden. Men det kan även innebära ett engagemang där man ställer högre krav på staten för att förändra de institutioner och lagar som tillåter kläindustrin ha en fortsatt negativ klimatpåverkan (Larrère 2018, s. 435; Young 2007).

Fast än att respondenterna menar att individen har ett stort ansvar som konsument och det i slutändan är de som fortsätter att konsumera på ett ohållbart sätt, så är det fortfarande staten

som ger dem möjligheterna till detta beteende. Det kan även tänkas vara klädföretagen som ger upphov till konsumtion på grund av deras fortsatta produktion, därav menar respondenterna att deras enda mål är att tjäna pengar och kommer därför inte förändra sitt beteende i första hand:

Men jag tror typ det är omöjligt att lägga ett ansvar på företagen så länge individerna fortsätter att inte bry sig, för till slut är deras enda mål bara att tjäna pengar (IP5).

Återigen landar således ansvaret på staten som möjliggör de processer och de samhälle där klädföretagen tillåts ha en ohållbar produktion och ge upphov till en viss typ av konsumtionsmönster. Det kan inte enbart förväntas ske en förändring till följd av individens moraliska ansvar, snarare krävs det även en politisk reformering där staten åtar sig det primära ansvaret för klädindustrins påverkan för klimatförändringarna (Young 2007; Andersson 2020, s. 32).

Sammanfattningsvis menar respondenterna att det i slutändan är staten som har det primära ansvaret för klädindustrins klimatpåverkan. De menar däremot inte, likt Sinnott-Armstrong (2005), att individerna bör frånsäga sig deras individuella ansvar för dess handlingar inom klädindustrin. Till skillnad från honom menar respondenterna att man som konsument har ett visst ansvar, men att staten ändå har ett större ansvar sett till deras maktkapacitet. Det är staten som gör det fortsatt möjligt för individerna att fortsätta konsumera på samma sätt, likt är det staten som möjliggör klädföretagens produktion av nyproducerade kläder. Respondenterna har svårt att se en faktisk förändring såvida inte staten agerar. Vidare är samtliga aktörer ansvariga men olika mycket beroende på vilken förmåga man har till att kunna påverka en större del av befolkningen (Banks 2013, s. 57).

Diskussion

Syftet med detta arbete har varit att försöka förstå unga individers syn på ansvarstagandet för klädindustrins klimatförändringar. Jag valde att specifikt undersöka unga vuxna bland annat eftersom de många gånger ses som en viktig grupp för förändring i samhället. De är även den grupp som påverkas mest av trender och snabbmodet i samhället. När man undersöker individers världsbilder och åsikter kan utfallet aldrig vara generaliserbart. Om studien hade gjorts om på en annan grupp hade resultatet med viss sannolikhet sett annorlunda ut (se *Metod och Etiska överväganden; Forskningsdesign och Empirisk metod*). Utifrån vad som har

redovisats i ovan resultats- och analysdel uppfattas respondenterna tycka att det största övergripande ansvaret för klädindustrins bidrag till klimatförändringarna ligger på staten, för att sedan tillfalla klädföretagen, civilsamhället och individen. Det är däremot viktigt att tillägga att klädindustrin är en så pass komplex och stor industri som innefattar miljontals aktörer, att det kan vara svårt att endast peka ut en instans eller aktör som ansvarig. Respondenterna menar att det primära ansvaret tillfaller staten men att företagen och individerna också har ett stort ansvar. Detta visar på att man kan se ansvarstagandet och dess fördelning som ett nät av olika aktörer, snarare än en slags hierarki. Ett nät där samtliga aktörer besitter någon form av ansvar genom sin delaktighet, men olika mycket beroende på hur stor makt man har att påverka andra. Därav lägger respondenterna ett större ansvar på staten, då de har en större makt och ett större inflytande över andra i form av att kunna påverka en större grupp människor.

