

Victor Paul

HUR KAN ÅTERVINNINGSGRADEN HÖJAS?

En studie i skärningspunkten mellan Theory of Planned Behavior, marknadskommunikation och unga urbana konsumenters intention att sortera hushållsavfall

Pro gradu-avhandling i Internationell marknadsföring

Handledare: Wilhelm Barner-Rasmussen

Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi

Åbo Akademi

Åbo 2022

Åbo Akademi – Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi
Ämne: Internationell marknadsföring
Avhandlingens titel: Hur kan återvinningsgraden höjas? – En studie i skärningspunkten mellan Theory of Planned Behavior, marknadskommunikation och unga urbana konsumenters intention att sortera hushållsavfall
Författare: Victor Paul
Handledare: Wilhelm Barner-Rasmussen
<p>Abstrakt:</p> <p>Över 80 % av de sopor som slängs i blandavfallet i Finland kunde sorteras. Det stora svinnet av nyttomaterial innebär att avfallet inte kan återvinnas och omvandlas exempelvis till glas- och metallföremål, biogas eller värme. De två sistnämnda är exempel på att återvinning inte bara är viktigt ur miljöperspektiv, utan också med tanke på självförsörjning.</p> <p>Syftet med denna avhandling var att utreda hur återvinningsgraden av hushållsavfall kunde höjas bland unga urbana konsumenter i Finland. För att uppfylla detta syfte har en teoretisk modell med utgångspunkt i theory of planned behavior och marknadskommunikation använts. Studien grundar sig empiriskt på semistrukturerade intervjuer med unga urbana konsumenter i åldern 24–28 år.</p> <p>Utifrån det empiriska materialet framträdde två typer av sorterare: de som rapporterade en aktiv intention att sortera, och de som inte rapporterade en sådan. Den största skillnaden mellan grupperna var att de som uttalade en aktiv intention att sortera hade en mer känslomässig koppling till avfallssortering, medan den andra gruppen hade ett mer praktiskt perspektiv på fenomenet. Grupperna mötte dels gemensamma, dels skilda problem i anslutning till sitt sorteringsbeteende.</p> <p>Gemensamt för båda grupperna var att de upplevde informationen i anslutning till sortering som dålig och de kände sig osäkra på sorteringen av visst avfall. Grupperna skilde sig främst på två punkter. För det första noterade de som inte rapporterade att de aktivt sorterar utrymmesbrist i lägenheten som ett hinder för sortering. För det andra visade grupperna olika kunskap om vad som händer med avfallet efter att det sorterats. De som rapporterade att de aktivt sorterar sitt avfall visade en sämre kunskap om fenomenet. Det empiriska materialet avspeglade att kunskap om omvandling av avfall inte nödvändigtvis leder till att konsumenter sorterar mera.</p> <p>Utifrån resultaten ges exempel på åtgärder som kan vidtas för att höja återvinningsgraden av hushållsavfall i urbana miljöer. Det rekommenderas marknadsundersökningar för att segmentera konsumenterna och anpassa marknadskommunikationen därefter. Det föreslås vidare att sortering beaktas vid planering av nya kök – särskilt för att sporra konsumenter som inte aktivt sorterar. Ytterligare rekommenderas det att sorteringsanvisningar på förpackningar förenhetligas och avfallskärlens utseende, såsom färg, standardiseras enligt avfallssort.</p>
Nyckelord: återvinningsgrad, hushållsavfall, sorteringsbeteende, sorteringsintention, sortering, återvinning, theory of planned behavior, marknadskommunikation, product transformation
Datum: 16.6.2022
Sidantal: 79

INNEHÅLL

1	INLEDNING.....	1
1.1	PROBLEMFÖRMULERING	1
1.2	SYFTE OCH FORSKNINGSPRÅGOR	3
1.3	AVGRÄNSNINGAR	4
1.4	BEGREPPSDEFINITIONER.....	6
2	REFERENSRAM	8
2.1	EN ÖVERSIKT AV REFERENSRAMEN	8
2.2	THEORY OF REASONED ACTION OCH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR.....	8
2.3	UTÖKAD TPB I SAMBAND MED SORTERINGSBETEENDE	15
2.4	EMPIRISK FORSKNING OM SORTERINGSBETEENDE I EN NORDISK KONTEXT	17
2.5	SORTERINGSBETEENDE, MARKNADSKOMMUNIKATION OCH INSPIRATION.....	21
2.6	SAMMANFATTNING AV REFERENSRAMEN.....	24
3	METODIK.....	26
3.1	FILOSOFISK GRUND OCH VAL AV METOD	26
3.2	KVALITATIV METOD OCH DET TEORETISKA RAMVERKET	27
3.2.1	<i>Semistrukturerade intervjuer</i>	27
3.2.2	<i>Intervjuer med stimuli</i>	28
3.3	DATAINSAMLING	29
3.3.1	<i>Valet av informanter och forskarens egen roll</i>	30
3.3.2	<i>Intervjumetod</i>	31
3.3.3	<i>Definitioner på de avfallssorter som behandlades i intervjuerna</i>	32
3.4	ABDUKTIV ANSATS	33
3.5	ANALYS AV DET EMPIRISKA MATERIALET	34
3.5.1	<i>Riktad innehållsanalys</i>	34
3.6	UNDERSÖKNINGENS KVALITET	35
3.7	ETIK.....	37
4	RESULTAT	38

4.1	INFORMANTER MED EN UTTALAD INTENTION ATT SORTERA	38
4.1.1	<i>Miljöintresse</i>	39
4.1.2	<i>Attityd till sortering</i>	39
4.1.3	<i>Subjektiva normer</i>	40
4.1.4	<i>Upplevd beteendekontroll</i>	42
4.1.5	<i>Marknadskommunikation</i>	46
4.2	INFORMANTER UTAN UTTALAD INTENTION ATT SORTERA	51
4.2.1	<i>Attityd till sortering</i>	51
4.2.2	<i>Subjektiva normer</i>	53
4.2.3	<i>Upplevd beteendekontroll</i>	56
4.2.4	<i>Marknadskommunikation</i>	61
5	ANALYS OCH DISKUSSION	68
5.1	ATTITYD TILL SORTERING	68
5.2	SUBJEKTIVA NORMER.....	70
5.3	UPPLEVD BETEENDEKONTROLL.....	71
5.4	MARKNADSKOMMUNIKATION.....	72
5.5	SVAR PÅ DEN EMPIRISKA FORSKNINGSFRÅGAN	74
5.6	EN SAMMANFATTNING AV RESULTAT OCH ANALYS SAMT TILLÄGG TILL STUDIENS REFERENS RAM.....	74
5.7	DISKUSSION	76
5.8	AVSLUTANDE REFLEKTIONER.....	78
	KÄLLOR.....	80
	BILAGA A: INTERVJUGUIDE.....	95
	BILAGA B: BILD PÅ EN TYPISK SORTERINGSPLATS I ÅBO	99
	BILAGA C: BILDER PÅ AVFALL SOM VISATS I INTERVJUN.....	100

FÖRTECKNING ÖVER FIGURER OCH TABELLER

Figur 1 Theory of reasoned action och theory of planned behavior.....	11
Figur 2 Theory of planned behavior.....	12
Figur 3 Faktorer som påverkar sortering utifrån Kokkonens studie	20
Figur 4 Studiens ramverk	24
Bild 1 Exempel på produktomvandling.....	23
Bild 2 En typisk sorteringsplats i Åbo.....	99
Bild 3 Olika slags förpackningar.....	101
Bild 4 Plastförpackningar	101
Bild 5 Kartongförpackningar	101
Bild 6 Konservburk	101
Bild 7 Glasburk med metallock.....	101
Bild 8 Pantflaskor.....	102

1 INLEDNING

En bakgrund till avhandlingen ges och avhandlingens problemdefinition diskuteras. Syftet med avhandlingen och avhandlingens forskningsfrågor presenteras. Vidare redogörs för relevanta begrepp som används i undersökningen och undersökningens disposition presenteras.

1.1 Problemformulering

”Bristfällig sortering är pengar rakt ner i soptunnan – en massa bra mat ligger bland det brännbara avfallet, visar stickprov” -*Yle Äboland 9.5.2022* (Juuti & Söderman, 2022). Och det är inte bara mat som ligger bland det brännbara avfallet¹, utan bland annat även plastförpackningar, kartong, papper, glasförpackningar och metall (Sydvästra Finlands Avfallsservice Ab, 2020). Hela 85 procent av det avfall som slängs i det brännbara avfallet i Åboregionen kunde sorteras (Sydvästra Finlands Avfallsservice Ab, 2020). Åbo är ingen ensamvarg i detta hänseende: Helsingforsregionen ligger på samma nivå (Helsingforsregionens miljötjänster, 2022) och det nationella snittet rör sig kring samma siffra enligt den senaste uppskattningen (Suomen Kiertovoima ry, 2020).

Betydelsen av hur den enskilda konsumenten sorterar sitt avfall är stor. Då till exempel bioavfall inte sorteras kan matresterna inte återvinnas för att framställa biogas och återvinning av övrigt avfall försvåras, i och med att avfallet väts ner (Jord- och skogsbruksministeriet & Miljöministeriet, 2020). Då övriga material, såsom metall och glasförpackningar, inte sorteras, kan de inte återvinnas till nya produkter. ”Återvinning börjar med sortering” menar ett finskt avfallshanteringsföretag (Rosk’n Roll, 2022).

¹ I avhandlingen används brännbart avfall som synonym till blandavfall. Se kapitel 3.3.3 för närmare definition på de avfallssorter avhandlingen hänför sig till.

Vikten av återvinning har betonats i och med den globala uppvärmningen. Återvinning nämns som ett av Förenta staternas (FN) globala mål², mål nummer 12 “Hållbar konsumtion och produktion” (UNDP, 2022) samt i Den europeiska gröna givenens “Handlingsplan för den cirkulära ekonomin” (Europeiska kommissionen, Generaldirektoratet för miljö COM/2020/98). Trots medvetenheten om återvinningens fördelar ligger återvinningsgraden för kommunalt avfall³ i Europa på 48 procent i dagsläge, medan den i Finland (år 2020) ligger på 42 procent – under EU-snittet (Eurostat, 2022). Hushållen och de enskilda konsumenterna är viktiga beståndsdelar med tanke på återvinningsgraden för kommunalt avfall, då cirka hälften av det kommunala avfallet i finska städer består av hushållsavfall³ (se t.ex. Helsingforsregionens miljötjänster, 2022). Återvinningsgraden för hushållsavfall varierar på nationell nivå. I Åbo återvanns 40 procent av hushållsavfallet år 2019, medan siffran i Kuopio (2019), huvudstadsregionen och Kyrkslätt (2020) var cirka 45 procent (Finlands miljöcentral SYKE, 2020; Helsingforsregionens miljötjänster, 2022).

I Finland har återvinningsgraden på 2000-talet inte höjts märkbart: år 2006 låg den på 34 procent och ännu år 2014 på 33 procent (Statistikcentralen, 2021). Ett hopp från 33 till 41 procent i återvinningsgraden år 2015 förklaras av att den statistiska klassificeringen av fiberförpackningar ändrades (Salmenperä m.fl., 2019). Europaparlamentet och rådet har gett ett direktiv (2008/98/EG) med målsättningen att 50 procent av kommunalt avfall skulle återvinnas till och med år 2020, och detta direktiv har ändrats år 2018 (2018/851) med mer ambitiösa framtida mål. Enligt det uppdaterade direktivet ska 55 procent av kommunalt avfall återvinnas år 2025 för att stegvis öka till 60 procent år 2030 och ytterligare till 65 procent år 2035. Med tanke på de siffror som presenterats finns det potential för en ökning av återvinningsgraden i Finland, som var åtta procentenheter ifrån att nå sitt mål för år 2020.

Stora steg krävs för att nå Europaparlamentets och rådets målsättningar. Jag är intresserad av att förstå varför återvinningsgraden ligger på en så låg nivå och vilka

² Det finns 17 globala mål som sattes upp år 2015 av FN för att nås år 2030. Målen är relaterade till social, ekonomisk och miljömässig hållbarhet. (UNDP, 2022)

³ Se kapitel 1.4 för definition.

åtgärder som krävs för att de framtida målen ska kunna nås. Eftersom de enskilda konsumenternas beslut påverkar återvinningsgraden, utgör dessa ett intressant forskningsområde. Varför väljer en konsument att sortera sitt avfall, medan en annan väljer att låta bli? Vilka faktorer påverkar konsumentens beslut och hur kan man med hjälp av marknadsföringsåtgärder påverka dessa?

Kokkonen (2020) har gjort en kvantitativ studie av vilka faktorer som påverkar sorteringsbeteende i Finland, och på basis av denna efterlyser hon kvalitativa studier för att få en djupare förståelse för de faktorer som ligger bakom individens sorteringsbeteende. Denna avhandling är ett försök att svara på det behov som Kokkonen (2020) har identifierat.

Jag anlägger ett marknadsföringsperspektiv på avhandlingen och behandlar individer som sorterar som konsumenter. För att få en förståelse för konsumentens sorteringsbeteende utgår jag från *theory of planned behavior* (på svenska ungefär teorin om planerat beteende, härafter TPB) en modell för att förklara framtida beteende (Ajzen, 1985). Detta är något som även tidigare studier inom marknadsföring har gjort (se t.ex. Davies m.fl., 2002; Tonglet m.fl., 2004; Chan & Bishop, 2013; Onel & Mukherjee, 2017). I studier där individens sorteringsbeteende har undersökts har termerna sorteringsbeteende och återvinningsbeteende ofta använts som synonymer (Kokkonen, 2020). Eftersom denna avhandling empiriskt är avgränsad till hur och varför konsumenter sorterar sitt avfall, inte återvinner, använder jag mig framöver av termen sorteringsbeteende istället. Förutom TPB kommer jag även att kort redogöra för tidigare empirisk forskning om sorteringsbeteende i Norden och diskutera hur man kan inspirera konsumenten till att sortera med hjälp av marknadskommunikation.

1.2 Syfte och forskningsfrågor

Syftet med studien är att utreda hur återvinningsgraden av hushållsavfall kunde höjas bland unga urbana konsumenter i Finland. För att uppnå syftet med avhandlingen har tre

forskningsfrågor formulerats. Den första är teoretisk, den andra empirisk och den tredje normativ.

1. *Hur kan TPB tillämpas för att förklara sorteringsbeteende och marknadskommunikationens inverkan på detta?*
2. *Vilka faktorer påverkar unga urbana konsumenters intention att sortera i en finländsk kontext?*
3. *Hur kan återvinningsgraden höjas i urbana miljöer i Finland?*

Den teoretiska forskningsfrågan besvaras i slutet av kapitel 2, den empiriska och den normativa forskningsfrågan besvaras i kapitel 5.

1.3 Avgränsningar

Avhandlingen är teoretiskt avgränsad till TPB eftersom modellen har konstaterats vara en fungerande utgångspunkt i tidigare forskning om sorteringsbeteende.

Empiriskt är undersökningen avgränsad till en finsk stadsmiljö och ett finskt, ungt och urbant konsumentsegment bestående av både män och kvinnor som vid tillfället för datainsamlingen var mellan 24 och 28 år. Orsaken till valet av ett urbant konsumentsegment är att jag vill utesluta distans till sorteringsplatsen⁴ som en förklarande faktor till sorteringsbeteende då den i tidigare forskning visat sig vara av stor betydelse för motivationen att sortera (se t.ex. Hage el al., 2009; Miafodzyeva, S & Brandt, 2013; Kokkonen, 2020). I urbana miljöer i Finland är avståndet till sorteringsplatsen i regel kort (sorteringsplatsen finns på gården) och det är gratis att sortera avfall såsom bioavfall, medan det däremot på landsbygden kostar att ha en separat behållare för till exempel bioavfall. Undersökningen är avgränsad till en medelstor stad i Finland, Åbo, för att kunna utesluta skillnader mellan olika städers återvinningsmöjligheter.

⁴ Med sorteringsplats hänvisar jag till det ställe där konsumenten sorterar sitt avfall. I denna avhandling syftar sorteringsplatsen i huvudsak på urbana sorteringsplatser som finns på husbolagens gård. Se bilaga B, bild 2 för exempel.

I urbana miljöer är sortering av plastförpackningar, kartongförpackningar, papper, bioavfall, glasförpackningar och metall ofta möjligt på konsumenternas hemgårdar, och ytterligare finns det behållare för brännbart avfall. Således avgränsar sig undersökningen till dessa avfallssorter och utesluter problemavfall såsom lampor och till exempel byggnadsavfall som i Finland måste deponeras vid särskilda avfallscentraler. Avhandlingen är vidare avgränsad till ett sådant sorteringsbeteende som utförs i informanternas hem, vilket betyder att all återvinningsaktivitet som utförs på en annan plats än konsumentens hemgård är utesluten ur avhandlingen. Exempel på detta är då konsumenten deponerar sitt avfall i allmänna avfallskärl som finns på gator eller på semesterresor i utlandet.

Ett ungt segment har valts då jag anser att deras sorteringsbeteende är viktigt med tanke på framtiden och de globala utmaningarna som jag hänvisat till tidigare i kapitlet. Valet av ett ungt urbant segment motiveras vidare av att jag har en insiderstatus i förhållande till segmentet. Insiderforskning kan förklaras som forskning som utförs på en grupp dit forskaren själv hör (se t.ex. Brannick & Coghlan, 2007; Mercer, 2007), eller en grupp som forskaren är bekant med sedan tidigare (Hellowell, 2006; Merton, 1972). På grund av att jag själv möter liknande utmaningar eller möjligheter i hänseende till sorteringsbeteende kan jag lättare få en bild av informanternas sorteringsbeteende.

Avhandlingen är vidare empiriskt avgränsad till personer som bor i enpersonshushåll, för att kunna utesluta andra personers påverkan på individens sorteringsbeteende i hushållet. Jag är alltså explicit intresserad av individens egna motiv för att sortera, och inte hur andra personer i hushållet påverkar individens sorteringsbeteende. Enligt TPB kan andra personer ha en betydande påverkan på individens möjligheter att utföra ett beteende (Ajzen, 1985), och jag vill alltså utesluta denna möjliga förhindrande eller möjliggörande påverkan på individens beteende.

Metodmässigt är avhandlingen avgränsad till en kvalitativ metod i form av semistrukturerade intervjuer. Detta på grund av att jag anser att intervjuer ger djup i

ämnet och svarar på Kokkonens (2020) efterlysning av intervjuer för vidare studier av sorteringsbeteende. Intervjuer är även en lämplig metod att använda i samband med TPB, då modellen inte kan mäta faktiskt handlande, utan planerat, framtida beteende.

1.4 Begreppsdefinitioner

För att underlätta läsandet av avhandlingen presenteras definitioner på centrala begrepp.

Återvinningsgrad

Återvinningsgraden inkluderar materialåtervinning, kompostering och rötning, som förklarar processen då organiskt material förvandlas till biogas (Eurostat, 2022).

Avfall

I avhandlingen syftar ”avfall” på de avfallssorter som avhandlingen avgränsar sig till (se kapitel 3.3.3 för definitioner på de olika avfallssorterna).

Hushållsavfall

Kommunalt avfall som produceras i hemmen, så som energiavfall, bioavfall, kartong, papper, glas, metall och plast (Finlands miljöcentral SYKE, 2021a)

Kommunalt avfall

Allt avfall som uppstår i hushållen och motsvarande avfall som uppstår i handel, industri och servicesektorn (Finlands miljöcentral SYKE, 2021b). Gemensamt för olika slag av kommunalt avfall är att det uppkommer vid konsumtion av slutprodukter. (Statistikcentralen, 2022)

Marknadskommunikation

Jag definierar marknadskommunikation enligt Amnéus (2010, s. 8) som ”en organisations kommunikation med sina intressenter”. I kontexten av denna avhandling syftar dessa organisationer t.ex. på myndigheter eller avfallshanteringsföretag, och intressenterna syftar på konsumenter som i olika grader sorterar sitt avfall. I

avhandlingen fokuserar jag på marknadskommunikation i anslutning till sorteringsbeteende.

Sorteringsbeteende

Med sorteringsbeteende syftar jag på de aktiviteter som konsumenten utför för att sortera eller låta bli att sortera sitt avfall. Till dessa hör bland annat transport av avfallet från hemmet till sorteringsplatsen, tvätt av förpackningar och förvaring av avfall i hemmet. Återvinning börjar med sortering: avfallet måste först sorteras för att sedan kunna återvinnas (Kokkonen, 2020).

TPB: Theory of Planned Behavior

TPB är en modell för att förklara individens intentioner att utföra ett framtida beteende (Ajzen, 1991). Dessa intentioner påverkas enligt Ajzen (1991) av attityd till beteendet, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll (se kapitel 2.1 för närmare beskrivning).

Återvinning av avfall

Begreppet definieras i Avfallslag (646/2011) enligt följande: ”verksamhet vars främsta resultat är att avfallet utnyttjas vid produktionsanläggningar eller någon annanstans i samhället genom att det ersätter ämnen eller föremål som i annat fall skulle ha använts för detta syfte”.

2 REFERENSRAM

I referensramen presenteras theory of reasoned action, TPB och nordiska studier, varefter det diskuteras hur marknadskommunikation kunde påverka sorteringsbeteende. Ett sammanfattande ramverk presenteras i slutet av kapitlet.

2.1 En översikt av referensramen

Referensramen besvarar avhandlingens första forskningsfråga: ”Hur kan TPB tillämpas för att förklara sorteringsbeteende och marknadskommunikationens inverkan på detta?”

Referensramen bygger på TPB, nordiska studier i sorteringsbeteende samt marknadskommunikationens påverkan på sorteringsbeteende. I det följande diskuteras TPB och modellens implikationer.

2.2 Theory of reasoned action och theory of planned behavior

Före millennieskiftet hade marknadsföringsforskning med fokus på sorteringsbeteende sin utgångspunkt i *Theory of Reasoned Action* (TRA) (se t.ex. Pieters, 1991; Allen m.fl., 1993; Thøgersen, 1996). En betydande del av senare forskning har däremot använt antingen TPB eller tillämpade versioner av denna (se t.ex. Davies m.fl., 2002; Chan & Bishop, 2013; Onel & Mukherjee, 2017; Guiot m.fl., 2019 Ramayah, m.fl., 2012; Setiawan m.fl., 2020). TPB är en utökad version av TRA (Ajzen & Fishbein, 1980; Fishbein & Ajzen, 1975).

Fastän grunderna till TPB lades redan för snart femtio år sedan och modellen har kritiserats då sorteringsbeteende studeras (t.ex. Boldero, 1995; Ma m.fl., 2021), är den relevant än idag. Detta motiveras av att de flesta studierna med beteendefokus utgått från TPB eller tillämpningar av modellen (Phulwani m.fl., 2020; Ma m.fl., 2021). Modeller som utgår från altruistisk beteende, normer eller värderingar, såsom ”model of altruistic

behavior”, ”norm-activation theory” och ”value-belief-norm theory” har använts mera sällan (se Phulwani m.fl., 2020; Ma m.fl., 2021 för litteraturöversikt). TPB:s föregångare TRA presenteras nedan.

Enligt Ajzen (1985) kan ett beteende förutspås genom att man studerar individens intention (avsikt) att utföra ett beteende. Individens intention ses som den faktor som bäst förutspår huruvida individen utför eller inte utför ett beteende (Ajzen, 1985). Individens intentioner att utföra ett beteende påverkas enligt TRA av två faktorer:

- (1) *Attityd till beteende*, som kan vara positiv eller negativ.
- (2) *Subjektiva normer*, som avspeglar individens uppfattning om den sociala pressen att utföra eller inte utföra ett beteende. (Ajzen, 1985)

Då (1) attityden till beteendet är positiv och (2) individen upplever att närkretsen (referensgruppen) tycker hen ska utföra beteendet är det sannolikt att individen har en intention att utföra beteendet (se figur 1, s. 10). Den relativa betydelsen av attityd till beteendet och subjektiva normer kan variera från person till person. (Ajzen, 1985) Attityd till beteendet och de subjektiva normerna påverkas som följer:

- Attityd till beteendet påverkas av individens subjektiva uppfattning om beteendets utfall (positivt eller negativt) samt styrkan av denna uppfattning.
- Subjektiva normer påverkas av styrkan av individens normativa tro (eng. normative beliefs) på att referensgruppen anser att individen ska eller inte ska utföra ett beteende. Ytterligare påverkas subjektiva normer av individens motivation att bete sig i enlighet med referensgruppens åsikter.

Skillnaden mellan TRA och dess efterträdare TPB är att TRA lämpar sig för sådant beteende där individens beteende grundar sig på *viljestyrd kontroll* (eng. volitional control), vilket syftar på situationer där individens val att utföra eller inte utföra ett beteende är fullständigt under individens kontroll. Faktorer som kan påverka

individens viljestyrda kontroll över ett beteende kan delas in i interna och externa faktorer. Exempel på de interna faktorerna är:

- *Information, färdigheter och förmågor att utföra ett beteende*, som tar i beaktande om individen har sådan kunskap som krävs för att utföra beteendet.
- *Individens viljestyrka och starka känslor*, som påverkas till exempel av en tidigare negativ erfarenhet av att utföra beteendet.

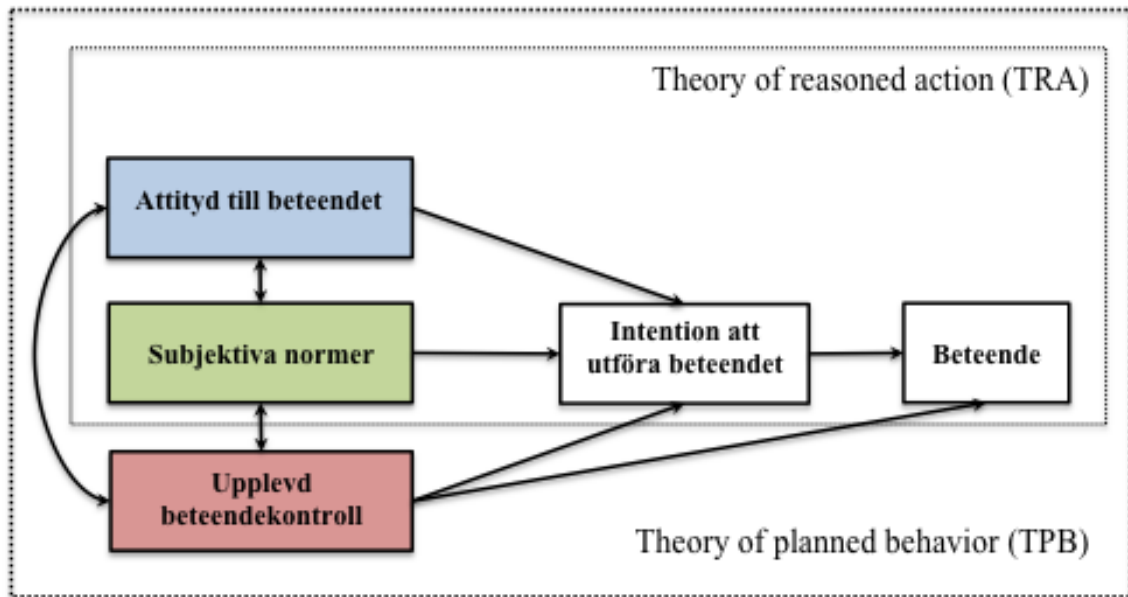
(Ajzen, 1985)

Exempel på de externa faktorerna som påverkar individens viljestyrda kontroll är:

- *Tid och möjlighet*. De externa faktorer som gör att individen inte har möjlighet eller tid att utföra beteendet.
- *Beroende av andra*. Situationer då andra personer påverkar personens möjligheter att utföra beteendet.

(Ajzen, 1985)

Dessa interna och externa faktorer står utanför attityden till beteendet, de subjektiva normerna samt individens intentioner att utföra beteendet. De ingår således i en egen kategori: personens upplevda kontroll över beteendet, härafter *upplevd beteendekontroll* (eng. perceived behavioral control). I sådana situationer där andra faktorer än attityd till beteendet och subjektiva normer påverkar intentionen att utföra ett beteende förs vi in på TPB som även tar individens upplevda beteendekontroll i beaktande. (Ajzen, 1985) Sorteringsbeteende är ett beteende som kräver att individen sorterar, förvarar och har kunskap om vad som kan sorteras och hur detta ska göras (Boldero, 1995, i: Tonglet m.fl., 2004). Flera faktorer som är utanför individens viljestyrda kontroll kan påverka beteendet, såsom storleken på konsumentens kök och distans till sorteringsplatsen (Miafodzyeva & Brandt, 2013). Därför kan TPB snarare än TRA anses som det lämpliga ramverket för att undersöka sorteringsbeteende. Skillnaden mellan TPB och TRA visualiseras i figur 1 nedan.



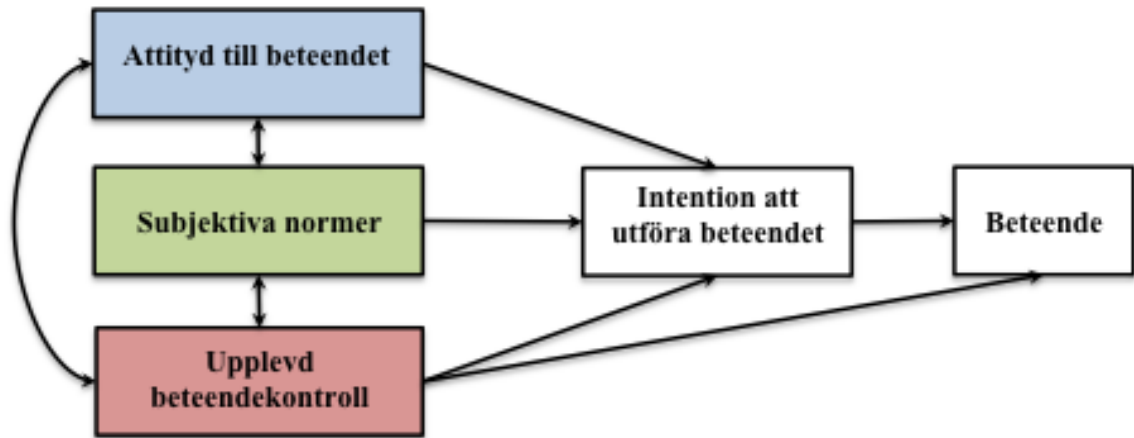
Figur 1 Theory of reasoned action och theory of planned behavior. Figurens faktorer i sin helhet ingår i TPB, medan upplevd beteendekontroll står utanför TRA.

Ur modellen ovan framgår det att skillnaden mellan TRA och TPB omfattar upplevd beteendekontroll⁵. Det är fråga om individens upplevelse av de interna och externa faktorer som kan påverka beteendet. Ju mer resurser och möjligheter för utförandet av beteendet individen upplever sig ha, desto större upplevd beteendekontroll. Ifall individen upplever (1) kontrollen över beteendet som stor, en (2) positiv attityd till beteendet och (3) positiva subjektiva normer, är sannolikheten stor att individen har som intention att utföra beteendet. (Ajzen, 1991)

Den upplevda beteendekontrollens betydelse kan förklaras genom att jämföra den med Rotters (1966) teori om individens kontrollfokus (eng. locus of control). Skillnaden mellan upplevd beteendekontroll och kontrollfokus är att den senare nämnda fokuserar på individens allmänna upplevelse av självkontroll, medan upplevd beteendekontroll kan variera från situation till situation. Exempelvis innebär detta att en individ generellt sett kan uppleva att hens liv ligger i hens egen kontroll (inre kontrollfokus, eng. internal locus of control), medan hen inte tror på sina förmågor att utföra ett beteende som hen

⁵ Förhållandet mellan de olika figurerna diskuteras närmare på nästa sida, under figur 2.

inte behärskar (låg upplevd beteendekontroll) (Ajzen, 1991). Nedan presenteras TPB i en figur där förhållanden mellan dess olika faktorer framgår.



Figur 2 Theory of planned behavior med utgångspunkt i Ajzen 1991, s. 182.

Ur figuren ovan framgår det att attityd till beteendet, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll påverkar individens intention, som i sin tur påverkar individens beteende. Upplevd beteendekontroll har även en direkt påverkan på beteendet. Ur modellen framgår det även att attityd till beteendet, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll påverkar varandra (Ajzen, 1991). Det diskuteras huruvida det är ändamålsenligt att presentera modellens faktorer i en förenklad figur då gränsen mellan de olika faktorerna är otydlig. Jag har ändå valt att presentera modellen i detta format för att enklare kunna visualisera de olika faktorerna som påverkar beteende. Modellen ger inte svar på styrkan i beroendeförhållandena mellan de olika faktorerna.

Det finns några kriterier som måste uppfyllas för att TPB ska kunna användas som modell:

- (1) Intentionen bakom och uppfattningen om ett beteende måste vara siktat mot ett noggrant definierat beteende (Ajzen, 1991). Vad denna avhandling beträffar är avsikten att undersöka individens intentioner att "sortera i hushållet i urbana miljöer", inte intentioner att "sortera" på ett generellt plan.

- (2) Den upplevda kontrollen över beteendet borde avspegla den verkliga kontrollen över beteendet så noggrant som möjligt, d.v.s. den upplevda och verkliga kontrollen över beteendet borde vara så lika som möjligt. (Ajzen, 1991)
- (3) Händelser som sker mellan intention och beteende kan påverka individens intention eller upplevda beteendekontroll. Dessa kan leda till att den ursprungliga analysen av individens intentioner eller den upplevda beteendekontrollen inte längre är giltig.

Som redan noterats fokuserar TPB på individens intentioner att utföra ett beteende, inte det faktiska beteendet. Därför är det viktigt att forskningsobjektets svar reflekterar hans intentioner så nära in på utförandet av beteendet som möjligt (Ajzen, 1985).

Det finns fyra faktorer som kan påverka individens intentioner efter att de mätts och dessa kan indelas i:

- (1) *Tidsmässiga faktorer*, där ny information om ett beteende kan ändra på individens intention. Negativa uppfattningar om ett beteende verkar framträda starkare ju närmare utförandet av beteendet individen befinner sig. En individ är alltså i regel mer positivt inställd till ett beteende då utförandet av beteendet är mer avlägset tidsmässigt. (Ajzen, 1985)
- (2) *Förtroende och engagemang*, som inkluderar styrkan av individens intentioner att utföra beteendet. Ifall individens intentioner är starka är sannolikheten stor för att individen utför beteendet. (Ajzen, 1985)
- (3) *Individuella skillnader*, som omfattar skillnader i individers självkontroll. Sannolikheten för att individer med låg självkontroll inte agerar i likhet med sina intentioner är större än hos en person med stark självkontroll (Snyder & Swann, 1976; Zanna m.fl. 1980).

(4) *Långsiktigt förutspående*. Optimalt ska intentionen mätas precis innan utförandet av beteendet. Ju längre tiden mellan mätandet av intentionen och utförandet av beteendet är, desto större är sannolikheten för oväntade händelser. (Ajzen, 1985)

Det har argumenterats för att personliga normer borde tas i beaktande då individens utförande av ett beteende studeras (Gorsuch & Ortberg, 1983; Pomazal & Jaccard, 1976; Schwartz & Tessler, 1972). Personliga normer kan definieras som personliga moraliska uppfattningar eller skyldigheter att utföra eller inte utföra ett beteende (Ajzen, 1991) samt starkt internaliserade moraliska attityder (Heberlin & Black, 1981; Schwartz & Howard, 1980) eller de inre värderingar som upplyser individen om hur hen ska agera i en viss situation (Schwartz, 1968). Fastän Beck och Ajzen (1991) kom fram till att ”uppfattad moralisk skyldighet” påverkade individens intentioner att utföra eller inte utföra ett beteende har personliga normer inte lagts till som en dimension i TPB i forskning som Ajzen publicerat senare.

Ett annat exempel som återkommit i tidigare forskning (se bl.a. Ouellette & Wood, 1998; Bentler & Speckart, 1979; Fredricks & Dossett, 1983) är påverkan av tidigare beteende, d.v.s. tanken att tidigare beteende har en positiv korrelation med senare beteende. Ajzen (1991) hävdar att utfallet av en modell som är effektiv inte borde påverkas nämnvärt genom att lägga till tidigare beteende i modellen. Ajzen (1991) förklarar att TPB beaktar tidigare beteende genom att inkludera detta i upplevd beteendekontroll, då tidigare beteende kan ses som en betydande del av upplevd beteendekontroll (Bandura, 1986). Utöver de övriga interna och externa faktorerna som beskrivits på sidan 10 påverkar med andra ord tidigare beteende vår uppfattning om upplevd beteendekontroll.

Inom ramen för denna undersökning benämner jag TPB:s faktorer enligt följande: attityd till beteende benämns som *attityd till sortering*, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll hålls oförändrade och följer således Ajzen (1991). Intention benämns som *intention att sortera* (även sorteringsintention) och beteende nämns som

sorteringsbeteende. Med utgångspunkt i Ajzen (1991) definierar jag faktorerna enligt följande:

- Attityd till sortering definieras som konsumentens jämförelse av sorteringsbeteendes fördelar och nackdelar.
- Subjektiva normer definieras som den sociala pressen att sortera. De subjektiva normerna påverkas av konsumentens referensgrupp och närkrets. Jag antar att den sociala pressen att sortera kan stiga om informantens närkrets också sorterar aktivt.
- Upplevd beteendekontroll definieras som konsumentens upplevelse av interna och externa resurser och hinder för utförandet av sorteringsbeteendet.
- Intention att sortera syftar på konsumentens avsikt att sortera, och då datainsamlingsmetoden som valts för undersökningen inte kan mäta faktiskt sorteringsbeteende, koncentrerar sig undersökningen i huvudsak på intentionen att sortera. Undantaget gäller upplevd beteendekontroll, som enligt Ajzen (1991) har en direkt påverkan på både intention och beteende.
- För definition av sorteringsbeteende, se kapitel 1.4.

2.3 Utökad TPB i samband med sorteringsbeteende

Då TPB som modell tillåter examination av övriga variabler (Ajzen, 1991) har modellen utökats med olika faktorer i senare forskning, och kräver detta enligt till exempel Davies m.fl. (2002) i synnerhet då etiskt och moraliskt beteende undersöks. Sorteringsbeteende kan förklaras som ett moraliskt beteende istället för ett ekonomiskt beteende då det i regel inte leder till en extern belöning (Thøgersen, 1996). Sorteringsbeteende kräver både tid och ansträngning, bland annat i form av att förvara avfallet i skilda avfallskärl och att föra detta till återvinningsplatsen (Smallbone, 2005), och således kan man argumentera för att ingen människa skulle sortera (Chan & Bishop, 2013), om

motivationen inte föddes från inre motivation (Thøgersen, 1996). I sorteringsbeteenderelaterade undersökningar är en ofta återkommande tilläggsvariabel *personliga normer* (se t.ex. Nigbur m.fl. 2010; Chan & Bishop, 2013; Botetzagias m.fl., 2015), som kan definieras som ett starkt moraliskt begär att bete sig på ett visst sätt (Schwartz, 1973) eller som ”internaliserade värderingar” (Schwartz & Howard, 1980).

Davies m.fl. (2002) menar att TRA (och därmed även TPB) inte beaktar individens synpunkter om det som är rätt eller fel och motiverar därmed att undersöka individens personliga normer som en ytterligare orsak bakom individens intentioner att sortera. Davies m.fl. (2002) förklarar att skillnaden mellan subjektiva normer och personliga normer är att då individen bryter mot sina personliga normer bryter denna även mot sitt självkoncept. Enligt Davies m.fl. (2002) har två underliggande orsaker bakom individens personliga normer en direkt, individuell, påverkan på intentionen att sortera: (1) en förvisning om att sortering skapar en bättre miljö för framtida generationer samt (2) en principiell uppfattning om att man bör sortera.

Övriga undersökningar har funnit belägg för att *ersätta* attityd till beteendet med personliga normer (Chan & Bishop, 2013; Botetzagias m.fl., 2015) samt att i likhet med Davies m.fl., 2002 *tillägga* personliga normer som en fjärde variabel utöver attityd till beteendet, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll (Chen & Tung, 2010; Onel & Mukherjee, 2017). Onel och Mukherjee (2017) förklarar att individens *biosfäriska värderingar* (eng. biospheric values) är en betydande bakomliggande orsak till individens personliga normer. Ifall en individ har biosfäriska värderingar, betar sig individen enligt sin bedömning av beteendets kostnader och nyttor för biosfären (ekosystemet) (De Groot & Steg, 2008). De biosfäriska värderingarna påverkar sedan individens grad av miljöoro, medvetenhet av beteendets konsekvenser samt till vilken grad individen anser att beteendets konsekvenser beror på hen själv (Onel och Mukherjee, 2017).

I denna avhandling definierar jag personliga normer som individens internaliserade värderingar, med utgångspunkt i Schwartz och Howard (1980). Jag utgår från att de

internationaliserade värderingarna kan påverkas av individens biosfäriska värderingar, med utgångspunkt i Onel och Mukherjee (2017). I avhandlingen utgår jag vidare från att personliga normer kan påverka attityd till beteendet, då den sistnämnda definierats som ”konsumentens jämförelse av sorteringsbeteendets fördelar och nackdelar”.

2.4 Empirisk forskning om sorteringsbeteende i en nordisk kontext

Sorteringsbeteende kan även studeras på andra sätt än genom att använda sig av TPB eller andra modeller som förklarar beteende. På grund av att möjligheterna att sortera skiljer sig mellan olika länder (Minelgaitė & Liobikienė, 2019) redogör jag för exempel på hur detta gjorts i Norden och i Finland.

I studierna utanför Finland har Thøgersens undersökningar i Danmark citerats ofta (Thøgersen, 1994; 1996; 2003; 2006). Thøgersens modell för sorteringsbeteende från 1994 innehåller variabler som kan jämföras med de variabler som beskrivits tidigare i detta kapitel:

- Motivation att sortera som kan ses som en del av och jämföras med TPB:s attityd till beteendet
- Förmåga och möjlighet att sortera, vilka i sin tur kan ses som en del av och jämföras med upplevd beteendekontroll.

Thøgersen (1994) kom fram till att danska konsumenter har en positiv attityd till sortering som däremot inte förvandlas till konkreta gärningar, vilket är i linje med Uusitalo (1990) som fann att miljövänliga attityder inte överförs till finska konsumentens faktiska beteende. I sin undersökning om ekonomiska incitaments påverkan på sorteringsbeteende noterade Thøgersen (2003) att dessa har en inverkan på individens sorteringsbeteende. Thøgersen (2003) studerade påverkan av ett ”betala enligt vikt” -system (eng. pay-by-weight) i fem danska kommuner, där invånarna betalade enligt hur mycket blandavfall de producerade. Thøgersens (2003) undersökning visade

att ett ekonomiskt incitament som detta påverkade informanternas personliga normer samt upplevda förmåga att sortera (d.v.s. en ökad upplevd beteendekontroll). Thøgersen (2003) förklarar att ekonomiska incitament riskerar att minska på individens inre motivation att sortera och leda till problem som att individen deponerar avfall på fel ställen (för att undvika kostnader) (med stöd av t.ex. Deci m.fl., 1999; Ackermann, 1997; Diekmann & Preisendörfer, 1998). Thøgersen (1994) menar att ekonomiska incitament inte har ett samband med miljövänligt beteende då de sporrar ett egoistiskt beteende där kostnader vägs mot nyttor, istället för att öka individens inre motivation att sortera.