Ansvarstagandet ser även annorlunda ut enligt respondenterna beroende på vilken instans man talar om. För den enskilda individen är ansvaret som tidigare konstaterat mer utav ett moraliskt ansvar på grund av respondenternas indikation på att man som enskild individ inte kan göra en väsentligt skillnad. Ansvaret här handlar således om att agera utifrån den kunskap man besitter och göra hållbara konsumtionsval. Detta kan vidare vara svårt för konsumenten på grund av faktorer så som ekonomiska skäl eller bristande kunskap om vad som är hållbart eller inte. Vänder man sig i stället till individer som ett kollektiv, civilsamhället, menar respondenterna däremot att det finns en större möjlighet till att göra en skillnad som har en faktisk påverkan. Genom att ett större antal konsumenter till exempel går ihop och kollektivt bojkottar ett företag kan företaget i fråga behöva göra en förändring på grund av att efterfrågan förändras. De anser även att det är rimligare att ansvaret faller på civilsamhället snarare än en enskild individ då respondenterna annars tror att det kan bli kontraproduktivt.

Klädföretagen har enligt respondenterna både ett ansvar i att se till så nödvändig information finns tillgänglig för dess konsumenter och för att förändra dess produktion. Detta genom att vara transparent angående deras produktion och tillverkning men även genom att publicera hållbarhetsrapporter som är lättillgängliga för konsumenterna. Respondenterna menar också att det känns osannolikt att företag ska åta sig en förändring eftersom deras primära mål i slutändan är att tjäna pengar. Det riskerar snarare att upplevas som någon form av grönmålning enligt respondenterna när stora företag försöker profilera sig som hållbara. Däremot är det svårt för konsumenter att påverka klädföretags hållbarhetsarbeten eftersom det finns många aspekter där konsumenterna både saknar makt och kunskap, på grund av industrins komplexa näringskedjor.

Som konsument kan man däremot ställa krav på företagen både genom att kräva transparens och en förändring av det som är bortom konsumentens kontroll.

För att till slut återanknyta till den instans respondenterna ansåg hade störst ansvar, staten. Dels har staten och statliga institutioner ett större ansvar för att de besitter maktbefogenheter till att kunna påverka en större grupp människor. Således har de kapaciteten att förändra de strukturer inom klädindustrin som bidrar till klimatförändringarna. Respondenterna anser exempelvis att konsumenterna inte kommer sluta konsumera ifall staten inte tvingar dem till en beteendeförändring. Tillika företag som heller inte kommer sluta med dess nuvarande produktion ifall inte staten förändrar industrin i form av lagar och regleringar. Makthavarna har även ett ansvar i att se till så deras befolkning har den kunskap och information som krävs för att kunna göra hållbara konsumtionsval. Detta blir däremot en form av ömsesidigt ansvar när det blir upp till vardera individ att ta emot denna kunskap och bruka dess lärdomar.

Alla aktörer har således en viss form av ansvar genom dess handlingar som bidrar till de processer inom klädindustrin som resulterar i klimatförändringarna. Vi lever i ett samhälle där individer ständigt uppmanas till konsumtion. En hög konsumtion anses bidra till lycka, är ett tecken på framgång och en viss social status. För att klädindustrin ska bli hållbar är det väsentligt att förändra denna konsumerism. Detta är något som kan uppfattas svårt med tanke på det kapitalistiska samhälle, men anses vara en nödvändighet för att uppnå en hållbar utveckling.

Genom att förstå respondenternas attityder till ansvarstagandet var mina förhoppningar även att få en bild om det finns någon koppling mellan den uppfattade ansvarsfördelningen och den globalt sett ökande klädkonsumtionen. Utan att direkt tagit upp det i analysen går det ändå att se en viss koppling. Att klädkonsumtionen ökar globalt kan bero på flertalet anledningar och faktorer, såsom framväxten av snabbmodet, en globalt ökande befolkning eller en växande medelklass. Genom att undersöka individers attityder till ansvarstagandet för klädindustrins klimatförändringar kan det även tänkas ligga andra bidragande faktorer till denna ökning. Som konstaterat anser respondenterna att det primära ansvaret för klädindustrins klimatförändringar bör tillfalla staten och dess beslutsfattare. Trots att individerna har ett visst ansvar att agera hållbart utifrån deras roll som konsumenter handlar detta mer om ett moraliskt ansvar snarare än ett faktiskt ansvar.