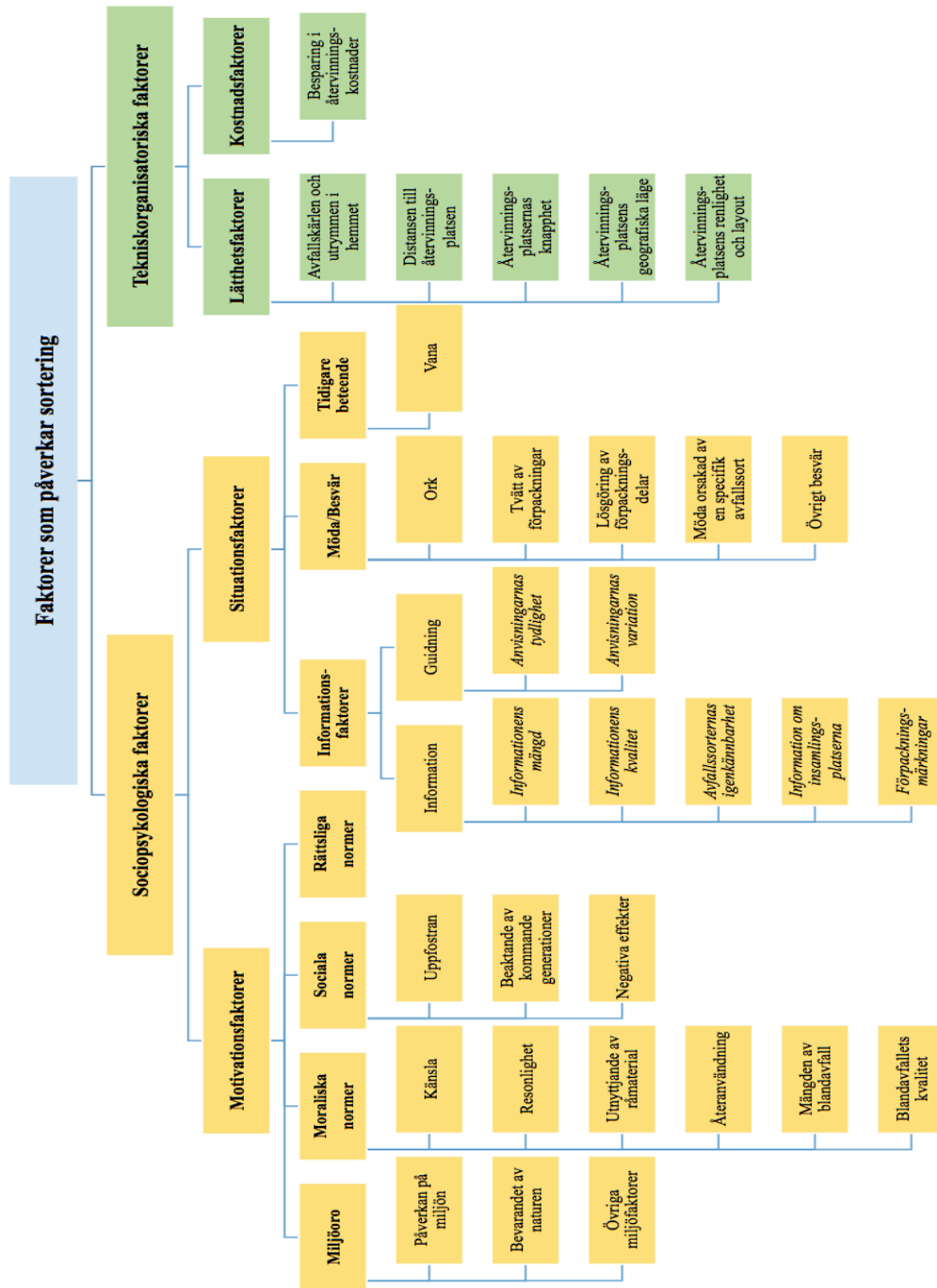
Ur studier i Sverige har det bland annat kommit fram att personliga normer, andra hushålls sorteringsbeteende och en förståelse av de externa positiva effekterna av återvinning påverkar individens sorteringsbeteende (Hage m.fl., 2009, Miliute-Plepiene m.fl., 2016). Signifikansen av de personliga normernas påverkan på sorteringsbeteende verkar dock sjunka betydligt i de hushåll där avståndet till sorteringsplatsen är kort (Hage m.fl., 2009), vilket stämmer överens med tidigare forskning (Guagnano m.fl. 1995). Senare forskning i Sverige har även visat att en kort distans till sorteringsplatsen leder till ett ökat sorteringsbeteende (Rousta m.fl.. 2015).

I Sverige har informationens påverkan på sorteringsbeteende studerats, där bland annat Rousta m.fl. (2015) och Mehner m.fl. (2020) kom fram till att information, till exempel i form av bilder med sorteringsanvisningar på återvinningsplatsen, kan leda till ett ökat sorteringsbeteende och minska på avfall som sorteras i fel avfallskärl. Enligt andra studier kan även förpackningsdesign ha ett samband med sorteringsbeteende (Nemat m.fl., 2020). Nemat m.fl. (2020) förklarar att förpackningsdesignen i Sverige inte sporrar konsumenten till att sortera, då designen på de förpackningar som ingick i deras studie fungerade mera som en ”innehållsbehållare” och saknade information som sporrade konsumenten till att sortera. Nemat m.fl. (2020) förklarar att förpackningen borde vara designad så att förpackningsmaterialen är lätta att åtskilja, och att förpackningen innehåller lättillgänglig information om hur förpackningen ska sorteras.

I Finland har sorteringsbeteende studerats redan på 1990-talet, där Suotsalo och Ranta (1994) kom fram till att sorteringsbeteende påverkas av konsumentens möjligheter att sortera (distans till sorteringsplatsen) samt kökets storlek och möjligheter till sortering av återvinnbart material. Suotsalo och Ranta (1994) noterar att intentioner att sortera korrelerar med faktiskt sorteringsbeteende, där starka intentioner att sortera dock inte leder till faktiskt sorteringsbeteende ifall de externa omständigheterna inte tillåter detta. Sett ur TPB:s perspektiv skulle detta innebära att en låg upplevd beteendekontroll förhindrar ett faktiskt sorteringsbeteende.

Senare har återvinningsavgifters påverkan på individens sorteringsbeteende studerats (Huhtala, 2010; Abila & Kantola, 2019). Huhtala (2010) undersökte även variabler som hög inkomst, hög utbildning och en positiv attityd till miljön, och kom fram till att fast dessa variabler korrelerar med varandra leder en hög socioekonomisk status inte till ett mer aktivt sorteringsbeteende. Abila och Kantola (2019) kom fram till att den primära drivkraften bakom konsumentens sorteringsbeteende är en förståelse om nyttan av att sortera, medan den sekundära drivkraften är ekonomiska incitament. I motsats till Thøgersen (1994), menar Abila och Kantola (2019) att ekonomiska incitament kan sporra till ett miljövänligt beteende.

Kokkonen (2020) har studerat sorteringsbeteende i hushåll genom att huvudsakligen använda sig av en metaanalys (Miafodzyeva & Brandt, 2013) av faktorer som påverkar sorteringsbeteende. På basis av detta har Kokkonen (2020) delat in påverkningsfaktorerna i sociopsykologiska faktorer samt teknisk-organisatoriska faktorer med tillhörande underkategorier. En sammanfattning av faktorerna som påverkar sorteringsbeteende enligt Kokkonen (2020), ses i modellen på följande sida (figur 3).



Figur 3 Faktorer som påverkar sortering utifrån Kokkonens (2020, s. 124) studie.

Från figuren lyfter jag fram de faktorer som enligt Kokkonen (2020) påverkar sorteringsbeteende mest. Enligt Kokkonen (2020) är lätthetsfaktorer den enskilt största kategorin som påverkar individens sorteringsbeteende, där utrymme i köket är en central faktor. Vad köket beträffar noterar Kokkonen (2020) bland annat att individerna verkar vilja ha återvinningskärnen explicit i köket och inte på andra ställen i hemmet. Enligt Kokkonen (2020) är information och guidning en annan central faktor. Då individen inte vet hur en viss förpackning ska sorteras, kan ovissheten och frustrationen över sorteringen spridas vidare till andra förpackningar och sortering i en större kontext kan kännas som en börda.

Information om hur råmaterialet återanvänds i likhet med information relaterad till minskning av blandavfall är andra viktiga faktorer som påverkar sorteringsbeteende enligt Kokkonen (2020). Faktorer som har att göra med information och guidning verkar vara en central påverkningsfaktor till individens återvinningsbeteende. Information och guidning i återvinningsbeteende är otillräckligt och det visar sig att då individen inte vet hur en viss förpackning ska återvinnas, speglas denna ovisshet och frustration även vidare på andra förpackningar och hela återvinningen kan kännas som en börda. Kokkonen (2020) lyfter även fram miljöoro och moraliska normer som viktiga faktorer som påverkar konsumentens sorteringsbeteende.

2.5 Sorteringsbeteende, marknadskommunikation och inspiration

I litteraturen som presenterats hittills har information om sortering visat sig vara en betydande faktor som påverkar sorteringsbeteende. Marknadskommunikation kan vara ett svar på upplevda brister i information om sortering. Samtidigt kan lyckad marknadskommunikation vara ett effektivt sätt att höja på återvinningsgraden (t.ex. Mee m.fl., 2004; Rettie m.fl., 2014). Kommunikation kan ske till exempel genom att man informerar konsumenten om fördelen med att sortera (Iyer & Kashyap, 2007). Enligt Iyer och Kashyap (2007) har information som ökar konsumentens kunskap om sortering en långvarig effekt på sorteringsbeteende, delvis på grund av att information har en möjlighet att påverka konsumentens värderingar och övertygelser.

Ett annat sätt att närma sig information i sorteringsammanhang är att se det som att inspirera konsumenten till att sortera. Inspiration kan delas in i två faser: konsumenten inspireras (1) *av* något för att bli inspirerad (2) *till* något annat (Thrash & Elliot, 2004). Inspiration är kopplat med inre motivation (Böttger m.fl., 2017), med vilket avses situationer där aktiviteter utförs på grund av att individen känner djup tillfredsställelse av själva utförandet av aktiviteten (Ryan & Deci, 2000). Inspiration fungerar som en brygga mellan övervägandet att utföra en aktivitet och själva utförandet av aktiviteten (Gollwitzer, 1990) och kan leda till situationer där individen känner sig starkt lockad att utföra en aktivitet (Böttger et al, 2017). Inspiration kan födas genom marknadskommunikativa åtgärder som leder till en ny idé, stimulerar konsumentens fantasi eller breddar konsumentens kunskap (Böttger m.fl., 2017). Marknadskommunikation kan alltså leda till en aha-upplevelse, som i sin tur kan leda till att konsumenten upptäcker nya möjligheter och känner sig inspirerad (Winterich m.fl., 2019).

På basis av dessa premisser har Winterich m.fl. (2019) använt inspiration som koncept i sorteringsammanhang genom att fokusera på de positiva effekter som uppstår av att sortera istället för de negativa effekter som uppstår av att inte sortera. Det handlar om att kommunicera om avfallens kretslopp så att konsumenten förstår vilka produkter som kan skapas av det avfall som konsumenten sorterar (Winterich m.fl., 2019). Winterich m.fl. (2019) menar att då konsumenten blir informerad om avfallens återanvändning är sannolikheten större att konsumenten sorterar sitt avfall. Konsumenten blir (1) *inspirerad av* information om avfallens kretslopp, och (2) *inspirerad till* att sortera som ett resultat av den nya informationen. Enligt Winterich m.fl. (2019) kan information om produktomvandling (eng. product transformation information) leda till att konsumenten betänker produktomvandling (eng. product transformation salience).

Konsumenten kan informeras om produktomvandling exempelvis genom att visualisera detta på återvinningsplatsen (Winterich m.fl., 2019). Istället för att ”be konsumenten sortera” med marknadskommunikation där konsumenten inte är medveten om vilka

produkter som kan skapas av avfallet (se Bild 1, fall A), är det enligt Winterich m.fl. (2019) mera effektivt att använda sig av märkningar som i fall B och C, där konsumenten konkret kan föreställa sig vilka produkter som kan tillverkas av en återvunnen produkt. Konsumenten blir således inspirerad av nya och bättre möjligheter för hur avfallet kan deponeras, till ett mer miljövänligt beteende i form av sortering. Marknadskommunikation som fokuserar på avfallssorteringens positiva effekter kan flytta konsumentens fokus från ”var hamnar detta avfall?” till ”vad kan tillverkas av detta avfall?”, och detta kan i slutändan enligt Winterich m.fl. (2019) bidra till en högre återvinningsgrad.



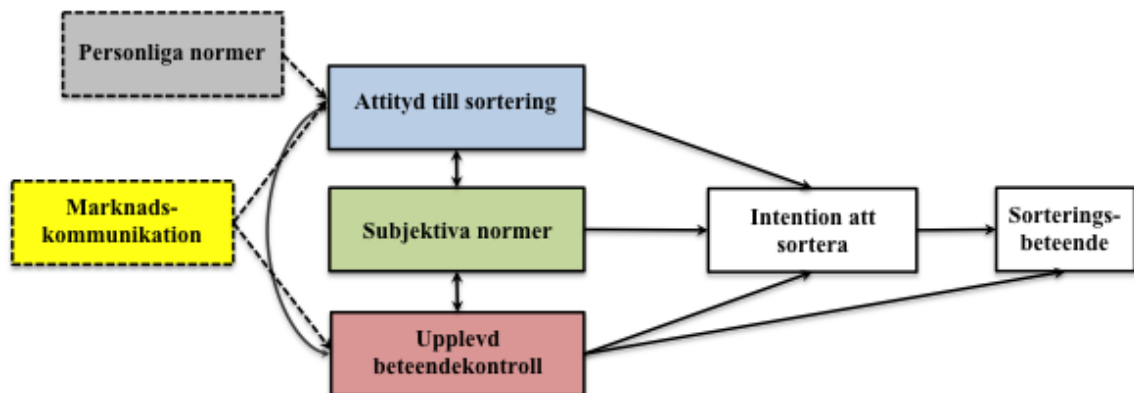
Bild 1 Exempel på information om produktomvandling. På bild A är produktomvandlingen inte visualiserad, medan den är detta på bild B och C. (Winterich m.fl., 2019, s. 26)

På basis av dessa premisser ser jag marknadskommunikation i sorteringsbeteendesammahang som ett instrument som kan förse konsumenten med kunskap, som i sin tur kan inspirera konsumenten till ett ökat sorteringsbeteende. Denna kunskap kan vara t.ex. i form av sorteringsinstruktioner på återvinningsplatsen, förpackningsdesign med sorteringsanvisningar eller information om produktomvandling. I kontexten av TPB utgår jag från att marknadskommunikation kan påverka individens attityd till sortering då attityd till sortering definierats som ”konsumentens jämförelse av sorteringsbeteendets fördelar och nackdelar”. Jag utgår även från att marknadskommunikation delvis kan påverka upplevd beteendekontroll. Detta motiverar

jag med att en del av upplevd beteendekontroll består av konsumentens upplevda information och kunskap om beteendet. Mitt antagande avgränsar sig till hur marknadskommunikation påverkar attityd till sortering och upplevd beteendekontroll, och därmed diskuteras inte marknadskommunikationens påverkan på personliga normer och subjektiva normer.

2.6 Sammanfattning av referensramen

I referensramen har TRA och TPB diskuterats. Ytterligare har litteratur i sorteringsbeteende som använt TPB som grund diskuterats, och det visar sig att flera studier har utökat modellen i sorterings-sammanhang med faktorer såsom personliga normer och biosfäriska värderingar. Litteratur i sorteringsbeteende i Norden och Finland har presenterats och slutligen har marknadskommunikation och inspiration introducerats i ljuset av sorteringsbeteende. På basis av litteraturen som presenterats har jag utarbetat ett ramverk för studien som presenteras i en modell (figur 3) nedan. Detta ramverk är även ett förslag till ett summerande svar på avhandlingens teoretiska forskningsfråga.



Figur 4 Studiens ramverk.

I modellen ovan utgår jag från att personliga normer kan påverka attityd till sortering. Biosfäriska värderingar ses som en del av personliga normer. Attityd till sortering, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll kan påverka intentionen att sortera.

Utöver detta påverkar dessa faktorer även varandra, men modellen förklarar inte till vilken grad de gör detta. Intention att sortera ses som den faktor som bäst förutspår huruvida individen kommer att sortera sitt avfall eller inte. Utifrån den litteratur som presenterats utgår jag från att marknadskommunikation har den största sannolikheten att påverka individens attityd till sortering och upplevd beteendekontroll.

3 METODIK

I kapitlet presenteras avhandlingens filosofiska vinkling och hur data insamlats. Etik och generaliserbarhet diskuteras och analysmetoden förklaras.

3.1 Filosofisk grund och val av metod

Då forskning påverkas av forskarens världssyn, är det skäl att definiera den filosofiska grunden i avhandlingen. Till exempel Skinnari (2008, s. 66) noterar att forskarens egna utgångspunkter måste beskrivas för att värna om forskningens objektivitet. Några grundkoncept som är skäl att notera är *ontologi*, *epistemologi* och *metodologi*. Ontologi tar dels i beaktande relationerna mellan människor, samhälle och världen (Eriksson & Kovalainen, 2008), dels personens världssyn, d.v.s. hur forskaren ser på verkligheten (Byrne, 2017). I den här avhandlingen närmar jag mig det forskade ur ett konstruktivistiskt perspektiv, vilket innebär att verkligheten skapas i samverkan med andra människor. Vidare innebär detta att människors synpunkter kan ändras till följd av social interaktion (Eriksson & Kovalainen, 2008). Fastän konstruktivism som ontologisk ståndpunkt innebär att verkligheten skapas i social samverkan, tillåter en konstruktivistisk ståndpunkt även att se de enskilda individerna som aktiva skapare av den sociala verkligheten (se t.ex. Becker, 1982; Strauss m.fl., 1973). Jag anammar detta synsätt i avhandlingen.

I praktiken innebär detta att det jag i första hand undersöker är informanternas uppfattningar om sitt sorteringsbeteende. I dialog med mig som forskare uppstår ett narrativ som således beskriver informanternas bild av sig själva som sorterare, inte nödvändigtvis en objektiv beskrivning av deras faktiska sorteringsbeteende.

Epistemologi betraktar forskarens syn på vad kunskap är (Skinnari, 2008, s. 66), hur kunskap samlas och vad dess begränsningar är (Eriksson & Kovalainen, 2008). Jag anammar ett subjektivt synsätt i avhandlingen, vilket innebär att kunskap ses som ett

resultat av sociala processer (Eriksson & Kovalainen, 2008). Medan epistemologi tillåter att begrunda vad kunskap är, svarar metodologin på de praktiska frågorna om hur denna kunskap kan samlas, d.v.s. vilka metoder lämpar sig bäst med tanke på den filosofiska grunden (Eriksson & Kovalainen, 2008)? I avhandlingen ses kunskap som ett resultat av människors tolkningar av ett fenomen, och vidare, forskarens tolkningar av detta. På grund av dessa orsaker har en kvalitativ metod använts i avhandlingen. En närmare förklaring av denna följer vartill det redogörs för varför datainsamlingsmetoden lämpar sig för avhandlingens teoretiska ramverk.

3.2 Kvalitativ metod och det teoretiska ramverket

De flesta studier som använt theory of planned behavior som teoretiskt ramverk har tillämpat en kvantitativ forskningsmetod, så som frågeformulär och regressionsanalyser (Si m.fl., 2019; se t.ex. Davies m.fl., 2002; Tonglet m.fl., 2004; Onel & Mukherjee, 2017; Guiot m.fl., 2019). I studier där marknadskommunikation undersökts i återvinningssammanhang har däremot både kvalitativa och kvantitativa metoder använts. Exempel på detta är dörrknackning där konsumenterna informerats om hur de ska sortera (Haldeman & Turner, 2009) och Google Analytics som använts för att analysera hur konsumenter reagerar på reklamer där återvinning av jeans marknadsförs (Winterich m.fl., 2019). På grund av avhandlingens filosofiska inriktning och på grund av behovet av kvalitativa studier som Kokkonen (2020) identifierat, har semistrukturerade intervjuer valts som datainsamlingsmetod för undersökningen.

3.2.1 Semistrukturerade intervjuer

Fördelen med semistrukturerade intervjuer är att både informanten och forskaren kan uttrycka sig fritt, samtidigt som forskaren har en lista över teman som ingår i intervjun (Bryman & Bell, 2013). Flexibilitet och fri diskussion, vilka båda är kännetecknande för semistrukturerade intervjuer (Bryman & Bell, 2013), möjliggör att gå in på teman som jag som intervjuare inte planerat på förhand. Fastän jag definierat intervjuerna som semistrukturerade, har intervjumetoden som använts inslag även av en ostrukturerad

intervju, som enligt Burgess (1984) kan påminna om en vanlig diskussion. Bryman och Bell (2013) noterar även att den intervjumetod som används inte nödvändigtvis är strikt ostrukturerad eller semistrukturerad, utan forskaren kan röra sig någonstans emellan dessa.

Semistrukturerade intervjuer påminner mycket om *temaintervjuer*, som enligt Leinonen m.fl. (2017) ligger någonstans mellan en strukturerad och ostrukturerad intervju. I en temaintervju betonas behandling av särskilda teman, och intervjuformen tillåter ändring av frågor och deras ordningsföljd (Leinonen m.fl., 2017). I praktiken har jag tillämpat detta tillvägagångssätt genom att behandla samma teman i varje intervju med flexibilitet för att ställa nya frågor och variera dessa från intervju till intervju. De olika teman som har behandlats i intervjuerna grundar sig på avhandlingens ramverk, vilket även Hirsjärvi och Hurme (2001) rekommenderar.

3.2.2 Intervjuer med stimuli

Då avhandlingens centrala tema handlar om mänskligt beteende ville jag även lägga till ytterligare element för att komma närmare informanternas faktiska beteende och få kunskap om de olika material som sorteras. Mot slutet av intervjuerna har jag visat olika stimuli i form av tomma förpackningar (avfall) för informanterna framför webbkameran för att skapa diskussion om hur informanterna sorterar diverse material, hur de tror att diverse material borde sorteras på ett optimalt sätt och vad de tänker och vet om återanvändningen av det avfall som visats. Bilder på de olika material som visats finns i bilaga C.