Å ena sidan bidrar konsumenterna genom deras konsumtion till de processer som legitimerar konsumtion och produktion av nyproducerade kläder. Å andra sidan kan de tänkas betraktas som produkter av de samhälle som upprätthålls utav statliga institutioner som även har den största makten att förändra samhället. Såvida samhället och de processer som skapar orättvisa resultat inte förändras så kommer konsumtionen som den ser ut idag att kunna fortgå. Genom att statliga institutioner gör det fortsatt möjligt för klädindustrin att verka på det sätt den gör idag är även detta en slags legitimering som rättfärdigar och möjliggör individernas konsumtion. I relation till detta och att individerna inte upplevs ha ett stort ansvar eller kapacitet för förändring kommer de att fortsätta i samma konsumtionsmönster. Respondenterna är alla eniga om att konsumtionen av nyproducerade kläder inte är bra för miljön men att det är något väldigt lättåtkomligt som både sparar tid och pengar i relation till att handla secondhand. I den bästa av världar menar respondenterna att de inte skulle vilja ha en konsumtion av nyproducerade kläder men att de fortsätter ha det idag på grund av bekvämlighetsfaktorer. Genom att fränsäga sig ett visst ansvar för klädindustrins klimatpåverkan legitimerar de även sin konsumtion eftersom deras ansvar inte har en så stor påverkan i jämförelse med till exempel staten eller klädföretagen.

Slutsats

Utifrån min insamlade empiri och analys kan det vara svårt att se ansvarstagandet kring klädindustrins klimatpåverkan som någon form av hierarki. Snarare bör ansvarsfördelningen ses som ett nät där olika aktörer och instanser har olika ansvarsroller. För att besvara studiens första frågeställning menar respondenterna att ansvaret är delat mellan samtliga aktörer inom klädindustrin. Det primära ansvaret bör tillfalla staten på grund av deras makt att kunna påverka en större del utav samhället, samt att det är de som upprätthåller och möjliggör en viss typ av kultur och samhälle. Liksom att staten har ett ansvar att sätta upp lagar och regler som försvårar de miljöskadliga processerna, har även klädföretagen ett ansvar i att ställa om sin produktion och göra det enklare för konsumenterna att göra klimatsmarta val. Slutligen klargörs det även att individerna och civilsamhället har ett särskilt ansvar i deras roll som konsumenter. Det är individerna som i slutändan väljer att konsumera och har på så sätt en viss makt att som kollektiv förändra utbudet i form av efterfrågan.

För att besvara studiens andra frågeställning går det även avslutningsvis att se ett visst samband mellan individernas attityder till ansvar och den ökande klädkonsumtionen. Även om respondenterna menar att individerna har ett visst ansvar genom dess roll som konsumenter är

det fortsatt staten som har det primära ansvaret. Genom att staten gör det fortsatt möjligt för klädindustrin att verka på det sätt den gör idag är även detta en slags legitimering som rättfärdigar och möjliggör individernas konsumtion. Såvida staten inte utövar sitt ansvar kommer klädkonsumtionen således att kunna fortgå.