Fördelen med intervjuer med stimuli (fi. virikehaastattelu) är att de kan förflytta intervjuens fokus från den faktiska intervjustunden till en annan kontext. Detta tillåter forskaren att få information om världen utanför intervjutillfället (Törrönen, 2017). Då ett objekt tas med i intervjusituationen blir informanten och intervjuarens upplevelser jämförbara (Törrönen, 2017), vilket kan underlätta analysen av intervjun. Törrönen (2017) noterar att val av stimuli ska göras på basis av undersökningens teoretiska

utgångspunkter och forskningsfrågor och således fungerar förpackningarna i denna undersökning som en förmedlare mellan teori, hypoteser och praktiskt material.

Stimuli kan ha olika uppgifter och roller i intervjun (Törrönen, 2017), och i denna avhandling fungerar förpackningarna som *ledtrådar*, vilket betyder att hjälper att kombinera icke-mänskliga element med de mänskliga element (till exempel åsikter och handlingsmönster) som undersöks (Törrönen, 2017). Ledtråden säkerställer även att informanten talar om det undersökta tillräckligt mångsidigt (Törrönen, 2017). Intervjuer kan göras helt och hållet med stimuli, eller så kan stimuli användas som en del av intervjun (Törrönen, 2017).

3.3 Datainsamling

Före de egentliga intervjuerna gjordes en pilotintervju den 22.1.2021 online via videomötesprogrammet *Zoom* med en informant som hade samma demografiska profil som de egentliga informanterna. Avsikten var att testa intervjuguiden och kunna editera den vid behov före undersökningens egentliga intervjuer. Ändringar i intervjuguiden gjordes, frågor ändrades och tillades och kopplingen mellan intervjufrågorna och ramverket förtydligades. Pilotintervjun gav ytterligare insikter i huruvida vissa frågor upplevdes som känsliga för informanten eller inte. Pilotintervjun fungerar inte som en del av det empiriska materialet.

Då intervjuguiden (se bilaga A) redigerats, gjordes de egentliga intervjuerna online via *Zoom* med webbkamera i mars 2021 med sju informanter. Vid intervjutillfället användes ordet "återvinning" som en synonym till sortering. Detta gjordes på grund av att jag vid intervjutillfället inte ännu hade kommit till insikten om att återvinning och sortering är två skilda fenomen. Kokkonen (2020) noterar att begreppen används som synonymer i forskning om sorterings- och återvinningsbeteende fastän termerna egentligen hänvisar till två olika företeelser.

Informanterna kontaktades per telefon via fyra personer som jag redan kände samt en person som jag personligen bad att få intervjuas då jag träffade informanten på ett universitetscampus i Åbo. Jag lade särskild vikt vid att välja informanter som jag inte redan kände, och slutligen kom jag överens om en intervju med sju informanter varav fyra kvinnor och tre män. En informants namn hade jag hört tidigare, medan resten av informanterna var helt obekanta. Informanterna har namngetts med pseudonymer för att säkerställa deras anonymitet. Informanternas pseudonymer, ålder och kön finns i tabell xx nedan.

3.3.1 Valet av informanter och forskarens egen roll

Det finns flera olika synsätt då det gäller valet av informanter. Eriksson och Kovalainen (2008) noterar att det finns fördelar med att välja informanter som forskaren känner på förhand med tanke på till exempel tillgänglighet. Samtidigt uppmärksammar de att forskaren kan ha svårt att skilja på de egentliga undersökningsresultaten och det forskaren vet om intervjuobjekten sedan tidigare.

Vad urvalet i avhandlingen beträffar var strävan att ha en så koncentrerad målgrupp som möjligt för att skapa en förståelse om denna målgrupps sorteringsbeteende.

Urvalet avgränsades åldersmässigt, geografiskt, samt baserat på övriga faktorer som tjänar avhandlingens syfte. Informanterna var mellan åldern 24 och 28 år vid tidpunkten för datainsamlingen. På grund av att jag har gjort antagandet att andra personer som bor i hushållet påverkar konsumentens sorteringsbeteende, har urvalet avgränsats till personer som bor i enpersonshushåll. Urvalet avgränsas vidare till personer som bor i husbolag med över 20 bostäder i Åbo, då husbolagen är skyldiga att arrangera insamling av metall, bioavfall, glasförpackningar, plastförpackningar, kartongförpackningar, returpapper och blandavfall (Avfallshanteringsföreskrifter för Sydvästra Finland, 635-2017 14 §; Avfallslag 646/2011 4. kap. 28 §, 50 §). Orsaken till avgränsningarna är teoretisk, där strävan är att minska på de orsaker som har att göra med upplevd beteendekontroll, d.v.s. de *yttre* orsaker som påverkar konsumentens beteende. Genom att välja informanter som bor i enpersonshushåll, och informanter som har möjligheter

att sortera på sin egen gård, kan undersökningen utesluta dessa orsaker och istället fokusera på andra aspekter som påverkar konsumentens sorteringsbeteende.

Då forskaren står informanterna nära, är det möjligt att forskaren har en insiderroll som kan definieras som att forskaren delar identitet, språk och erfarenheter med informanterna (Kanuha, 2000). Jag noterar att jag delvis har en insiderroll i forskningen då jag har kunskap om det som undersöks, informanterna är ungefär i samma ålder som jag och de har en boendeform som påminner om min egen.

Tabell 1: Studiens informanter samt information om intervjuerna

Informant	Pseudonym	Ålder	Kön	Intervjuns längd	Datum
1	Anna	24	Kvinna	53 min	15.3.2021
2	Beatrice	24	Kvinna	66 min	17.3.2021
3	Casimir	27	Man	82 min	17.3.2021
4	David	28	Man	109 min	17.3.2021
5	Erika	26	Kvinna	74 min	18.3.2021
6	Filip	27	Man	64 min	18.3.2021
7	Gabriel	25	Man	132 min	19.3.2021

3.3.2 Intervjumetod

Intervjumetoden är inspirerad av Fitzpatrick (2013), som rekommenderar att undvika ”ludd” (eng. fluff) i intervjuer, med frågor så som ”skulle du...”, ”brukar du...” och ”tror du att...”, och rekommenderar istället att ställa konkreta frågor där informanten till exempel berättar om den senaste gången något hänt. Fitzpatrick (2013) råder att undvika komplimanger och att tala om framtiden och istället lyssna och låta informanten berätta mer med hjälp av följdfrågor.

Fitzpatricks (2013) premisser har gemensamt med metodiklitteratur, såsom Trost (2010), som föreslår att ställa konkreta och tydliga frågor istället för frågor som är alltför öppna. Tystnad, vilket även Fitzpatrick (2013) diskuterar, är ett tema som återkommer i metodiklitteratur (se t.ex. Spradley, 1979; Kvale, 2007; Trost, 2010). Jag lärde mig att

använda tystnad som verktyg i takt med att intervjuerna framskred. I pilotintervjun och de första intervjuerna lät jag endast en kort tystnad råda före jag ställde nästa fråga eller följdfrågor. Mot slutet av intervjuperioden lärde jag mig att vara tyst även i längre stunder och märkte, i enlighet med Spradley (1979), att en längre tystnad tillät informanten fortsätta eller fördjupa sitt svar.

På grund av den subjektiva ansatsen (se kap. 3.1) strävade jag efter att under intervjuens gång betona att informanten är den som har kunskapen vid intervjutillfället bland annat genom att påminna om att det inte finns rätta eller fel svar och notera att jag är explicit intresserad av informantens upplevelser om det undersökta. I vissa situationer ledde detta till att jag sade att jag som intervjuare inte känner till fakta i en viss fråga då informanten indikerat att en fråga borde svaras på ett visst sätt. Detta är i linje med till exempel Gillham (2000) som rekommenderar att intervjuaren inte avslöjar vilka fakta han känner till i det som intervjun behandlar. Ruusuvoori och Tiittula (2017) påminner om att det inte finns ett rätt sätt att se på detta, utan att det snarare är viktigare att vara medveten om dessa epistemologiska frågor under intervjuens gång. Under ett intervjutillfälle gav jag uttryck för min egen åsikt om ett specifikt, samhällsligt känsligt tema på grund av att situationen tydde på att detta kunde leda till värdefulla data.

3.3.3 Definitioner på de avfallssorter som behandlades i intervjuerna

I intervjuerna behandlades följande avfallssorter, som exemplifieras enligt de lokala anvisningarna i Åboregionen:

Bioavfall: matrester, hushållspapper och servetter, växtdelar, kaffesump.

Blandavfall: används i avhandlingen som synonym till brännbart avfall. Beroende på geografiskt läge i Finland använder sig avfallshanteringsföretag antingen av ”blandavfall” eller ”brännbart avfall”, och i Åbo av den senare nämnda termen.

Brännbart avfall: smutsiga plast- och kartongförpackningar, blöjor och bindor, kattsand, dammsugarpåsar, kläder och skor.

Glasförpackningar: glasburkar- och flaskor. Annat glas, såsom söndriga kärl, sorteras som brännbart avfall.

Metall: konservburkar och metallburkar, dryckesburkar utan pant, aluminiumformar och -folie, metallock, gamla kastruller och stekpannor, tomma målburkar, bestick.

Kartongförpackningar: mjölkförpackningar, fling- och kexpaket, papperspåsar, såsom brödpåsar samt papperskassar, pizzalådor, papplådor.

Papper: dagstidningar, tidskrifter och reklam, kuvert, kopieringspapper, produktkataloger, pocketböcker med mjuka pärmar.

Plastförpackningar: tomma, rena och torra plastförpackningar, såsom: livsmedelsförpackningar i plast, plastförpackningar för tvättmedel, plastkassar. Ej PVC-plast.

(Sydvästra Finlands Avfallsservice Ab, 2022)

3.4 Abduktiv ansats

I avhandlingen tillämpar jag en abduktiv ansats, som kan ses som en blandning en deduktiv och induktiv ansats (t.ex. Trost, 2010; Patel & Davidson, 2019), medan till exempel Dubois och Gadde (2002, s. 559) förklarar den abduktiva ansatsen som ett sätt för forskaren att upptäcka nya fenomen. Dubois och Gadde (2002) menar att den abduktiva ansatsens mål varken är att bekräfta existerande teorier eller skapa nya, utan snarare att *utveckla* teorier. En filosofi om att upptäcka nya fenomen och att utveckla teorier lämpar sig för avhandlingens syfte, och detta har vuxit fram då jag märkt att teorin jag haft till hands före datainsamlingen inte stämmer överens med det insamlade materialet. Den abduktiva ansatsen tillåter en ständig växelverkan mellan teori och data, där teorin påverkar datainsamlingen och vice versa (Patel & Davidson, 2019). Denna iterativa process (Bryman & Bell, 2013) har varit en betydande del av mitt arbetssätt, där jag först har utvecklat en stor del av det ramverket och samlat in data. Baserat på detta har jag vidareutvecklat ramverket och ytterligare återgått till mina data och slutligen har jag analyserat data i relation till ramverket.

3.5 Analys av det empiriska materialet

Alla intervjuer hölls under samma vecka, och efter detta transkriberade jag dessa. Sedan läste jag igenom transkriptionerna och markerade sådant som var intressant, utan att tänka på avhandlingens ramverk. Till näst kodade jag transkriptionerna enligt ramverket i analysverktyget Nvivo, med koder som ”subjektiva normer” och ”upplevd beteendekontroll”. Efter detta gjorde jag mer noggranna koder då jag såg ofta återkommande teman, såsom att informanterna upplevde utrymmesbrist som en förhindrande faktor för att sortera. Till slut skrev jag ut intervjuerna, klippte ut de citaten som var kodade i Nvivo och limmade dessa enligt avhandlingens ramverk på ett stort papper för att få en helhetsbild över resultaten.

3.5.1 Riktad innehållsanalys

En riktad innehållsanalys har använts som analysmetod. Målet med en riktad innehållsanalys är att bekräfta eller utveckla ett ramverk eller en teori (Hsieh & Shannon, 2005), och detta lämpar särskilt avhandlingens första forskningsfråga (”Hur kan TPB tillämpas för att förklara sorteringsbeteende och marknadskommunikationens inverkan på detta?”). I det första skedet av en riktad innehållsanalys skapas koder på basis av existerande litteratur (Potter & Levine-Donnerstein, 1999). Detta har jag gjort genom att skapa fyra huvudkategorier som baserar sig på avhandlingens ramverk: (1) subjektiva normer, (2) attityd till beteendet, (3) upplevd beteendekontroll och (4) marknadskommunikation.

Efter att huvudkategorierna skapats genomgår det empiriska materialet. För det material som inte passar in i huvudkategorierna skapas antingen nya kategorier eller underkategorier till de redan existerande huvudkategorierna. (Hsieh & Shannon, 2005) Dessa steg tillämpade jag genom att läsa igenom intervjutranskripten, kategoriserade materialet enligt huvudkategorierna och skapade dessutom underkategorier för sådant material där huvudkategorierna inte i det skedet verkade tillräckligt tydliga. Dessa underkategorier visade sig inte behövas då jag slutligen analyserade materialet.

På grund av att den riktade innehållsanalysen är rätt strukturerad, kunde jag i materialet se att det fanns en skillnad mellan sådana informanter som rapporterade att de aktivt sorterar och sådana som inte rapporterade detta. Det visade sig att de aktiva sorterarna betar sig på ett visst sätt, medan de icke-aktiva sorterarna betar sig på ett annat och att faktorerna som påverkar informanternas intention att sortera (avhandlingens andra forskningsfråga, se s. 4) skiljer sig grupperna emellan. Som ett resultat av detta delade jag materialet in i två grupper: *informanter med uttalad intention att sortera* och *informanter utan uttalad intention att sortera*.

3.6 Undersökningens kvalitet

Guba och Lincoln (1982) nämner två grundläggande kriterier, äkthet och tillförlitlighet, för att bedöma kvaliteten på en kvalitativ undersökning. Undersökningens äkthet kan bedömas utifrån fyra kriterier. Det första kriteriet är sanningsvärde, som tar i beaktande hur sanningsenligt studien förklarar en viss människogrups beteende (Guba & Lincoln, 1982). Denna studies sanningsvärde har behandlats genom att tydligt avgränsa studien till högutbildade informanter i åldern 24-28 år som bor i en urban miljö. Studien ämnar inte förklara informanternas beteende utanför denna avgränsning, och jag är medveten om att urvalet är för litet för att generalisera studiens resultat utanför de undersökta informanterna. Fastän avgränsningarna och den kvalitativa metoden inte möjliggör fullständig generaliserbarhet för studien kan vissa tentativa generaliseringar göras utifrån denna. Avgränsningarna till trots kan studien fungera som diskussionsunderlag till vidare forskning och baserat på studien kan också praktiska rekommendationer ges.

De andra och tredje bedömningskriterierna är tillämplighet och följdriktighet. Med dessa avses ifall resultaten av undersökningen vore de samma ifall andra informanter skulle ha intervjuats eller ifall samma informanter skulle ha intervjuats upprepade gånger (Guba & Lincoln, 1982). Jag noterar att resultaten av denna studie kunde ha varit annorlunda ifall andra informanter skulle ha intervjuats. Resultaten skulle med hög sannolikhet ha varit annorlunda ifall samma informanter skulle ha intervjuats upprepade gånger då en viktig

del av intervjuförfarandet var att informanterna inte kände till intervjufrågorna på förhand och de visste inte att intervjun specifikt skulle handla om återvinning.

Det sista bedömningskriteriet gällande äkthet är neutralitet. Med neutralitet menas ifall forskningsresultaten neutralt återspeglar informanternas svar, eller ifall resultaten påverkas av forskarens intressen, perspektiv och partiskhet. (Guba & Lincoln, 1982) Jag noterar att jag som forskare har egna intressen vad det undersökta temat beträffar, och att jag själv är aktiv avfallssorterare och är intresserad av lösningar som motverkar global uppvärmning. Å andra sidan har jag strävat efter att stärka forskningens neutralitet genom att välja sådana informanter jag inte känner sedan tidigare för att inte bli påverkad av deras världsbild, eller för att de skulle bli påverkad av min. Ytterligare har jag inte berättat för informanterna att intervjun handlar om avfallssortering för att undvika att de skulle bli påverkade inför intervjun.

Undersökningens tillförlitlighet kan bedömas även baserat på fyra kriterier: *kredibilitet*, *överförbarhet*, *pålitlighet* och *bekräftelse*. Med kredibilitet i en kvalitativ undersökning menas ifall informanterna upplever att forskarens analys av deras utsagor är trovärdiga, d.v.s. tycker informanterna att forskaren analyserar intervjumaterialet på ett trovärdigt sätt? (Guba & Lincoln, 1982) I denna undersökning har jag i analyskedet försökt se på intervjumaterialet ur informantens ögon och således försökt ha så många perspektiv på det intervjuade materialet som möjligt. Informanterna har inte kontaktats efter att intervjumaterialet samlats in, och således går undersökningens trovärdighet inte att bekräfta ur informanternas perspektiv. Överförbarhet betyder om resultaten av undersökningen kan generaliseras på en större grupp (Guba & Lincoln, 1982), vilket i denna undersökning innebär finländska, urbana och högutbildade konsumenter i åldern 24-28 år. Jag anser att resultaten inte kan generaliseras. Däremot kan förslag om vidare forskning ges liksom en generell förståelse för vilka problem och möjligheter gällande sorteringsbeteende som finns inom detta segment.

Studiens pålitlighet, som är det tredje bedömningskriteriet för undersökningens tillförlitlighet, kan uppnås ifall studien går att upprepa i samma förhållanden på en annan

tidpunkt och ett annat ställe (Guba & Lincoln, 1982). Det sista bedömningskriteriet för undersökningens tillförlitlighet, bekräftelse, betraktar ifall forskaren låtit egna intressen eller värderingar påverka forskningsresultatet (Guba & Lincoln, 1982). Som tidigare nämnts har jag en insiderroll som jag har försökt balansera genom att försöka se på det undersökta ur flera olika perspektiv genom att ta informanternas perspektiv.

3.7 Etik

I all slags forskning är etiska frågeställningar av stor vikt men speciellt framträdande blir vissa frågor i studier som baserar sig på intervjuer. I sådana här studier är forskaren inte ansvarig endast inför läsarna utan också inför informanterna. Dessa frågor har jag behandlat genom att undvika att presentera mina egna åsikter om ämnet för informanterna och genom att bevara informanternas anonymitet. Av dessa orsaker har informanternas namn pseudonymiserats och jag har även anonymiserat till exempel vilket ämne informanterna studerar och var de bott i barndomen. Ytterligare har jag bekantat mig med den europeiska kodexen för forskningens integritet (Allea, 2018) och följt de principer som presenteras i den.

4 RESULTAT

I kapitlet presenteras avhandlingens resultat som baserar sig på den empiriska undersökningen. Kapitlet är huvudsakligen indelat i en första del som beskriver informanter med en uttalad sorteringsintention och en andra som beskriver informanter utan en uttalad sorteringsintention. Resultaten i respektive del redogörs för utgående från referensramens faktorer.

Utifrån intervjuerna har jag delat in informanterna i två grupper. Det går att urskilja de som uppger att de sorterar sitt avfall aktivt (n=3) och de som inte uppger att de sorterar sitt avfall aktivt (n=4). Jag namnger grupperna som ”informanter med en uttalad intention att sortera” och ”informanter utan uttalad intention att sortera”. Förutom att grupperna skiljer sig från varandra, skiljer sig även informanterna från varandra inom grupperna.

4.1 Informanter med en uttalad intention att sortera

Informanterna med en uttalad sorteringsintention uppger att sortering är enkelt och de säger sig sortera de undersökta materialen: papper, kartong, plast, glas, metall och bioavfall. De uppger att de även sorterar pantflaskor och förvarar dessa i påsar på olika ställen i hemmet. Genom att ställa informanterna frågor som ”vad är viktigt i samhället” och ”vilka nyhetsartiklar brukar du läsa” försökte jag få en bild av deras personliga normer. Gemensamt är att alla nämner miljö som ett primärt intresse. På grund av att miljö som tema verkar vara ett gemensamt intresseområde hos informanterna, tolkade jag informanternas miljövärderingar som ”internaliserade värderingar” (avhandlingens definition på personliga normer, med utgångspunkt i Schwartz och Howard, 1980). Således har de personliga normerna nämnts som ”miljöintresse” i fallet av informanterna med en uttalad sorteringsintention.

4.1.1 Miljöintresse

På frågan om vilka nyhetsämnen som intresserar informanterna, svarar samtliga informanter att de är intresserade av miljöteman:

Nog följer jag med mycket såhär, liksom när de kommer till politik, sådan här miljöpolitik, alltså så hur planeten mår tycker jag är jätte intressant, men jag vill inte följa med det för mycket för jag kan bli jätte stressad av sådant. Det känns som att allting skiter sig liksom [...]. -Anna

[...] handlar ju nog om liksom ens framtid vet du beroende på hur planeten mår, och sen tycker jag det är också intressant och bara följa med och hur viktigt politiker tycker det är och helt enkelt vad dom gör för att åtgärda saken. -Anna

I linje med Anna talar Erika både om miljö som intresse och om en oro över de negativa följderna som är kopplade till den globala uppvärmningen. Hon säger att hon är intresserad av ”mest klimatnyheter, det är typ det som jag tycker att är viktigt [...] de gäller alla fast det inte skulle hända här” och fortsätter “[...] det är ju bara liksom en tidsfråga före vi får några konsekvenser”. Beatrice talar även om sitt klimatintresse: ”jag är ganska nog såhär klimatintresserad, eller just såhär, tycker om att göra rätta val så mycket som en människa kan göra”.

4.1.2 Attityd till sortering

Informanterna uppger sig ha en positiv attityd till sortering. Den positiva attityden verkar också vara kopplad till miljön. Gemensamt för informanterna är att de nämner både de positiva följderna av att sortera, respektive de negativa följderna av att inte sortera då jag frågar vad de tänker om sortering överlag:

[...] bryr sig om planetens framtid och vill att mänskligheten ska leva vidare utan och drunkna i, vet du såhär smultna isberg hah [skrattar] eller vet du sådär kanske dramatiskt men. [...] de bara en så jävla onödig sak att bara slänga saker utan nån tanke där bakom att... Om man kan göra något ens lite bättre så varför skulle man inte göra det sen. -Anna

[...] hoppeligen [förhoppningsvis] någon gång skulle det inte finnas en massa rosk

[skräp] överallt [...]. Jag tycker också att om man stöder sådant så kanske man hittar på nya sätt att göra liksom produkter då av återvunna produkter. -Beatrice

Alltså jag ha bara sett så många horrorpicks [skräckbilder] på typ hur amerikaner inte återvinner någonting, så när man bara ser sådana här fulla landfills av allting [...]. Jag försöker liksom ha i mitt huvud att kom ihåg att återvinna så att de inte hamnar upp i en sådan här landfill eller att de inte hamnar rakt ut i havet, för att...Murrica. -Erika

Förutom att sortering enligt informanterna har en positiv inverkan på miljön, har beteendet även övriga fördelar enligt dem. Anna tycker att sortering är "jätteviktigt" och Erika säger att hon är "positivt inställd till det här, eftersom jag själv sysslar med det". Hon fortsätter: "det är bra och syssla med och man har mycket lite blandavfall". Enligt Beatrice är sortering roligt: "haha jag tycker hemskt, eller jag tycker det är lite roligt haha att sådär titta vart man ska sätta och såhär". Beatrice nämner detta ytterligare en gång under intervjun: "[...] jag skulle säga att det är hemskt nog eller jag tycker det är jätte roligt". Då jag frågar hur hon skulle sortera en kartongförpackning med havremjölk svarar hon:

den skulle jag nog...först så skulle jag skölja den [förklarar ivrigt], låta den rinna av så att den torkar [förklarar ivrigt] och sen så skulle jag platta till den [förklarar ivrigt] och den där korken [förklarar ivrigt] skulle jag kasta i plast och sen skulle jag kasta den där paffen [kartong] skulle jag kasta i [...].

4.1.3 Subjektiva normer

Gemensamt för informanterna är att de rapporterar sig ha vänner som sorterar i enlighet med dem själva. Däremot finns det en skillnad mellan informanterna som kommer från en stadsmiljö (Anna och Beatrice) och Erika, som kommer från landsbygden. Vad vänner beträffar säger Beatrice att "jag tycker att alla försöker nog sitt bästa" och fortsätter "skulle säga att det är ganska få nog, som inte skulle göra det". Anna talar om att hennes vänner har en positiv attityd till återvinning då jag frågar hur de förhåller sig till beteendet: "jätte positivt nog tror jag, att speciellt på [ämnet Anna studerar] så finns de väldigt många såhär veganer och miljökampar och sådär". Vad Erikas vänner

beträffar verkar det finnas en skillnad mellan de vänner som kommer från landsbygden och de hon har lärt sig känna i Åbo.

det beror på kanske lite mer från vän till vän men jag skulle villå nog ändå säga att alla återvinner till en viss mån...liksom just sådär med typ kartonger och paff, det är kanske de lättaste som oftast också finns typ i alla husbolag, [...], men sen har jag nog riktigt sådana vänner som är väldigt, jaa de, de gör det så perfekt som man skulle kunna ta liksom dom som några sådana här info..pläjäys [infosnuttar] vara såhär ”såhär ska ni göra”.

Under intervjun återkommer Erika flera gånger till vännerna som ”gör det så perfekt”, kallar de för sina ”hardcore vänner” och hon nämner att sortering är deras ”högsta prioritering”. Då jag frågar hur vännerna från landsbygden respektive staden skiljer sig från varandra säger Erika:

de som jag har lärt mig känna i Åbo så de hör nog alla till den här kategorin på mer den här hardcoreleveln, eller inte ens bara hardcore men mer medveten, det är bara en självklarhet just det där bor du nu i höghus så kan det finnas på bakgården väldigt lätt liksom tillgängligt. [...]. Medan sen mina vänner från [landsbygden] så det här, då är det mer sådär att jo kanske just det här paff eller papper liksom men sen tar de slut för att det finns kanske inte sådär jätte lätt att återvinna allt sådant.

Erika säger att hon lever i en ”humanistbubbla” då jag frågar hur hennes vänners åsikter påverkar henne: ”jag är humanist mina vänner är humanister, vi lever i den här jättestora humanistbubblan var var och varannan är vegan och var och varannan är väldigt gröna av sig, så absolut så inverkar de ju”.

Hemma hos Anna och Beatrice har det sorterats redan i barndomen. Anna säger att ”mina föräldrar har varit sådär jättenoggranna med att återvinna saker och att de far till rätt och..och just allt, man slänger och kastar så sådär..”, medan Beatrice säger att sortering ”har alltid varit som en del av min..eller min familj har alltid gjort det också” och att beteendet kommit ”från barndomen”. Hos Erika har sortering i barndomen sett annorlunda ut i jämförelse med Anna och Beatrice:

Väldigt mycket i blandavfall...där delar grannarna på jätte stor sådan blandavfallsroskisgreja [avfallskärl med blandavfall]..så man kastar väldigt mycket dit. Det återvinns nog paff och papp, det görs för att det är sådär lätt på en butiks parkeringsplats – man kan ju göra de så de går sådär händigt... sen är så det här faktiskt lande [landsbygd] så när man har något extra och vet inte vad man gör något med saken så bränner man upp det.

4.1.4 Upplevd beteendekontroll

Informanterna upplever att de behärskar sortering och det verkar vara enkelt för dem. Förutom att avfallsskåpet i köket används till sortering uppger informanterna sig ha sorteringskärl även på andra ställen i lägenheten: det finns en särskild plats i lägenheten för varje avfallssort. Anna och Beatrice säger sig använda skåp i tamburen för till exempel glas och metall, medan Erika rapporterar att hon använder olika flergångskassar på golvet i köket för att sortera. Till skillnad från Anna och Beatrice säger Erika att hon inte har en särskild plats i lägenheten för glas och metall, utan hon förklarar att dessa lämnas på diskbänken för att vänta på nästa gång hon för ut soporna. Då jag frågar varför Erika inte slänger alla sopor i samma avfallskärl, säger hon:

Jag har bokstavligen allt det där på min bakgård, jag har liksom ingen orsak att inte återvinna eller liksom dela upp det och liksom sådär det är...det är så lätt, liksom jag går ju förbi den [sorteringsplatsen på gården] hur många gånger som helst i veckan så jag förstår liks- [”-” syftar på ett avbrutet ord]...alltså...för mig så it makes sense att göra de bara för det är väldigt lätt och sen också då för miljöns skull...förhoppningsvis...och sådant...men sen finns det ju självklart jag menar jag är ju från landet så jag menar, man måste köra upp kilometer för att komma till en plats var du ska kunna återvinna nånting.

Anna tycker att hennes sorteringssystem inte är optimalt, men att det ändå fungerar: “det är lite dåligt system, men jag är nu en person så jag klarar av det tänker jag”. Beatrices åsikt om sortering är att “det är inte så jobbigt haha” och fortsätter: ”man har gjort det ganska liksom lätt nuförtiden”. Till skillnad från Anna och Erika har Beatrice själv kunnat påverka sorteringsmöjligheterna i lägenheten, då lägenheten ägs av hennes familj: ”vi remppa [renovera] tillsammans med min pappa och då var det liksom hemskt

viktigt för mig att jag får då stort utrymme [*skrattar*] för återvinnings- liksom vart jag sätter allting”. Förutom att Beatrice anser att hon har bra sorteringsmöjligheter i lägenheten, tycker hon även att sorteringsplatsen på gården är bra. Hon säger att det finns dubletter eller fler av varje avfallskärl och -sort och att ”det är jätte stort faktiskt vilket är jätte kiva [roligt] att det är aldrig fullt skulle jag säga”.

Informanterna förklarar orsaker till situationer då vänner inte sorterar. Beatrice berättar om en vän som inte sorterar bioavfall på grund av att bioavfallspåsar är ”jobbiga”, och att vägen till sorteringsplatsen på gården kan upplevas som jobbig: ”mina kompisar bor fast i femte våningen och roskisana [avfallskärnen] är sen på en annan innergård eller något sådant här liksom har jag hört”. Anna förklarar om en vän som inte sorterar och jag frågar om Annas och vännens värderingar skiljer sig från varandra:

nä inte jätte mycket, men just när det kommer till såhär miljögrejer så jag tror att hon just bara tyck-...nog tycker hon att det är viktigt, hon kanske inte jaksaa [orkar] bara helt, att har inte gjort och är såhär att man märker att hon skulle vilja göra det men hon har bara inte liksom på något sätt...hon har andra saker för sig, att jag vet inte...eller hon säger ofta att jag borde nog bli bättre på det där men det händer ingenting...men jag vill inte liksom på nå sätt shamea [skämma ut] henne för alla har ju...alla vet du...jag...mm.

Fastän det verkar som att informanterna behärskar beteendet, verkar det finnas förhindrande och försvårande faktorer som påverkar deras sorteringsintention och -beteende. Till dessa hör bland annat osäkerhet gällande hur somliga material ska sorteras samt tidsbrist och tillfällen då saker inte går som planerat. Då jag i den senare delen av intervjun frågar hur olika material ska sorteras, uppkommer det flera situationer då en del av informanterna verkar vara osäkra på hur materialen ska sorteras. Ett exempel är då jag frågar hur en påse med spaghetti ska sorteras. Anna svarar: ”ää [tänker] nå den far nog antagligen till plast, skulle jag-”. Beatrice svarar: ”den far till återvinning”, och då jag frågar vad hon menar med det svarar hon ”ää...plast”. Erika svarar såhär:

[...] nå först kollar jag att är det en sådan som man kan återanvända det är lite tricky nowadays [knepig tuff] för du kan typ...inte bara nowadays men alltså du kan

använda återanvända [sic] vissa och inte alla så jag kollar det. Sen far det till den påsen vart den hör.

Som följdfråga frågar jag var Erika kollar upp detta och hon svarar ”*förhoppningsvis [betonar ordet]* på förpackningen och sen så har jag en sådan där lista som jag har kopierat någonstans ifrån som att dom här och dom här går till plaståtervinningen”

Andra exempel på otydligheter hur material ska sorteras uppkommer då vi diskuterar om plastförpackningar med informanterna. Då jag visar upp en takeaway-förpackning i plast (se bilaga C, bild 4, svart förpackning) säger Anna: ”jag skulle väl...jag antar att jag skulle föra dom till plast nog...men vissa av dom där plasterna är sådana där konstiga att man inte får föra dom till plast...men jag antar att dom där är helt...pff [andas ut]...safe, plast”. Erika svarar: ”ahhhh...jag hoppas att den där skulle vara alltså jag hoppas att det är en plaståtervinning så jag tvättar av den och för den dit”. Gällande andra plastföremål nämner Beatrice att en deodorant (blåvit förpackning, bild 3) kan vara svår att återvinna: ”den där är nog svår faktiskt...jag tror faktiskt att jag skulle...jag skulle kanske eventuellt kasta den där nog i blandavfall”. Anna verkar ha samma lösning: ”ääääääääää...pffff....jaa...jag vet inte...jag skulle kanske sätta den i vanliga [sophinken]...bara...för att...mjoo”, och Erika förklarar att hon skulle sortera deodoranten som plastförpackningar: “ää...plast...den skulle jag-”.

Det råder också osäkerhet kring hur vissa kartongföremål kan sorteras. Ett exempel är då jag visar upp en kartongförpackning (bild 5, svart tetraförpackning) och frågar hur den kunde sorteras. Erika svarar: ”sköljer av den låter den torra och kastar den i kartonginsamlingen...troligtvis om de inte är en sådan där bastard som har något aluminiumshitti [aluminiumskit] i sig”. Hon fortsätter:

nå okej det är kanske mer juicekartonger...dom är alltid sådär att jag måst kolla upp dom att kan man återvinna dom för dom har sådan här...aluminium innanför så är lite jag vet inte jag bara är sådan att jag måst kolla dubbelt att kan jag återvinna de eller inte.

Erika anser att det finns mest otydligheter kring hur plast ska sorteras:

det är bara för att den är relativt ny sådär att om du nu återvinner typ paff, papper – nå du vet ju vad paff och papper är, fast liksom exempelvis till papper hör ju inte till exempel paketpapper och sånt...men det är också bara common knowledge jag vet inte varför, eller jag vet inte hur alla vet det [...] det finns dom här vet du som du vet inte om det är papper eller plast men det är troligtvis plast. Men massa sådant här som man inte ens tänker på.

Tidsbrist och oförväntade situationer verkar vara andra faktorer som kan påverka informanternas sorteringsbeteende och -intention. Jag frågar ifall det finns situationer då allt avfall läggs i samma sophink. Anna förklarar om situationer då hon reser iväg till sitt barndomshem om veckosluten:

om jag har mycket annat och tänka på eller bråttom eller liksom om jag ska fara typ härifrån min lägenhet och vet att jag ska kanske vara några dagar någon annanstans...vet du att nu måst jag tömma roskisen [sophinken] snabbt, jag ska till bussen typ och har bråttom och då bara slänger jag allt till ett ställe typ snabbt utan och skölja någonting...sen...de inte jätte bra...men de händer inte heller såå ofta så det kanske finns rum för förlåtelse där.

Beatrice berättar om en situation då hon bytte mull till sina växter:

till exempel igår så bytte jag mull i mina växter så då så satt jag de liksom...då faktiskt va jag sådär att nu orkar jag inte ...som sagt jag är absolut inte perfekt haha med återvinning...så i går så...jag hade plast på golvet och sen satt jag där mull och sen var jag sådär 'nä nu orkar jag inte börja sätta det här i bion [bioavfallet]' haha och så, så jag kastade allting i samma roskis [sophink] haha.

Erika förklarar att det inte finns situationer då hon skulle ha så bråttom att hon skulle lägga allt avfall i samma sophink:

kan inte tänka mig att det finns någonting som jag måst mitt i allt fara och jag måst då ha den här vissa produkten som nu måst absolut sorteras, att i så fall så om det just är då, inte vet jag någon produkts liksom påse eller låda whatever, så oftast så väntar den på

mig när jag kommer tillbaka. I så fall sköljer av den något sådant men jag återkommer till den, så bråttom har inte jag haft i mitt liv.

Det finns situationer då informanterna uppger att deras sorteringsmöjligheter påverkats av att de bott i ett annat land eller med andra människor. Beatrice berättar om en tid då hon bodde med tre rumskamrater på en annan ort:

vi var två som var jätte noggranna med att, eller såhär jätte och jätte men försökte återvinna, och sen hade vi två som brydde sig inte alls så sen var vi alltid där och gräva plastroskisen [sophinken med plastavfall] [...] inte nu såhär, vet du, helt hysteriskt men att om du såg någonting så kunde vara såhär att 'nä men nu tar vi det här bort härifrån'.

Som likadana exempel berättar Anna och Erika om perioder då de bott utomlands och sorteringen har sett annorlunda ut. Då Anna var på utbyte utomlands berättar hon hur hon tycker det var ”ofattbart” att allt satts i ”en låda som heter recycling” och Erika berättar om tiden då hon korttidsarbetade utomlands där de hade ”våldigt annorlunda sätt att återvinna saker och ting”.

4.1.5 Marknadskommunikation

Den gemensamma nämnaren gällande marknadskommunikation verkar vara information om sortering. Informanterna verkar inte vara säkra på vem eller vilka aktörer som ansvarar för återvinningen i Åbo. Beatrice svarar att hon inte vet vem som ansvarar för återvinningen i Åbo och att hon inte fått någon information av eller om aktören eller aktörerna. Anna och Erika svarar följande på frågan om vem som ansvarar för återvinning i Åbo:

oj, bra fråga...[funderar] äämm...[funderar]...jag veet iinte riktigt...jag vet bara att dom, att den här något roskisföretag [avfallsföretag] här i Åbo skickar sådan här årskalender åt alla tror jag, och den har jag på väggen och dom har sådan här bild och jag tror tema är just såhär naturen och någonting sådant här så ibland tittar jag på den att hmm...meen nu kommer jag inte på vad dom heter, men jag antar att de dom som...
-Anna

herregud du har så svåra frågor inte vet jag, jag ser dom hela tiden men...inte vet jag...L och T kanske heter dom...inte vet jag [...] är inte de l och t ...inte v-..deras logo...*I have no idea...please [använder en annan röst och betonar orden].*

-Erika

[”L och T” syftar på ett finskt bolag, ”Lassila & Tikanoja, som bland annat sköter husbolags avfallshantering]

Ifall informanterna är osäkra på hur något ska sorteras förklarar de att de försöker hitta information om detta på de olika förpackningarna:

kan ju vara lite konstiga dom där förpackningarna att dom är inte kanske helt 100 procent plast såhär så jag brukar nog alltid om jag är osäker...nog har jag säkert gjort något misstag och satt i fel burk men jag försöker nog alltid se att har dom dom här...återvinnings- att vad det står att vart man ska liksom då lajitella [sortera] dom.

-Beatrice

Senare i intervjun förklarar Beatrice: ”förut hade dom ju dom här märkena...oftast bara alltid...men nu tycker jag att dom ha börja skriva just dom här att ’lajitellaan sekajätteeseen, lajitellaan paperiin’” [sorteras som blandavfall, sorteras som papper]. Erika säger att hon hittar info ”*förhoppningsvis [betonar ordet och använder ett högre tonläge]* på förpackningen” och talar om en lista som hon har kopierat ”någonstans ifrån som att dom här och dom här går till plast återvinningen”. Erika säger att hon nog ”litar på det som står på förpackningen”. Hon nämner även sorteringsinformation på matprodukter:

matprodukter så på deras förpackningar så brukar de ju stå hur du kan återvinna dom [...] sen brukar ju också ha sådana där jätte kivoga [roliga] svar som sådär ”*korken kan du återvinna såhär och den här och den här delen såhär*”, och sen står man ännu att du måst typ obducera hela förpackningen för att få den ren...så det är ju lite...hmm...kanske inte det mest användarvänliga.

Även Anna talar om informationen på förpackningarna då jag frågar hur havremjölksförpackningen (bild 5) ska sorteras: ”på vissa av dom där burkarna så står där att man ska lämna korken kvar för att de står att hur man ska sortera och andra så

står de ingen – då brukar jag sätta korken i plast”. Hon förklarar att hon brukar läsa informationen på förpackningen om hon är ”lite confused att speciellt om det är olika lager eller något känns mer plastigt och sådär”.

Utifrån informanternas svar framgår det att det verkar finnas rykten vad sortering beträffar. Ett rykte handlar om vattenanvändningen i samband med avfall som sköljs och rengörs före det sorteras. Nedan följer två exempel:

Min kompis berättar åt mig att det är typ....att det är inte bättre att liksom diska en plastgrej och sen föra den till plasten för att det får så mycket vatten där, att det är liksom, då skulle de vara bättre och slänga smutsig plastgrej för att liksom nyttan blir inte, det blir liksom plus minus noll. Och då tog jag ju upp det här med min kära far som har koll på sådana här saker och då sa han: 'jaa men det här gäller bara i länder var det finns ont om vatten att du kan ju ändå skölja den med kallt vatten', så att okej...de var the verdict sen så jag har nog ändå sköljt mina smutsiga grejor.

-Anna

Jag har hört att man ska inte liksom...använda låta det vara varmt vatten och så för att då är det liksom inte samma...effekt...eller då blir de liksom då...funkar de inte för att då använder du lika mycket vatten som man ha använt typ för den där produkten, så jaa försöker tänka mig att man kan inte som vara perfekt så jag tänker att de kanske...jaa, man försöker sitt bästa.

-Beatrice

Ett annat rykte är huruvida det sorterade materialet återanvänds eller ifall allt avfall förs till samma ställe. Erika förklarar att hennes föräldrar tycker att det är onödigt att sortera då ”de får ju ändå allt till samma kaatopaikka [soptipp]”. Då jag frågar Erika vad hon tror att händer med ett plastföremål efter hon har sorterat det svarar hon:

Nå för de första så hoppas jag [informanten använder en annan röst] att det är liksom lite andra människor som kommer och hämta de än dom som hämtar *vakioroskis* [betonar ordet] [ungefär ”vanligt avfallskär!”] för i så fall dumpar dom allting i samma...troor jag...det här är också de som är roligt [annan röst] för jag ser aldrig vår..roskisbil tömmare [personen som kör sopbilen och tömmer avfallskärnen], jag vet inte när dom kommer mitt i natten troligtvis, så I don't know. Sen hoppas jag att dom för nånstans så dom faktiskt kan då på något sätt återvinna plasten, jag vet inte hur dom riktigt återvinner *plast* [betonar ordet] men eftersom det finns produkter som är gjort av

återvunnet plast så återvinner ju nån plasten...så bara hoppas att dom gör de, så de väldigt mycket belief in det här min eh-

Beatrice förklarar att hon hört ett likadant rykte:

Sen ha man ju hört också några sådana här...att egentligen så hamnar alla i samma roskis [avfallskärl] men...jag vill inte tro på det [skrattar till] [...] det var nån nyhet tror jag någon gång...äämm jag vet inte, kommer inte riktigt ihåg...jag tror att de va nån nyhet någon gång som jag fick höra att skulle ha varit så men att jag, jag inte v-vet jag, inte...kanske tror jag på det [skrattar till].

Anna beskriver ett rykte som har att göra med hur olika material ska behandlas före de sorteras:

äämm...nog tycker jag att den är heelt...bra...meen man hör alltid nytt...liksom...nu och då sådana där rykten från antingen kompisar eller typ social media att vet du om det finns en fettfläck på pappkartongen så då ska du inte slänga dom, eller då ska du klippa bort. [...]. Dom skulle kanske få sätta någon lista någonstans med alla regler någonstans...sen kan man kolla.

Bland informanterna framkommer otydligheter beträffande vad som händer med det sorterade materialet efter att det slängts. Anna beskriver hennes syn på vad som händer med plast efter att det sorterats:

det där har jag funderat på också för jag fundera att...liksom...men jag antar att dom väl...därr sorterar sen plasten...i olika...beroende på vad det är för liksom sådan här beteckning på dom...kanske? gis-...de här är mina egna teorier men jag vet ingenting om sådan här, och sen antar jag att dom kanske smälter det på något sätt och sätter till något jaa...någon ny...grej.