Återstående utmaningar och vidare forskning

Mitt arbete har utgått ifrån tre olika teoretiska discipliner om ansvarstagande, vilket gjorde det enklare att förstå diskussionen inom klädindustrin. Återstående utmaningar kan därför vara att problematisera debatten om ansvarstagandet ytterligare genom att applicera andra perspektiv på ansvar samt andra faktorer som kan tänkas ha en viktig roll inom klädindustrins hållbarhetsarbete. Sett till mitt arbetes storlek och tidsram var detta inte möjligt, men något som uppmuntras för vidare forskning. Vad som också är viktigt att förtydliga är att min studie inte kommer med några konkreta lösningar till problemet i fråga, vilket inte heller har varit syftet. Syftet har som tidigare konstaterat varit att förstå unga individers attityder kring ansvarstagandet för klädindustrins klimatförändringar. Återstående utmaningar handlar därför också om att ta dessa åsikter i beaktning när man diskuterar åtgärder för hur klädindustrins klimatpåverkan ska minimeras. På grund av komplexiteten i problemet handlar det också om att lokalisera och verkställa vardera ansvarstagande för att det ska kunna bidra till arbetet mot en hållbar utveckling. Om staten sägs ha det primära ansvaret, hur ska de i sin tur distribuera ansvaret bland resterande aktörer för en faktisk förändring?

För vidare forskning hade det varit relevant att undersöka andra grupper i samhället för att se hur deras attityder skiljer sig från unga individers åsikter. Andra grupper i detta fall innebär främst andra åldersgrupper. Vidare kan det även tänkas vara relevant att jämföra individers attityder med andra instanser i samhället, till exempel klädföretagens attityder till ansvar. Eftersom klädindustrin slutligen är en landsöverskridande industri och dess klimatförändringar ses som ett globalt problem kan det således vara intressant att jämföra olika länders attityder till ansvarsfördelningen. Till exempel, hur skiljer sig unga individers attityder i Sverige sig från en äldre generations attityder i USA?

Litteraturförteckning

Alhojailan, M.I. (2012). Thematic Analysis: A critical review of its process and evaluation. *West East Journal of Social Sciences 1:1*, pp. 39 – 47.

Amiri, P. & Bonnier, J. (Programledare). (2023, 27 april). Varför kan vissa inte stå emot suget att köpa nya kläder? [Poddavsnitt]. I *Talkshow i P1*. Sveriges Radio.

<https://sverigesradio.se/avsnitt/varfor-kan-vissa-inte-sta-emot-suget-att-kopa-nya-klader>

Andersson, E. (2020). Reconstructing the global political economy: An analytical guide. Bristol University Press.

Assadourian, E. (2010). The rise and fall of consumer cultures. *State of the World*, pp. 3 – 20.

Banks, M. (2013). Individual Responsibility for Climate Change. *The Southern Journal of Philosophy 51:1*, pp. 42 – 66. Doi: 10.1111/sjp.12008.

Barriball, K.L. & While A. (1994). Collecting data using a semi-structured interview: a discussion paper. *Journal of Advanced Nursing 19:2*, pp. 328 – 335. Doi: 10.1111/j.1365-2648.1994.tb01088.x.

Broome, J. (2018). Against Denialism. *The Monist 102:1*, pp. 110 – 129. Doi: 10.1093/monist/ony024.

Bryman, A. (2018) Samhällsvetenskapliga metoder. Upplaga 3. Liber.

California Institute of Technology. (u.å.). *What Is the Evidence for Human-Caused Climate Change?* Hämtad 2023-05-08 från

<https://scienceexchange.caltech.edu/topics/sustainability/evidence-climate-change>

Caulfield, J. (u.å.). *How to Do Thematic Analysis: Step-by-Step Guide & Examples*. Hämtad 2023-05-06 från

<https://www.scribbr.com/methodology/thematic-analysis/>

Environmental Audit Committee, House of Commons (2019). *Fixing Fashion: Clothing consumption and sustainability*.

<https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmenvaud/1952/report-summary.html>

Europakommissionen. (u.å.). *Climate Action*. Hämtad 2023-04-25 från

https://climate.ec.europa.eu/climate-change/causes-climate-change_en

Fashion Revolution. (2022). *Fashion Transparency Index 2022*.

https://issuu.com/fashionrevolution/docs/fti_2022

Hibberd, M. (2019). Key challenges for the fashion industry in tackling climate change. *Studies in Communication Sciences* 18:2, pp. 383 – 397. Doi: 10.24434/j.scoms.2018.02.012.