Då jag frågar Anna vad som händer med en aluminiumburk då den sorteras förklarar hon:

nog finns de av vissa liksom nog ser man ju vissa grejer att det här är av återvunnet plast av återvunnet paff och liksom what not, att speciellt såhär plastpåsar ser man ofta att de är återvunnet från äämm...men sällan ser man, jag antar att det är lättare och göra för

typ glas och metall för att det är ju bara ganska samma ämnen och ganska samma ämnen.

Beatrice nämner även plastpåsar då jag frågar om exempel på återvunna produkter:

jättemånga tycker jag...åtminstone i Cittaren [en lokal supermarket] så har dom sådana här...essupåsar tycker jag dom heter som är då alltså sådana här plastpåsar som är då återvunna...sen har jag, nå mitt telefonskal...därför börja jag tänka på det här..för jag titta på mitt telefonskal, köpte nog i misstag den men den är också sådan här...något slags sådant...ää...material som är...jag vet inte av någo träd..pff.

Beatrice förklarar vad hon tror att händer med bioavfall respektive kartong:

[bioavfall] nå jaa...hoppas att man bränner upp de, på...korrekta sätt hah..men jag vet inte det skulle vara helt intressant och veta faktiskt [skrattar]
[kartong] de vet jag inte [tänker]...nog hamnar de väl...någonstans...vart man gör någonting av det...hoppas jag att...haha.

Nedan Erikas syn på vad som händer med blandavfallet:

alltså jag tror att det händer det där då horripick of the landfills liksom jag är inte så faktiskt insatt i det hela och jag konsumerar väldigt mycket amerikansk...media och sådant så de kan vara att det lite färgar från den uppfattningen, men nu har vi ju säkert några kaatopaikkan [soptippar] här också så...som ser ut...tror jag.

Då jag frågar vad som händer med pantflaskor efter att de pantats förklarar Erika: ”jag hoppas faktiskt [betonar orden och använder ett högre tonläge] dom återanvänder dom, alltså dom tar materialet...råmaterialet [...] jag antar att dom smälter ner det och använder den förhoppningsvis på nytt”.

4.2 Informanter utan uttalad intention att sortera

Informanterna utan en uttalad sorteringsintention uppger sig sortera sporadiskt glas, metall, kartong och papper, och de uppger att de inte sorterar bioavfall och plastförpackningar. Informanterna förklarar att den största delen av deras avfall sorteras som blandavfall eller brännbart material. Då jag frågar informanterna om deras intressen och hurdana nyhetsartiklar de läser, nämner de i första hand ämnen som politik, idrott och ekonominyheter. På grund av att jag inte fick en lika tydlig bild av informanternas internaliserade värderingar (personliga normer) som av informanterna med en uttalad sorteringsintention, diskuteras dessa informanters personliga normer inte som ett särskilt underkapitel, utan som en del av deras övriga intervjuvar.

4.2.1 Attityd till sortering

Det verkar som att informanterna förhåller sig positivt till sortering men enligt deras utsagor är sortering inte alltid nödvändigt. Detta syns i att informanterna anser att sortering inte är lika viktigt i Finland som i övriga länder. Informanterna förklarar att de anser att det inte skadar att sortera avfall som blandavfall då de anser att energin av avfallet tas tillvara som värmeenergi i Finland. Casimir talar om detta om menar att det är en ”norm” att sortera:

när det gäller återvinning så vi har den där normen. Det är bara att sen att har vi normen att återvinna alla grejer, och här är ju också de att ifall vi börjar återvinna mer och mer grejer så kommer vi till den här värmefrågan som jag som teknisk person tänker på att...jag tror att det kan bli en debatt ifall vi börjar skilja mer och mer åt på det som vi återvinner.

Casimir ser sortering som ett ”automatiskt beteende”, och talar både om ekonomiska- och miljörelaterade fördelar med att sortera: “de så pass automatiskt beteende och [...] de bättre fö miljön..de också...billigare när [sic] till exempel glas och metallburkar att göra från använda än att gräva upp ny malm från jorden”. Vad plastavfall gäller förklarar Casimir att det kan brännas på grund av att han anser att materialet kan utnyttjas som energi: ”äter så lite hemma, de kommer stora plastburkar jätte få fö mig så jag ha ba

tyckt att vi bränner dom vi behöver ändå värme att att på de vise”. David talar också om nyttan av brännbart avfall då han först jämför med hur ospecificerat material behandlas i USA:

basically att det som man nu inte kan riktigt specificera så far till landfill och det far på riktigt *m(h)an gräver ner det i marken att det där* [informanten skrattar medan han talar] att såklart då man bränner så kommer det vara koldioxid och olika gaser och sådant här som liksom förorenar men att i Finland så är det ganska sådär ändå sist och slutligen den där processen är ganska scientific.

Filip talar också om värmeenergi i relation till sortering:

joo nå alltså det som är ju bra i Finland att därför också tycker jag inte att det är så farligt och kasta något plast och sådant här till den där roskisen [avfallskärlet], att i Finland har vi ju liksom på riktigt ganska...ganska bra att oftast om det är brännbart avfall så far dom dit och dom bränns och sen dom där avgaserna så kan till och med sen ännu användas för att ta värmeenergi av dom, och så har dom alla möjliga filtrerings och andra liksom rengöringsmöjligheter dom här att. I Finland har vi ju ganska liksom effektiv den här liksom energitekniken plus att den är liksom...så all värmeenergi faktiskt utnyttjas verkligen bra av dom där bränn- för att värma upp hus sen i Finland och det görs ganska effektivt plus att det sen ännu liksom som sagt försöks optimeras väldigt mycket att inte det kommer så mycket utsläpp, så på de sättet är allt som brinner så fast det skulle gå och återvinna att om något far nu sen dit till dit så i Finland far de nu för de mesta i alla fall inte bara liksom som så kallade landfills som man gör i många andra länder att de bara kastas upp på soptippen och inte utnyttjas på något sätt.

Gabriel uppger sig ha en positiv attityd till sortering och talar bland annat om samvetsrelaterade frågor. Han förklarar:

Jag har nog åtminstone bättre samvete om jag vet att jag har gjort en god gärning på det vise att liksom sortera så liksom rätt jag nu kan liksom sortera...men att sen kanske om man nu inte har funderat på det heller så kan man väl inte ha ett samvete om det direkt...men att skulle jag gå och sortera nu plötsligt liksom helt fel så skulle de ju nog kännas sådär för mig fel...att där kanske det börjar liksom tryta på samvete på ett sätt att man skulle ha kunna gjort bättre ifrån sig liksom...men där tror jag nog också att det har mycket på ett individuellt plan och göra att det har mer med det här individuella samvetet och göra liksom.

Informanterna talar om fördelarna med att sortera och nämner till exempel att beteendet har positiva effekter på miljön. David förklarar att "ultimata målet med det här [sortering] är att liksom..att vi ska få en bättre planet" och Filip anser att sortering är förknippat med "miljömedvetenhet". Gabriel talar om framtiden och individens enskilda ansvar:

alla måst få göra så som dom själv vill men att sen tycker jag nog att vi människor som nu också lever här på jorden också har ett ansvar och de tycker jag speciellt är viktigt inför framtiden att jag kanske inte tar det så bokstavigt att typ jorden ska gå under eller så vidare för att liksom man inte sorterar rätt men jag tycker ändå att man kan göra rätt för sig såhär från ett enskilt perspektiv.

4.2.2 Subjektiva normer

Ingen av informanterna uppger sig har sorterat alla de undersökta materialen i sin barndom och informanterna rapporterar att deras vänner sorterar ungefär i enlighet med dem själva. Casimir kommer att tänka på sortering av glasburkar, metall och tidningar då jag frågar hur sortering sett ut i hans barndom:

kanske just så att vet du tvätta glasburkar är något som jag kommer ihåg...sen kommer jag alltid ihåg vet du...en extra hög för tidningar...sen kommer jag alltid ihåg att vet du föräldrar säger att 'ta också glaset ta också metallen ta också tidningarna ta också nånting när du för rosken [skräpet]', så det är kanske det som jag kommer ihåg från barndomen att det har funnits alltid.

David berättar att metall, glas, tidningar, och bioavfall sorterats skilt i barndomen och förklarar att han anser att sortering inte var lika populärt då i jämförelse med dagsläget:

den där tiden då de inte ännu liksom va sådär jätte hypeat [populärt], men vi hade liksom perusroskis [ungefär ett "vanligt avfallskärl"] dit vi satt största delen men vi samla nog sen. Vi hade en ganska stor gård så [...] jag kommer nog ihåg att vi hade en bioroskis [avfallskärl för bioavfall] och sen brukade vi dumpa [tömma] det dit säkert sen på vintern så gjorde vi inte de av hah obvious skäl. Sen kommer jag ihåg att jag själv har

där igenom en sådan liten skog så har jag kärrä [transportera] liksom tidningar till exempel till en sådan här pappersinsamling att vi hade det där liksom nära på en skolgård, men att nu är det ju helt jätte mycket behändigare då man bor i en höghus kiinteistö [fastighet] att man har liksom nära insamling att de ju nog gjort jätte lätt.

David förklarar att det varit mycket ”komplicerat” att sortera i hans barndom och tycker att det är ”hatunnostonarvonen suoritus [värt att lyfta på hatten] nog att föräldrarna har liksom orka sådär duuna [sortera]”. Vad situationen idag beträffar tycker David att hans föräldrar har en “ganska hifi [utvecklad] sortering där [...] men att där är liksom bio och sen är där muovipakkaukset [plastförpackningar] och sen är där glas och metall och det ena med det femte att det är nog helt mintis [i toppskick] på doms sida”. Filip förklarar att var möjligheterna till sortering var annorlunda då han bodde på landsbygden i barndomen:

inte fanns där det. Sopbilen kommer och söka den där ena roskisen [avfallskärlet] där att inte liksom nu för såklart tomflaskor så återvinner man och sen brukade vi nog papper och tidningar och sådant här alltid föra till tidningsinsamlingen. [...]. Återvinningsmöjligheterna var ju nog jätte mycket sämre sådär att men just tidning, paff och sådant här perus [vanligt] så kunde man nu sen ändå men att inte kasta vi nu det i blandavfall men.

Enligt Gabriel är hans föräldrar “våldigt måna om det här att man ska liksom sortera [...] och ännu mer säkert striktare än mig” och säger att han har “blivit uppväxt med det att rätt sak ska i rätt låda “. Gabriel noterar att man har försökt platta till avfallet för att göra rum i sophinken och talar om att man har “möblera den här roskisen för att man ska få så mycket som möjligt dit i samma kasse på en och samma gång”. Gabriel rapporterar att metall och följande sorterats i barndomen:

det finns dom här två lådorna som man lägger rosk [skräp] i vanligt rosk då och sen har det alltid funnits en mindre kompost skilt. [...]. Sen har det också då funnits för glasburkar skilt och [tankepaus] ääääm [tankepaus] ja sen var det också faktiskt en tid eller ganska lång period som föräldrarna främst sorterade plast skilt från normala roskisen [sophinken] men jag vet inte nu mera exakt hur noga dom är med den biten men att i alla fall tidigare då i min egen barndom så var dom också väldigt måna om att

plasten skulle skilt från vanliga roskisen, så det blev väl som att en av dom här två vanliga roskisana så var liksom vanlig roskis och en var liksom plastroskis [sophink för plast] och sen var den där komposten då och det här och sen glas skilt [...]. Nå förstås pant har dom ju alltid också nog lagt skilt, ja nå sen paff så har dom också skilt.

Casimir förklarar att ”största delen” av hans vänner återvinner och att han ser återvinning som en del av vardagen:

jag har inte sådana vänner som skulle tala om det som just någon grön grej utan det bara hör till vardagen. Jag har vänner som vi har talat om det här just så att säga logistiska problemet med att börja skilja på flera grejer. Jag tror att alla återvinner för att vi har kunnat tala om problemet att ’jag har inte utrymme och skilja mera’ [skrattar].

Filip menar att hans vänner inte sorterar så noggrant och talar om att han upplever att det finns en skillnad i sorteringsvanor mellan könen:

[andas ut] nååh ska vi nu säga att, iint vissa nu tror jag att inte nu tror jag kanske just nån papper och paff som är, det så mycket lättare och förvara också papper och paff att det är inte jobbigt för att du kan bara ha nånstans en papperspåse som du kastar tidningarna i och så kastar du hela liksom veke [bort] meen nu tror jag att ganska många *[skrattar]* av kaverina [kompisarna] kastar någo till exempel konserver och också glasburkar i roskis *[ler]* tror jag att men nu att men nu återvinner folk sen...och sådant här att kanske jag tycker i regel att kvinnor är mera av liksom egen bekantskapskrets och släkt och sådant här så tenderar kvinnor och återvinna bättre än män.

Casimir förklarar att han har märkt att det finns en skillnad mellan könen i sorteringsbeteende och berättar om hans flickvän och hennes kvinnliga vänner. Han menar att de är ”jätte noga på att allt ska skilt oberoende om jag skulle leva i en etta med 20 kvadrat och inte skulle ha utrymme”. Han jämför med sina vänner och förklarar att det inte finns ”nån som tänker såhär” och fortsätter: ”jag har inte träffa på en kille i mina kretsar som skulle [sortera så]”

Davids berättar att han har vänner som har ungefär samma sorteringsvanor som han själv. Han nämner även omständigheternas påverkan på sorteringsvanorna, så som att ”gå sönder på jobbet”:

dom här mina Åbokaverin [vänner från Åbo] som jag har studerat med så jag skulle säkert säga att säkert på ganska samma sätt. [...]. Alla är sådär liksom kanske ändamålsenliga på de sättet att man sorterar vad man orkar men att det är inte liksom prio ettan [den första prioriteten] kanske i vardagliga livet. Inte vet jag kanske man går så sönder på jobbet eller något sådant men [...] i min nära kompiskrets så har jag inte några sådana där liksom...HC [hardcore] sorterare...fast jag har ett par sådana kaverin [kompisar] som är jätte liksom sådana här miljömedvetna annars, vilket kanske är sen lite kliché men att dom är inte sådär jätte vet du något sådant här zero waste att dom skulle liksom prioritera grejor som är bättre och sortera men att säkert ganska sådär liksom perus [medel], inte sådär att man skulle liksom på flit köpa så mycket skräp som möjligt liksom och sen kasta bort det men inte några sorterare på de sättet att gör det där basic liksom...jag tror inte att det är många som skulle skilja till exempel på dom här plastförpackningarna men att annars säkert liksom metall och paff och sådant här tror jag nog.

Gabriel anser att det finns en variation bland hans vänners sorteringsvanor:

väldigt individuellt jag vet åtminstone av min egentligen bästa barndomskompis som ännu bor på [landsbygden] också åtminstone att han nog är också lärd hemifrån säkert ganska långt samma saker som jag, att han är nog vet jag ganska viktig med det här sorteringen. Men att sen tror jag nog att det är ganska mycket individuellt... [...] jag har säkert också kompisar som inte bryr sig alls liksom om det men att det är kanske mera just det här att dom orkar inte liksom bry sig, men det är inte riktigt någon diskussion vi har *haft* [betonar ordet] eller liksom såhär om jag tänker från ett kollektivt perspektiv så vi har nog aldrig prata om sådana här saker. [...]. Närmsta kompisen jo så vet jag faktiskt att han är nog ganska mån om just de att liksom sortering och återvinning.

4.2.3 Upplevd beteendekontroll

Informanterna upplever att de inte har tillräckligt utrymme i lägenheten för att sortera de undersökta avfallssorterna. Informanterna säger sig inte vara medvetna om vilka sorteringsmöjligheter som finns till förfogande på deras gård och deras kunskap om hur

olika material kunde sorteras varierar. David förklarar om den upplevda utrymmesbristen:

mitt kök är så litet så jag har bara liksom [skrattar] utrymme eller det här är min excuse i var varje fall men jag har [skrattar] bara [skrattar] liksom utrymme för en liksom roskis sådan här låda och det är då seka [blandavfall] eller polttokelponen [brännbart avfall] och sen sorterar jag aluminium och paff.

Filip talar även om en upplevd utrymmesbrist: "60 centimeter den där smal den där roskisen att, och där ska rymmas allting att helt enkelt dom här köken har inte rum att speciellt om du har en etta eller sen en liten tvåa så inte har du riktigt utrymme för återvinning". Filip förklarar att sorteringsmöjligheterna påverkas av hur köket är planerat. När jag frågar honom hur han skulle sortera en tonfiskburk av metall förklarar han:

det är lite dumt när man inte har riktigt något bra ställe och förvara dom men jag brukar nog nästan sen...endera kasta i roskisen eller sen sätter jag på diskbänken och nästa gång sen när jag för ut roskisen tar jag den därifrån och kastar den i den där metall.

I flera av Casimirs svar kommer utrymmeshantering fram: "skulle också komma en utrymmesbrist igen med biorosk [bioavfall] för mig själv" svarar han då vi talar om bioavfall. Då vi talar om hur Casimir skulle sortera en pizzalåda av kartong förklarar han: "skulle vika den och föra den typ rakt ut genast [i kartongsortering] när jag går nästa gång ut efter att jag ätit för att den ryms inte i min roskis". Casimir förklarar att även snabbmat som levererats i papperspåsar genast förs ut: "större Hese påsar [”Hese”: Hesburger är finsk hamburgerkedja] exempel med Hese rosken de för jag rakt ut sådants som vet du skulle ta upp hela roskisen genast så [skrattar] brukar jag föra rakt ut sen". Casimir nämner däremot att han "har utrymme" då jag i ett senare skede av intervjutillfället frågar ifall det finns situationer då tidsbrist påverkar hans sorteringsbeteende. Vi talar om hur en glasburk skulle kunna sorteras: "jaa har utrymme när jag bor ensam för att jag har en tvåa så om jag har tidsbrist så blir dom

[glasburkarna] på bordet så de kanske [...] blir på bordet och vänta sen när jag inte har mera tidsbrist.

Gabriel anser att hans sophinkar är små och berättar hur han brukar göra för att platta till avfallet. Han säger att han har två ”väldigt små roskiskär!” som är opraktiska och berättar:

ryms inte så väldigt stora grejer i dom så man hamnar och vara väldigt så här paketera ihop saker igen egentligen [...] trycka mjölkburken mindre och liksom alla paket som går att liksom så att säga trycka ihop [...] för att man ska få nånting och rymmas i roskispåsen.

Utrymmeshanteringens kommer fram i flera svar då jag frågar hur Gabriel skulle sortera olika material. Gabriel förklarar att han försöker trycka ihop materialen så mycket som möjligt så de ryms i hans sophink. Då jag vi diskuterar om en takeaway-förpackning som är tillverkad av kartong (bild 5, vit förpackning) förklarar Gabriel: ”joo jag skulle nog n(h) [andas ut] och [sic] liksom platta till den så gått de går”. Samma gäller då jag visar en pizzalåda i kartong framför webbkameran (bild 5, till höger): ”nå den där skulle jag också veckla ihop som och liksom så bra de går liksom”. Då jag visar en konservburk för Gabriel, (bild 6) svarar han så här:

mmmh nå den där är ju nog ganska svår [skrattar] svår på det viset det här men i mån av möjlighet nog också försöka liksom klämma den där mindre men det är ju nog svårt och det är [skrattar] ganska hårt men men det här [andas ut] jaa den skulle antagligen vara ganska högt upp i min roskiskass [soppåse] kan jag tänka mig för att den inte går att liksom trycka ihop så bra att det är nog mer liksom jag [uttalar ordet knarrigt] försöker pla- eller liksom platta till och liksom göra mindre så mycket som går liksom och försöka få det ner mot botten. [...]. Sånt som är då hårdare så skulle man liksom försöka få uppåt i kassen.

Vad beträffar Gabriels svar ovan, skiljer Gabriel alltså inte kartong eller metall från blandavfall, utan försöker minska på avfallets storlek så att det skulle ta mindre utrymme i soppåsen.

Alkohol är ett annat tema som kommer fram som en extern orsak som verkar kunna påverka informanternas intention att sortera. Då jag visar upp takeaway-förpackningen i kartong (bild 5, till vänster) och frågar hur Casimir skulle sortera den, svarar han: ”om man har ätit något sådant där så sista som man tänker på är [*skrattar*] att *vart de faaar* [*skrattar*], för att man har *krabbis* [*bakfylla*] *eller något liknande* [Casimir skrattar medan han talar och skrattar sedan]”. Casimir fortsätter: ”om jag ser en sådan där så tänker jag på att jag mår dåligt ja ha druckit för mycket öl förra *dagen* [Casimir skrattar medan han talar och skrattar sedan]. Även David rapporterar att alkohol kan påverka hans sorteringsbeteende och förklarar om en situation då han kommit hem från baren och deponerat avfall i fel avfallskärl på natten på grund av att han snubblade på avfallet.

Ingen av informanterna uppger sig vara medveten om alla sorteringsmöjligheter som finns på gården. Filip beskriver: “där finns alla sorteringsmöjligheterna som nu vanliga man kan tänka sig i princip”. Då jag ställer en följdfråga ifall det finns en möjlighet att sortera plast svarar Filip: ”nää nä där finns nog inte skilt plast vad jag skulle ha sett nä”. David säger däremot såhär:

jag börja just tänka alltså de boorde ju väl finnas eller de ju enligt lagen att de borde väl finnas för alla...vad heter det...men nu då du säger de så...på något sätt kommer jag ihåg att det inte skulle finnas liksom för att...joo men jag är inte helt säker nu de kan hända att. [...]. Jag har just det att det är liksom nånting sånt som jag gärna skulle sortera och nu skulle jag ha liksom plats för de också men att det har inte blivit av att det far dit till polttokelponen [*brännbart avfall*] så jag har inte liksom lagt märke heller till att söka efter det på det sättet.

Casimir, å andra sidan, känner till att plast kan sorteras på hans gård, men är inte medveten om möjligheten att sortera bioavfall. Gabriel förklarar såhär då vi talar om vilka avfallskärl som finns på gården:

jag börja tänka där är där är i alla fall liksom dubletter av vissa att där är två brännbara och så är där...[paus] så är där två paff joo men att är där någonting till sen då...[längre paus] mm mm mm [paus] [andas ut] jag måst nog säga att såhär som, jag kommer nog

inte på någonting nu som där skulle kunna vara till.