Hiller, A. (2011). Climate Change and Individual Responsibility. *The Monist* 94:3, pp. 349 – 368. Doi: 10.5840/monist201194318.

Intergovernmental Panel on Climate Change. (2023). *Synthesis Report of the IPCC Sixth Assessment Report (AR6)*.

https://www.ipcc.ch/report/ar6/syr/downloads/report/IPCC_AR6_SYR_LongerReport.pdf

Johannesson, E. (2023, 23 mars). “Fast fashion” på nätet – vår tids nya snabbmat. *Svenska Dagbladet*.

<https://www.svd.se/a/KnbybX/sa-paverkar-fast-fashion-och-textilindustrin-miljon>

Jönsson, K., Jerneck, A. & Arvidsson, M. (2011). Politik och utveckling i en globaliserad värld: En introduktion. Studentlitteratur AB.

Kingston, E. & Sinnott-Armstrong, W. (2018). What’s Wrong with Joyguzzling? *Ethical Theory and Moral Practice* 21, pp. 169 – 186. Doi: 10.1007/s10677-017-9859-1.

Larrère, C. (2018). Responsibility in a Global Context: Climate Change, Complexity, and the “Social Connection Model of Responsibility”. *Journal of Social Philosophy* 49:3, pp. 426 – 438. Doi: 10.1111/josp.12255.

Leech, B.L. (2002). Asking Questions: Techniques for Semi structured Interviews. *Political Science & Politics* 35:4, pp. 665 – 668. Doi: 10.1017/s1049096502001129.

Malmström, B. (2022, 2 juni). *Snabbmode har enorm påverkan på vår miljö*.

<https://www.lu.se/artikel/snabbmode-har-enorm-paverkan-pa-var-miljo>

Massoud, M.F. (2022). The price of positionality: assessing the benefits and burdens of self-identification in research methods. *Journal of Law and Society* 49:S1, pp. 64 – 86. Doi: 10.1111/jols.12372.

Mawgoud, N.A. (2023, 20 mars). Fast Fashion Statistics and Trends in 2023. *Itlinux*.

<https://blog.gitnux.com/fast-fashion-statistics/>

Maxwell, J.A. och Chmiel, M. (2014). Generalization in and from Qualitative Analysis. I Flick, U (red.), *The SAGE Handbook of Qualitative Data Analysis* (s. 540 – 553). SAGE.

McKniff, K. (u.å.). *Thematic analysis of interview data: 6 ways NVivo can help*. Hämtad 2023-05-12 från

<https://lumivero.com/resources/thematic-analysis-of-interview-data-nvivo/>

McKinsey & Company och Global Fashion Agenda. (2020). *Fashion on Climate: How the fashion industry urgently act to reduce its greenhouse gas emissions*.

<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/retail/our%20insights/fashion%20on%20climate/fashion-on-climate-full-report.pdf>

Munson, S., Kotcher, J., Maibach E., Rosenthal, S.A. och Leiserowitz, A. (2021). The role of felt responsibility in climate change political participation. *Oxford Open Climate Change* 1:1. Doi: 10.1093/oxfclm/kgab012.

Naturvårdsverket. (u.å.). *Beräkna klimatpåverkan*. Hämtad 2023-05-04 från

<https://www.naturvardsverket.se/vagledning-och-stod/luft-och-klimat/berakna-klimatpaverkan>

Patwary, S., Haque Ariful, M., Kharraz, J.A., Khanzada, N.K., Farid, M.U. och Kumar N.M. (2022). Apparel Consumer Behavior and Circular Economy: Towards a Decision-Tree

Framework for Mindful Clothing Consumption. *Sustainability* 15:1, pp. 656. Doi: 10.3390/su15010656.

Robertson, C. (2021). Reducing Personal Emissions in Response to Collective Harm. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 34:2. Doi: 10.1007/s10806-021-09848-1.