I samband med att vi diskuterade om utrymme och sortering kom även pantflaskor upp som ett tema. Casimir förklarar att han samlar ett fåtal pantflaskor på diskbänken och säger: ”jag har ju en tvåa bara för mig själv så I don’t have a problem with space [skrattar] with space”. Ifall det är fråga om “en ölkväll med killarna” så förklarar Casimir att han för pantflaskorna “nästa dag när man är sober”. Informanterna berättar att de förvarar pantflaskor i större mängder på olika ställen i huset. Gabriel rapporterar att han samlar på pantflaskor i en ”Ikeakass inne i bastun” och David på botten av avfallsskåpet bredvid sophinken. Filip uppger sig ha en sophink för pantflaskor bredvid ”vanligt hushållsskräp”.

Gabriel förklarar att han sorterar det mesta som brännbart avfall då jag visar upp olika material för honom under intervjun. Då vi senare i intervjun talar om hur materialen kunde sorteras på ett annat sätt verkar Gabriel vara osäker. Vad konservburken beträffar (bild 6) svarar Gabriel såhär: ”[andas ut] nå den där borde sen s(h)äkert ha nån helt egen kan jag tänka mig igen äää [knarrar]...men inte jag har nu inte något rakt svar på den frågan just nu tyvärr”. Gällande takeaway-förpackningen i plast (bild 4, svart förpackning) svarar Gabriel såhär: ”ää [knarrar] mm det där är nån form a- är det hårt plast eller är det mjukt plast nä jag vet inte det är nog plast men ääm”. Han fortsätter:

jag #mm# [knarrigt ljud] börja funde#e#h [knarrigt ljud] jag tycker till lika att liksom #mm# [knarrigt ljud] hårda plaster så boorde kanske inte läggas i samma liksom som vanliga liksom roskisen men, men sen liksom ändå så nog skulle jag antagligen själv lägga de dit nog det här i brist på liksom andra, andra liksom det här möjligheter.

När vi talar om sorteringsmöjligheterna gällande plastföremål med Filip syftar han på de diskussioner vi haft tidigare i intervjun om platsortering: ”du talade här tidigare ju om det där något plaståtervinning men inte har jag i alla fall själv sett sådana stationer så”.

4.2.4 Marknadskommunikation

Information var ett ofta återkommande tema i intervjuerna med informanterna utan uttalad intention att sortera. I detta samband diskuterades bland annat återvinningsaktörer och informanterna uppgav sig i varierande grad känna igen aktörer som har att göra med sortering i Åbo. Filip verkar dock inte vara säker:

mmm äää [andas ut] jag vet inte faktiskt jag [andas ut] det är nog inte någon logo i alla fall där på vår roskis att det skulle stå att inte vet jag och jag vet inte sen om det är uppdelat på något sätt i några områden också att eller är det faktiskt ett företag som hanterar hela sop- avfallshanteringen i Åboregionen att de vet jag inte.

Gabriel säger sig känna till Luonais-Suomen Jätehuolto (Sydvästra Finlands Avfallsservice): ”oj d(h)e [skrattar] de va bra fråga...ääämh [paus] [andas ut] skulle de kunna måne vara det här Lounais-Suomen Jätehuolto...ääämmm”, svarar han då jag frågar vilka aktörer han känner till som har att göra med återvinning i Åbo. Gabriel nämner senare i intervjun att hans kompis pappa har jobbat på företaget. Även David säger sig ha en koppling till företaget, då han uppger sig ha jobbat med bolaget i ett projekt på sin nuvarande arbetsplats: ”Lounais-Suomen Jätehuolto det kanske heter” svarar han på frågan om vem som ansvarar för återvinning i Åbo. Casimir nämner däremot Lassila & Tikanoja då jag frågar vilka ord han förknippar med återvinning. Senare i intervjun, då jag frågar ifall han känner andra aktörer relaterade till återvinning, svarar han: ”fan jag kommer inte ihåg, jag vet att de finns flera...[paus] men dom har brända sig nog bäst”.

Enligt informanterna kunde informationen om återvinning förbättras. David förklarar:

jag tycker att det är liksom helt helvetes dåligt. [...]. Informationen som konsumenter och liksom vanliga medborgaren får är att du ska sortera, för att de en bra juttu [grej] men att det finns inte liksom hemskt mycket eller de finns på vissa grejer så finns inte alls någon information att vad händer på riktigt åt det där liksom att inte tro jag liksom sist och slutligen att till exempel jag råka nu veta exakt hur dom här pulkningsmaskinerna [maskiner som används i kartongtillverkning] funkar hur man bryter ner dom här kartong dryckeskartongförpackningarna.

David fortsätter och talar om att han skulle vilja ha en motivator för att sortera samt information om hur materialen återvinns och behandlas efter att de har sorterats.

jag vill ha liksom en bra motivering varför jag ska göra nånting förrän jag gör det och jag tror att om man skulle få mera liksom klar information om att just med till exempel dom här glas och metall, så att det är sådär obviously liksom att du vill inte blanda två material för att du ska kunna utnyttja dom så bra som möjligt men att inte vet jag liksom exakt att hur funk- liksom jag skulle villa veta jag skulle villa se fast en video att hej att de far hit och jag hitta liksom de finns på Yle Areena någon sådan där miniserie om det, om olika sådana där material men det är jät- de är så sådär jätte liksom vag marknadsföring. [...]. Jag skulle villa ha en liksom lista på dom där grejerna att hej att de som du sätter hit så lågan eller liksom temperaturen e det här och sätter då av den här metallen som smälter först efter den här temperaturen. [...]. Ordentlig tietopankki [databank] var det finns alla dom här avfallssorterna och sen nå sådan här liksom process att konsumenten ska göra såhär och varför gör du det här, nå för att man sen bryter ner det såhär eller bränner de såhär. [...]. Lite samma som på flygfält att du får inte ta dom här grejerna dit, sen finns de en lista på dom där grejerna som du inte får ta dit. [...]. Det är ju helt intressant och veta de också.

Gabriel tycker att “kommunikationen är ganska dålig”, och berättar:

jag tänker nu bara själv på den här pratstunden vi ha haft här så jag tycker nu själv också att jag borde själv kanske ha kunna veta bättre, nå och då tänker jag själv från det perspektivet att jag har ändå liksom blivit lärd på ett visst sätt kanske hemifrån, så att där kanske jag ändå har fått nån form av sådan här grundkunskap inom det här ämnet, sen om man tänker att sådana människor som inte alls sorterar, så dom kanske inte gör de för att dom inte har den här kunskapen eller ha fått den här informationen. Jag tror nog att man skulle kunna bli mycket bättre på att kommunicera om just avfallshantering och liksom hela det här cirkulärsystemet redan från liksom ung ålder.

Gabriel förklarar vidare då vi talar om de största hindren för att sortera:

[...] ovetskapen om vad man sorterar. [...]. Skulle man ha en klar bild av vad man ska sortera vart så skulle de ju vara väldigt logiskt men jag tror att de också har blivit en ganska stor barriär inom sorteringen eftersom man inte liksom vet vart man ska lägga till exempel då en viss sorts plast eller någon annan sorts plast. [...]. Det vad man hör till exempel via medier så är så viktigt att man ska sortera de rätt men sen så vet man inte

valt man ska sortera de rätt och sen kanske man, man liksom tänker att nå men inte berör det här liksom mig att jag är ju bara en människa liksom i mängden och sen kanske man inte har motivation eller orken och bry sig.

Casimir är inne på samma linje som Gabriel och David: ”jag tycker det inte finns så värst mycket i allmänna medier att vad ska återvinnas och hur det ska återvinnas”. Han förklarar om värmeproblematiken som han återkommer till flera gånger under intervjun:

tycker om teknik tycker om numror tycker om sådana här grejer så något som jag skulle ha vilja sett, se någon gång är ärligt sagt att om vi återvinner för mycket i Finland så ha vi påri- ha vi problem eller har vi inte problem med värme i vår kaukolämpöverkko [fjärrvärmenät].

Filip tycker, i motsats till de övriga informanterna, att informationen kring återvinning är ”tillräcklig” och talar om att han lärt sig detta redan i ung ålder i skolan: ”nu tycker jag att det är på, på bra bra, tillräcklig nivå att nu har man ju Finland så lärde man ju man hade ju ren i lågstadiet om återvinning och bioavfallet och sådant här att börja på ettan [första klass]”. Då vi talar om vilken information Filip har sett förklarar han:

joo jo nu har man sett massor och nu kommer de ju som sagt just så att de kommer några gånger i må- en gång i månaden eller något så brukar man ju få hem någon sådan där lapp men de nu inte något som man, lägger märke till i och med att man har det ganska på de klara på de sättet.

I likhet med informanterna med uttalad sorteringsintention nämner även informanterna utan uttalad sorteringsintention rykten och osäkerhet kring sortering. Dessa har till exempel att göra med huruvida föremål ska sköljas eller ej. Då jag frågar varför David tycker att föremål ska sköljas säger han:

jag har nog säkert bara läst det någonstans liksom och sen att det där är liksom lite sådär, man tänker nu att det där ultimata målet med det här är att liksom att vi ska få en bättre planet så är det ändamålsenligt att skölja varje paket så att vi använder jätte mycket vatten till det och energi...nä det är inte men att sen liksom, att ju renare det där skräpet är så desto bättre.

Samma verkar gälla glasföremål då vi talar om vilket glas som får sorteras i glaskärlet på gården och vilket som inte får detta. ”Jag har nog säkert liksom, jag har säkert stumbled upon it”, säger David då jag frågar varifrån han fått informationen att värmebehandlat och icke värmebehandlat glas ska sorteras på skilda sätt. David berättar även om att han inte visste hur lådvin (bag-in-box-vin) kunde sorteras förrän han hittade information om detta i nyheterna:

det finns ganska mycket sådana där grey areas och [...] på..vissa nyheter så där brukar man se liksom någon gång..[...] men att just nå Italehtis [Finsk kvällstidning] att hei tiesitkö [visste du] vet du liksom att till exempel att Alko har fått sådana här bag-in-box vissa sorterings liksom eller vart man kan sätta dom. [...]. Inte har jag liksom hört det förrän nu då jag sökte.

Casimir talar också om att skölja glas: ”*jag tycker [frågande röst]* man skulle borda skölja glaset så jag brukar skölja glaset”, säger han. Samma gäller metall: ”*men metall [frågande röst]* brukar jag inte skölja jag vet inte om man skulle borda skölja det men det brukar [*skrattar*] jag inte skölja [*skrattar*] jaa”. Informationen om att skölja glas har han fått av sin mamma, förklarar han. Casimir nämner också ett annat rykte som sticker ut ur mängden i jämförelse med de rykten som behandlats hittills. Han talar om rykten som han hört beträffande andra länders avfallshantering i jämförelse med Finlands:

nå rykten som man ha vet du hört i alla fall från andra länder är de att det här finska systemet, till en viss mån är ganska idiotiskt på det viset att du har redan maskiner som skulle kunna från fast en allmän roskis, eller du skulle fast blanda glaset eller och metallen och så att säga så du skulle ha en maskin i återvinningsämnen som skulle bara skilja det vet du. [...]. Jag veet inte hur sant eller inte sant sådana här maskiner är, för tillfället jag har inte brytt så pass mycket att jag skulle ha börjat googla av mig själv, jag har vet du snippets of information när man har varit runt i nätet.

I jämförelse med informanterna med uttalad sorteringsintention har en del av informanterna utan uttalad sorteringsintention en bättre kännedom om vad som händer med materialen efter att de slängts. David förklarar hur plast återvinns: ”man smälter ner

det och sen blir det sådana där pelletin [pelletar] som sen kan använda på nytt". Casimirs förklaring om hur plasten återvinns ser ut såhär:

vi måst ha antingen nya bilar eller flera bilar för vi måst skilja också den bilen som hämtar dom här grejerna härifrån [...] men efter att de hämtas så förs det till en fabrik som med kemiska medel så att säga gör det till en mömmö [gegga] på ett visst plan och sen blandar det antingen med ny plastråvara så man har en hybrid eller sen om man är mera avancerad fabrik så kan det från bara det där recycled mömmön så göra 100 procent recycled plast och sen det görs till den formen som då behövs för dom produkterna som vill säljas för tillfället.

Då jag frågar om vad som händer med skräpet (blandavfall eller brännbart material) efter att Gabriel slängt bort det talar han om att det återvinns och kommer även att tänka på pantflaskor:

jag skulle åtminstone tippa på att, att det här, ganska mycket går till nån form av återvinning, ää men att först måste det ju transporteras förstås från punkt a till punkt b men, men det här...jag har väldigt dålig koll, på liksom vad som händer faktiskt med liksom skräpet efter att man har lämna av det i liksom den här det här...egentligen avfalls...den här...avfallsplatsen..tappar ordet här med(h)n det här, ääm, men att det här...äää..nä i alla fall vet jag väl att det här liksom, plast, plast det här som man till exempel pantar så blir ju väl liksom, så återanvänds väl, på nån i nån form till nya flaskor, meen men jag har också väldigt dålig koll överlag där på att vad som händer liksom att där borde man nog kanske...också läsa på mera och bli mera insatt, att det här, för det ju ganska intressant sist och slutligen hela liksom den här cykeln att hur, vad som påverkar vad och så vidare.

Jag frågar Gabriel också varför han inte slänger glas i samma sophink som det övriga avfallet:

[andas ut] nå [andas ut]...mm rent logiskt sett så ka-, eller så tänker jag väl åtminstone att det här glaset så återanvänds till nytt glas liksom ää men att där också så, så jag vet nu inte riktigt såhär konkret att varför man heller lägger dom skilt såhär för att men att dt känns nog fel att lägga den i roskisen när man alltid liksom har gjort på(h) ett visst sätt£ men att jag antar bara såhär att de då är att det här...glas sort eller liksom bör sorteras med glas för att det ska återanvändas till nytt glas liksom.

Med Filip talar vi om hur bioavfall återvinns och hans tankar kring detta lyder såhär:

nå bion...såå jag vet inte jag har bara liksom vissa men jag vet inte om det är bara från...från liksom ska vi säga boskap och sådant så där är alla fall liksom bioavfall och så, så utnyttjas ju delvis till exempel att man tar metangaser och sådana här saker ää, till nytta...och det var ju nu nån, till exempel några företag som har börjat och göra det till något gödsel och annat sådant här eller något omvandla om jag kommer ihåg rätt, av den där bioavfallen men, att inte vet jag sen om det förädlas sen också delvis till något foder eller något annat till något djur eller, gödsel eller sånt att...att de, kan bra vara.

Vi talar även med informanterna om återvinningen av avfall som sorteras som brännbart material. Detta är Davids syn:

det bränns i sådana där stora ugnar att det är ju sådär att de bränner nog allt säkert vad som finns där det är ju inte helt ändamålsenligt att man måste hålla på med dom där masugnarna för att bli av med sånt skräp som man kanske kan åt- liksom återvinna att det där att jag ser liksom på det där polttokelponen [brännbart material] som sådana där liksom helvetes, helvetes liksom masugnar dit [*skrattar*] allt far dit men att det är sådär last resort att...att, joo.

Under intervjuens gång talar Casimir flera gånger om en oro ifall vi återvinner för mycket då detta enligt honom möjligen kan leda till att problem som har att göra med värmeproduktion. Då jag frågar Casimir vad som händer ifall han sorterar matavfall som bioavfall svarar han: "det blir också energi, och jag fatta att för tillfälle om du sätter biorosk, rosk skilt i Åbo så de far till gasum som gör det till naturgas och det blir energi". Jag frågar vad som händer ifall Casimir sorterar matavfallet i den "allmänna roskisen":

då bränns det ju med all annan rosk och det bli ju också det blir ju bara, det blir säkert värme, men om du sätter det i bioroskisen så då blir de naturgas i Åbo som används då i bilar eller värmeproduktion eller elproduktion...det är det som jag ha fatta det här för tillfället.

Filip talar också om värmeenergi i samband med brännbart avfall: ”allt som brinner så fast det skulle gå och återvinna att om något far nu sen dit till, dit så i Finland far de nu för det mesta i alla fall inte bara liksom som så kallade landfills”.

Vad marknadskommunikation beträffar avslutar jag sammanfattningsvis med Davids tankar om information kring avfallssortering:

ja tycker att de borde mera vara som en lag att man borde på något sätt inte forcea det, det skulle kräva att de finns jätte noggrant liksom listat allt sådant här liksom dom här...att nu är det lite sådär liksom hej att...alla borde sortera men sen ingen vet riktigt liksom exakt att...va händer om man inte egentligen gör det. Eller sådär att alla vet att om man inte tvättar tänderna så börjar man få hål för att man får karies och liksom det är bakterier som biter och blå blå blå, och det är jätte hifistely [noggrant], och därför tvättar folk tänderna, men det är lite som att säga att ”tvätta tänderna för annars går det dåligt”. Så det på något sätt lite samma sak, att de fattas liksom en liten bit tycker ja där i den där slutändan att konsumenten skulle förstå att hej att, helt på riktigt att du kan inte liksom sätta den där metallsorten dit för att det blir inte liksom bra...och så här.

5 ANALYS OCH DISKUSSION

I kapitlet diskuterar jag hur det empiriska materialet relaterar till avhandlingens referensram och jag ger förslag till vidare forskning. Den empiriska och den normativa forskningsfrågan besvaras (forskningsfråga två och tre). Kapitel 5.1–5.6 hänför sig till analysen och därefter följer en diskussion med praktiska rekommendationer. Kapitel 5.1–5.4 är rubricerade enligt avhandlingens referensram.

5.1 Attityd till sortering

Utifrån resultaten finner jag stöd för avhandlingens referensram, där personliga normer och upplevelsen av fördelen jämfört med nackdelen att sortera förklarar konsumentens attityd till sortering. Ett starkt miljöintresse korrelerar med en uttalad sorteringsintention och informanter som inte uppger ett starkt miljöintresse rapporterar utifrån det empiriska materialet att de sorterar mindre. De informanter som uppger ett miljöintresse nämner även framtida hot och en önskan om att scenarier, såsom miljökatastrofer, inte blir verklighet. På basis av detta verkar resultaten vara i linje med Thøgersen (1996) som argumenterar för att det finns en koppling mellan inre motivation och sorteringsbeteende.

Miljöintresset hos informanterna med uttalad sorteringsintention och det faktum att informanterna utan uttalad sorteringsintention inte uttalar ett lika tydligt miljöintresse stöds även av Davies (2002) och Kokkonen (2020). De argumenterar för att sorteringsbeteendet påverkas av konsumentens medvetenhet om sorteringsbeteendets miljöfördelar. Resultaten ger även stöd till Onel och Mukherjees (2017) teori om kopplingen mellan biosfäriska värderingar och konsumentens intention att sortera. En ”uppfattad moralisk skyldighet” att utföra ett beteende (Ajzen, 1991), kunde alltså ses som en påverkningsfaktor på individens intention att sortera. Fastän informanterna utan uttalad sorteringsintention inte uttalar ett tydligt miljöintresse verkar det utifrån deras

intervjusvar som att de är medvetna om att sortering är bra för miljön. Varför denna vetenskap inte förvandlas till faktiskt sorteringsbeteende är något som kunde utredas.

Med tanke på att jag har definierat personliga normer som ”internaliserade värderingar” (med utgångspunkt i Schwartz och Howard, 1980), ser jag en koppling dessa och Gabriel som talar om ”samvete” då vi talar om hans tankar om sortering. Det att David skrattande förklarar om ”helvetes masugnar” som fungerar som ”last resort”, tolkar jag även som att han anser att det inte bra att slänga allt avfall i samma avfallskärl fast han gör det själv till en stor del. Jag tolkar att sortering har en koppling till samvete även ur Annas kommentar då hon talar om ”rum för förlåtelse” då hon inte hinner sortera sitt avfall. För övrigt, och till skillnad från informanterna med uttalad sorteringsintention, verkar attityden till sortering hos informanterna utan uttalad sorteringsintention vara mindre kopplad med känslor.

Resultaten tyder på att informanterna utan uttalad sorteringsintention litar på att det finska avfallshanteringssystemet fungerar, och det verkar som att de anser att det inte gör en stor skada att låta bli att sortera i Finland. Enligt informanterna spelar det roll ifall avfall slängs i blandavfallet i Finland i jämförelse med USA eller Indien, för att hänvisa till informanternas egna exempel. Enligt Ajzen (1985) påverkas individens attityd till beteendet av individens uppfattning om beteendets utfall. Det kan alltså argumenteras för att informanterna utan uttalad sorteringsintention anser att beteendet (att låta bli att sortera) inte har ett lika negativt utfall i Finland i jämförelse med till exempel Indien.

Det kan argumenteras för att informanterna utan uttalad sorteringsintention ser fördelar med att låta bli att sortera, med exempel som Casimir och David som talar om att brännbart avfall kan utnyttjas i värmeproduktion. Casimir uttrycker även en rädsla för att för mycket avfallssortering kan leda till brist på värmeproduktion. På lika grunder kan det hävdas att vissa informanter inte ser fördelar med att sortera till exempel plast, eftersom det i finländska medier har rapporterats om att återvinningsindustrin inte har tillräcklig kapacitet att återvinna sorterat material. Ur Yle MOT:s utredning framkom det

att två tredjedelar av finländska plastavfallet bränns istället för att det skulle återanvändas (Miettinen, 2021).

Informanterna utan uttalad sorteringsintention har en positiv attityd till sortering men denna förvandlas inte till faktiskt beteende. Detta stämmer överens med bland annat Thøgersen (1994) och Uusitalo (1990) som menar att individens attityder inte nödvändigtvis stämmer överens med faktiskt beteende. Resultaten är även i linje med Ajzen (1985) som påminner om att förändringar kan ske mellan mätande av intentionen och utförande av beteende. Enligt Ajzen (1985) ter sig negativa uppfattningar starkare närmare utförandet av beteende, vilket kan vara en möjlig förklaring till att attityden till beteendet hos informanterna utan uttalad sorteringsintention inte förvandlas till ett faktiskt sorteringsbeteende.