Sardo, M.C. (2020). Responsibility for climate justice: Political not moral. *European Journal of Political Theory* 22:1, pp. 26 – 50. Doi: 10.1177/1474885120955148.

Sigurdsson, C. (2020, 16 oktober). *Who is to blame for fast fashion?* Hämtad 2023-05-10 från <https://www.varsity.co.uk/fashion/19945>

Sinnott-Armstrong, W. (2005). It's not *my* fault: Global warming and individual moral obligations. *Perspectives on Climate Change: Science, Economics, Politics, Ethics Advances in the Economics of Environmental Resources*. Volume 5, pp. 285 – 307. Doi: 10.1016/S1569-3740(05)05013-3.

Vaismoradi, M., Jones, J., Turunen, H. & Snelgrove, S. (2016). Theme development in qualitative content analysis and thematic analysis. *Journal of Nursing Education and Practice* 6:5, pp. 100 – 110. Doi: 10.5430/jnep.v6n5p100.

Wray-Lake, L., C.A. Flanagan. & Wayne-Osgood, D. (2010). Examining Trend in Adolescent Environmental Attitudes, Beliefs, and Behaviors Across Three Decades. *Environment and Behavior* 42:1, pp. 61 – 85. Doi: 10.1177/0013916509335163.

Young, I.M. (2007) *Globala utmaningar: Krig, Självbestämmande och Global rättvisa*. Tankekraftförlag.

Bilaga 1 – Intervjuguide

Intervjuguide

- Bakgrund:
 - Hur gammal är du?
 - Vart bor du?
 - Hur mycket kunskap har du kring klimatförändringar etc.?
- Ansvar i förhållande till klimatförändringar:
 - Har någon ansvar för klimatförändringarna?
 - *Följdfråga:* Varför har någon (inte) ansvar?
 - *Om ja:* Anser du att det är viktigt?
 - Vilka instans tycker du har mest/störst ansvar i relation till klimatförändringarna?
 - Staten
 - Företag/näringsliv
 - Civilsamhället
 - Individen
 - Alla ovanstående
 - Annan instans
 - *Beroende på ovan svar*, hur tycker du ansvarsfördelningen ser ut inom denna grupp? Har alla lika mycket ansvar eller finns det t.ex. vissa *individer* som har ett större ansvar än andra?
 - Skiljer sig ansvaret beroende på vad man talar om? T.ex. är det samma instans som har ansvar kring förbränningen av fossila bränslen som köttkonsumtionen? Varför/varför inte?
 - Om man begår en handling vars konsekvenser är utanför ens vetskap, bör man då hållas ansvarig för konsekvenserna?
- Klädkonsumtion:
 - Hur ser din klädkonsumtion ut?
 - Hur ofta konsumerar du kläder?
 - Hur stor del av din klädkonsumtion är nyproducerade kläder?
 - I vilken utsträckning påverkas din konsumtion av din omgivning? Såsom trender och umgänge.
- Klädkonsumtion kopplat till klimatförändringar och ansvar:

- Hur stor kunskap har du kring klädindustrins miljöpåverkan?
- Anser du att konsumenten har en skyldighet att vara påläst om sakerna de konsumerar? T.ex. var de kommer ifrån och hur de tillverkas.
- Har de med större kunskap kring klädindustrins miljöpåverkan ett större ansvar än de som har mindre kunskap?
- *Följdfråga:* Hur skulle de ansvaret ta form?
- Till hur stor del har individen ett ansvar att se till så klädindustrin hålls i linje med en hållbar utveckling?
- Vem är det som i slutändan har det primära ansvaret?
- Hur påverkar din vetskap om ett företags hållbarhetsarbete din konsumtion av dem?
- Är det viktigt för dig att företag har ett väl etablerat hållbarhetsarbete?
- Hur kan andra faktorer och miljövänliga beteenden rättfärdiga en hög klädkonsumtion?