Ekonomiska incitament verkar vara en motiverande faktor till att sortera, vilket stämmer överens med Thøgersen (2003) som kom fram till att den upplevda självförmågan att sortera ökar i samband med ekonomiska incitament. Även Abila och Kantola (2019) noterar att ekonomiska incitament kan sporra till ett miljövänligt beteende. Alla informanter rapporterar att de sorterar pantflaskor och det kan argumenteras för att informanternas upplevda beteendekontroll ökas, och faktorer som utrymmesbrist är inte av en så stor betydelse ifall de får ett ekonomiskt incitament i form av pant. Detta verkar i synnerhet gälla informanterna utan uttalad sorteringsintention.

5.2 Subjektiva normer

Enligt Ajzen (1985) påverkas de subjektiva normerna av individens uppfattning om den sociala pressen att utföra ett beteende, och i kontexten av denna avhandling har jag utgått från att ett aktivt sorteringsbeteende i informantens närkrets leder till en social press hos informanten att sortera. Utifrån avhandlingens resultat kan det tolkas att informantens närkrets kan förutspå informantens sorteringsbeteende ganska bra. Informanterna berättar att de sorterar i enlighet med familj och vänner och ytterligare stämmer informantens rapporterade sorteringsbeteende i barndomen i stort sett överens

med informanternas nuvarande intention att sortera. Det finns två undantag: Gabriel som förklarar att hans föräldrar varit aktiva sorterare men han verkar inte vara detta själv, och Erika som berättar att hon sorterar, medan hon säger att hennes föräldrar däremot inte gör detta. Vad subjektiva normer beträffar kunde utfallet bero på informanternas vänner: både Gabriel och Erika säger att de har vänner som sorterar i enlighet med dem själva och vänner som inte sorterar alls.

På grund av att vissa informanternas rapporterade sorteringsbeteende skiljer sig från det rapporterade beteendet i barndomen, kan det argumenteras för att tidigare sorteringsbeteende inte räcker som en enskild förklaring till informantens nuvarande sorteringsbeteende. Detta är i enlighet med Ajzen (1991), som menar att tidigare beteende är en del av upplevd beteendekontroll, och inte en enskild påverkningsfaktor till faktiskt beteende.

Utfallet av studien kan även påverkas av att informanterna kommer från skilda studiebakgrunder. Informanterna med uttalad sorteringsintention har studerat humanistiska ämnen medan informanterna utan uttalad sorteringsintention har studerat antingen ekonomiska eller tekniska ämnen. Till vilken grad denna bakgrund och konsumenternas umgänge påverkar konsumenters sorteringsintention är något som kunde utredas i framtiden.

5.3 Upplevd beteendekontroll

Upplevd beteendekontroll, som i referensramen definierats som ”konsumentens upplevelse av interna och externa resurser och hinder för utförandet av sorteringsbeteendet” verkar påverka informanternas sorteringsbeteende på flera punkter. Ur informanternas svar går det att avläsa att informanterna med uttalad sorteringsintention påverkas avsevärt mindre av de externa omständigheterna i jämförelse med informanterna utan uttalad sorteringsintention. Informanterna med uttalad sorteringsintention rapporterar inte en upplevd utrymmesbrist i samband med sortering, fastän deras boendeförhållanden är rätt lika den andra informantgruppens.

Informanterna utan uttalad sorteringsinformation förklarar flera gånger om en upplevd utrymmesbrist i sorteringsfrågor, med undantag för sortering och förvaring av pantflaskor. Detta kommer särskilt fram i Casimirs svar, när han säger att utrymme inte är ett problem gällande pantflaskor, men att han upplever utrymmesbrist i samband av sortering av bioavfall, bland annat.

Utrymmesbrist kunde tolkas som informanternas upplevelse av ”tid och möjlighet” att utföra beteendet utifrån Ajzen (1985) eller ”förmåga och möjlighet att sortera” enligt Thøgersen (1994). Då möjligheterna att sortera till synes är lika hos båda informantgrupperna, kan man fråga sig varför informanterna med uttalad sorteringsintention inte rapporterar en upplevd utrymmesbrist, medan informanterna utan uttalad sorteringsintention gör det. Vilka bakomliggande orsaker prioriteras hos informanterna med uttalad sorteringsintention så, att de inte rapporterar en upplevd utrymmesbrist?

Ajzen (1991) förklarar att mindre externa hinder tillsammans med upplevda resurser att sortera utgör en större upplevd beteendekontroll och enligt Kokkonen (2020) är utrymmesbrist en central faktor som påverkar individens sorteringsbeteende. Resultaten tyder på att dessa argument stämmer då det är frågan om informanter utan uttalad sorteringsintention. Å andra sidan implicerar resultaten att upplevd beteendekontroll inte är lika vägande ifall sortering upplevs som viktigt för informanten. Gällande informanter med uttalad sorteringsintention är det andra faktorer som ter sig viktigare för att motivera dem att sortera, så som miljöoro.

5.4 Marknadskommunikation

Enligt Kokkonen (2020) är information och guidning en viktig faktor som påverkar sorteringsbeteende. Även Iyer och Kashyap (2007), Mee m.fl. (2004) samt Rettie m.fl. (2014) noterar att lyckad marknadskommunikation kan hjälpa att höja på återvinningsgraden.

Utifrån resultaten går det att tolka att informanterna upplever att marknadskommunikationen kring sortering är bristfällig, och informanterna rapporterar en dålig kunskap om produktomvandling. Informationen om sortering upplevs lika dålig både av de som uttalar en sorteringsintention och de som inte gör det. Speciellt informanterna som uttalade en sorteringsintention rapporterade att de brukar examinera förpackningarna för sorteringsinstruktioner, och samtidigt rapporterade de att dessa instruktioner inte alltid är enhetliga. Enligt Nemat m.fl. (2020) borde förpackningarna vara designade så, att de innehåller lättillgänglig information om hur förpackningarna ska sorteras för att sporra ett aktivt sorteringsbeteende. Utifrån det empiriska materialet kan det alltså argumenteras för att det finns en potential för att förbättra förpackningsdesignen i Finland.

Enligt Winterich m.fl. (2019) ökar sannolikheten för återvinning ifall konsumenten vet hur produkten återanvänds och då konsumenten med hjälp av konkreta exempel kan föreställa sig detta. Informanterna utan uttalad sorteringsintention verkar vara mer medvetna om hur produkterna återvinns, men detta syntes inte i deras rapporterade sorteringsintention. Å andra sidan rapporterade informanterna med uttalad sorteringsintention en dålig kunskap om produktomvandling, som i deras fall inte har ett samband med en rapporterad låg sorteringsintention. Resultaten motstrider alltså Winterich et al.:s (2019) argument om att information om produktomvandling skulle ha ett samband med ett mer aktivt sorteringsbeteende.

På grund av att resultaten av studien visar att marknadskommunikationen i sorteringssammanhang upplevs som dålig eller otillräcklig, kunde framtida studier med marknadskommunikativa interventioner göras. Dessa studier kunde bland annat få svar på hurdan typs av marknadskommunikation som är effektiv i sorteringssammanhang.

5.5 Svar på den empiriska forskningsfrågan

Utifrån min analys och tolkning studiens resultat gör jag sammanfattningsvis ett försök att svara på avhandlingen empiriska forskningsfråga: ”Vilka faktorer påverkar unga urbana konsumenters intention att sortera i en finländsk kontext?”

Sett ur TPB:s perspektiv framstår det som att konsumentens intention att sortera påverkas av attityd till beteende, till vilken konsumentens personliga normer fungerar som en stark bakomliggande faktor. Konsumentens intresse för miljön ser ut att ha en koppling med intentionen att sortera. Konsumentens närkrets (subjektiva normer) påverkar till synes hens intention att sortera, men det verkar som att konsumentens vänner skulle vara en större förklarande faktor än till exempel föräldrar eller tidigare sorteringsbeteende. Vad upplevd beteendekontroll beträffar, framstår det som att utrymmesbrist och upplevda brister i information om hur avfallet ska sorteras kan leda till en svagare intention att sortera. Gällande utrymmesbrist ser det dock ut som att det finns en betydande skillnad mellan de som uttalar en sorteringsintention och de som inte gör det. Individer utan uttalad sorteringsintention ser en koppling mellan sin låga sorteringsintention och upplevd utrymmesbrist.

Ur ett marknadskommunikativt perspektiv ter det sig som att förpackningsdesign och information om produktomvandling har ett samband med intentionen att sortera. Det förefaller som att information om produktomvandling däremot inte hjälper att stärka sorteringsintentionen hos konsumenter utan uttalad intention att sortera.

5.6 En sammanfattning av resultat och analys samt tillägg till studiens referensram

Utifrån det som diskuteras hittills kan analysen sammanfattas enligt följande:

TPB fungerar som en bra grund för att studera sorteringsbeteende. Vidare forskning om marknadsföringens inverkan på sorteringsbeteende rekommenderas, dels på grund av att

det inte finns mycket tidigare litteratur i ämnet, dels på grund av att studiens resultat implicerar detta. Ifall studier med marknadsföringsperspektiv görs och sorteringsbeteende studeras med TPB som grund, går det att utgå från denna studies ramverk. Utifrån resultaten och analysen kan ramverket utökas med några tilläggfaktorer.

Studiens centrala fynd är följande:

Personliga värderingar ter sig som en stark motiverande faktor gällande informanter med uttalad sorteringsintention.

Förpackningsdesign är en viktig, motiverande och underlättande faktor beträffande sorteringsbeteende, och tydliga sorteringsinstruktioner på förpackningen sporrar ett aktivt sorteringsbeteende.

Praktiska problem såsom utrymmesbrist i hemmet och design på avfallsskåp påverkar särskilt informanter utan uttalad sorteringsintention. Det rekommenderas att sortering tas i beaktande redan vid planering av nya hus, vilket innebär att designen av hemmet ska sporra konsumenten till ett aktivt sorteringsbeteende. Detta kan göras till exempel med en köksdesign som möjliggör att konsumenten kan ha flera olika avfallskärl.

Referensgruppen, det vill säga de som påverkar de subjektiva normerna, visar sig vara av särskild betydelse. Konsumenterna tenderar sortera enligt sin referensgrupp, som kan vara exempelvis familj eller vänner. Det rekommenderas att marknadsföringsåtgärder görs för att sporra ett aktivt sorteringsbeteende, som till exempel informationstillfällen om avfallssorteringens fördelar som riktar sig till unga konsumenter. Ett exempel på detta är information om produktomvandling, vilket innebär att barn redan i ung ålder får en förståelse om hur en produkt återvinns och vilka produkter som kan skapas av detta. Det kunde alltså argumenteras för att det är en större chans att unga konsumenter sorterar i framtiden, ifall den unga konsumenten hade en förståelse för att exempelvis metallburken kan bli en ny leksaksbil, till skillnad från att barnet sorterar utan vetskap om varför metallburken sorteras.

5.7 Diskussion

Enligt avhandlingens referensram kan konsumentens framtida sorteringsbeteende förutspås genom att studera konsumentens intention att sortera. Intentionen kan påverkas av konsumentens attityd till sortering, subjektiva normer och upplevd beteendekontroll. Konsumentens attityd till sortering kan i sin tur påverkas av hens personliga normer. Enligt modellen kan marknadskommunikation i första hand påverka konsumentens attityd till sortering och hens upplevda beteendekontroll. Utifrån denna modell antar jag att en förstärkt intention att sortera leder till ett mer aktivt sorteringsbeteende som i sin tur kunde höja återvinningsgraden.

Baserat på det som diskuterats hittills i avhandlingen ämnar jag svara på avhandlingens normativa forskningsfråga: ”Hur kan återvinningsgraden höjas i urbana miljöer i Finland?”

Det ter sig som att information om sortering inte är enhetlig och utifrån intervjun är informanterna inte medvetna om hur visst avfall ska sorteras. Genom en tydlig och enhetlig marknadskommunikation kunde konsumenternas kunskap om avfallssortering öka och därmed kunde även återvinningsgraden höjas. Utifrån det empiriska materialet visade sig förpackningsmärkningar vara ett exempel på marknadskommunikation i anslutning till sortering. Ett alternativ kunde vara att markera förpackningarna tydligt med olika färgkoder enligt avfallsslag, och även markera de olika avfallskärnen på sorteringsstationerna enligt samma färgkoder. Ett befintligt exempel på detta är Helsingforsregionen, där det i föreskrifterna för avfallshanteringen fastställs att avfallskärl ska anges olika färgkoder i enlighet med avfallssorten i fråga (Helsingforsregionens miljötjänster, 2019). I avfallsföreskrifterna (635-2017) för Sydvästra Finland, som även gäller Åbo, meddelas det däremot inte om olika färgkoder.

Enhetliga förpackningsmärkningar med sorteringsanvisningar kunde skapa tillit hos konsumenter, öka konsumenternas upplevda tillgång till information om sortering och därmed öka deras upplevda beteendekontroll. Baserat på TPB kunde detta öka konsumenternas intention att sortera och således även bidra till att höja

återvinningsgraden. Färgkoder som skulle förenhetligas enligt avfallsorten skulle kräva märkbara omjusteringar även ur producentsynvinkel – en satsning som dock kunde bära frukt på lång sikt.

Med tanke på att det empiriska materialet visade ett stort gap mellan informanter som uttalade en sorteringsintention och informanter som inte gjorde detta, kunde det vara värt att satsa på marknadskommunikativa åtgärder som explicit riktar sig till konsumenter som inte aktivt sorterar allt avfall i sitt hushåll. Konsumentundersökningar måste göras för att identifiera olika segment av sorterare, och utifrån dessa rikta marknadsföringsbudskap. En tanke om ”ett budskap för alla” är något som på basis av denna studie inte fungerar, utan varje segment av sorterare borde ha tillgång till sådan information som stöder höjningen av återvinningsgraden för det specifika segmentet.

Konsumenter utan en uttalad sorteringsintention verkar utifrån det empiriska materialet bli motiverade av fakta framför känslomässiga budskap. Ett faktabaserat budskap kunde baseras på information om produktomvandling. Fastän denna studie inte visade ett direkt samband mellan information om produktomvandling och en uttalad sorteringsintention, visade studien däremot att informanterna utan uttalad sorteringsintention inte hade fullständig kunskap om vad som händer med avfallet efter att det slängs. Detta syntes särskilt i samband med brännbart avfall och värmeförsörjning. Genom information om vad som händer med avfallet efter att det sorterats, kunde konsumenter som påverkas av osäkerhet om avfallets omvandling få mera argument för att sortera sitt avfall.

Informationen kunde hjälpa konsumenterna att förstå varför avfallet sorteras, och varför det gör skillnad att sortera sitt avfall. Information om vad som händer med avfallet efter att det deponeras kunde också bidra till att minska rykten såsom att allt avfall förs till samma plats.

På grund av att informanterna som inte uttalade en intention att sortera rapporterade att de sorterar pantflaskor och –burkar, kunde ekonomiska incitament vara en annan lösning värd att utreda. Mig veterligen har det i Finland inte gjorts försök med till exempel pant som ekonomiskt incitament i samband med sortering av hushållsavfall. I Södra

Österbotten har ett försök med pant för hårdplast gjorts under de senaste åren (Ekman, 2022), men heltäckande resultat från försöket har ännu inte färdigställts.

Ur ett större perspektiv ger den empiriska undersökningen inte svar på vilka faktorer i avhandlingens referensram som har största påverkan på informanternas intention att sortera. Utifrån den empiriska undersökningen klargörs inte heller orsakssambanden mellan de olika faktorerna, d.v.s. vilka faktorer som påverkar varandra och till vilken grad de gör detta. Utifrån min analys verkar det som att personliga normer och subjektiva normer framstår som de viktigaste faktorerna som påverkar informanternas intention att sortera, men på grund av den kvalitativa metoden kan jag inte ge ett allmängiltigt svar på detta. I vidare forskning kunde dessa frågor utredas, och svaren kunde även vara till nytta i samband med segmenteringen av konsumenter.

5.8 Avslutande reflektioner

Den här avhandlingen har varit ett försök att genom intervjuer få svar på de problem som konsumenter möter gällande sortering och som ett resultat av detta försöka utreda hur återvinningsgraden kunde höjas. Studiens resultat visade ett stort gap mellan informanter som uttalade att de sorterar sitt avfall och informanter som inte gjorde detta. Då det framkom att personliga normer och subjektiva normer framstår som de viktigaste faktorerna som påverkar informanternas intention att sortera, och med tanke på att avhandlingens ramverk inte svarar på hur marknadskommunikation kan påverka dessa faktorer, rekommenderas det att vidare forskning utförs om detta ämne. Detta för att få ett svar på hur, och om marknadskommunikation kunde påverka dessa faktorer.

Under den tid jag har skrivit på denna avhandling upplever jag att det tydligare har framkommit hur viktigt det är att höja återvinningsgraden. I inledningen diskuterades det att återvinning är viktigt ur miljöperspektiv, där temat belystes till exempel med internationella målsättningar. I skrivande stund har det visat sig att återvinning även är viktigt med tanke på självförsörjning. Driftschefen Tiila Korhonen från Helsingforsregionens miljötjänster (HRM) hävdar att en större andel sorterat bioavfall

skulle leda till ett mindre beroende av utländsk el, värme och bränsle (Malminen, 2022). Detta på grund av att bioavfall används för framställning av biogas. Korhonen förklarar att mängden el och gödsel som produceras av bioavfall i Helsingforsregionen kunde fördubblas om alla i regionen sorterade sitt bioavfall (Malminen, 2022). I detta sammanhang kunde marknadskommunikation om produktomvandling användas. Korhonen påminner att biogas inte ensamt kan lösa energiproblematiken men att alla tillbudstående medel behövs för att ersätta fossila bränslen (Malminen. 2022).

KÄLLOR

Abila, B., & Kantola, J. (2019). The Perceived Role of Financial Incentives in Promoting Waste Recycling -Empirical Evidence from Finland. *Recycling*, 4(1), 4.

Ackerman, F. (1997). *Why do we recycle? Markets, values, and public policy*. Washington, DC: Island Press.

Ajzen, I. & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Engle-wood-Cliffs, New Jearsey: Pretince-Hall.

Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior, i: *Action control*, 11-39. Berlin, Heidelberg: Springer

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), 179-211.

Allea. (2018). *Den europeiska kodexen för forskningens integritet*. URL: <https://allea.org/code-of-conduct/#toggle-id-21> [hämtad 15.6.2022]

Allen, J., Davis, D., & Soskin, M. (1993). Using coupon incentives in recycling aluminum: A market approach to energy conservation policy. *Journal of Consumer Affairs*, 27(2), s. 300-318.

Amnéus, A. (2010). *Allt du behöver veta om marknadskommunikation*. Malmö: Liber.

Avfallshanteringsföreskrifter för Sydvästra Finland (635-2017). *Sydvästra Finlands avfallshanteringsnämnd* 27.4.2017. URL: https://www.turku.fi/sites/default/files/atoms/files/jhm_pa_svenska_27.4.2017_osoite20.pdf [hämtad 30.4.2021]

Avfallslag (646/2011). *Miljöministeriet*. URL:

<https://finlex.fi/sv/laki/alkup/2011/20110646> [hämtad 25.1.2022]

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.

Beck, L., & Ajzen, I. (1991). Predicting dishonest actions using the theory of planned behavior. *Journal of research in personality*, 25(3), 285-301.

Becker, H.S. (1982). Culture: A sociological view. *Yale Review*, 71, s. 513-527.

Bentler, P. M. & Speckart, G. (1979). Models of attitude-behavior relations. *Psychological Review*, 86, 452-464.

Boldero, J. (1995). The prediction of household recycling of newspapers: The role of attitudes, intentions, and situational factors. *Journal of Applied Social Psychology*, 25(5), 440-462.

Botetzagias, I., Dima, A. F. & Malesios, C. (2015). Extending the theory of planned behavior in the context of recycling: The role of moral norms and of demographic predictors. *Resources, conservation and recycling*, 95, 58-67.

Brannick, T., & Coghlan, D. (2007). In defense of being "native": The case for insider academic research. *Organizational Research Methods*, 10(1), 59–74.

Burgess, R.G. (1984). *In the Field: An Introduction to Field Research*. Routledge.
URL: <https://doi.org/10.4324/9780203418161> [hämtad 25.1.2022]

Bryman, A., Bell, E., & Nilsson, B. (2013). *Företagsekonomiska forskningsmetoder*. Stockholm: Liber AB.

Byrne, D. (2017). *Philosophy of research: Project Planner*. URL: <https://dx.doi.org/10.4135/9781526408495> [hämtad 26.4.2021]

Böttger, T., Rudolph, T., Evanschitzky, H., & Pfrang, T. (2017). Customer inspiration: Conceptualization, scale development, and validation. *Journal of Marketing*, 81(6), 116-131.

Chan, L., & Bishop, B. (2013). A moral basis for recycling: Extending the theory of planned behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 36, s. 96–102.

Chen, M. F., & Tung, P. J. (2010). The moderating effect of perceived lack of facilities on consumers' recycling intentions. *Environment and Behavior*, 42(6), s. 824-844.

Davies, J., Foxall, G. R. & Pallister, J. (2002). Beyond the intention–behaviour mythology: an integrated model of recycling. *Marketing theory*, 2(1), 29-113.

Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (1999). A meta-analytic review of experiments examining the effects of extrinsic rewards on intrinsic motivation. *Psychological Bulletin*, 125, 627–668.

De Groot, J. I., & Steg, L. (2008). Value orientations to explain beliefs related to environmental significant behavior how to measure egoistic, altruistic, and biospheric value orientations. *Environment and Behavior*, 40(3), 330–354.

Diekmann, A., & Preisendörfer, P. (1998). Environmental behavior: Discrepancies between aspirations and reality. *Rationality and Society*, 10, 79–102.

Dubois, A., & Gadde, L. E. (2002). Systematic combining: an abductive approach to case research. *Journal of business research*, 55(7), s. 553-560.

Dwyer, S. C. & Buckle, J. L. (2009). The space between: On being an insider-outsider in qualitative research. *International journal of qualitative methods*, 8(1), s. 54-63.

Ekman, M. *Jättemuovista pantti -kokeilu jatkuu Etelä-Pohjanmaalla – nyt kerätään vain yhtä muovilajia, koska sekamuovista pantin maksaminen ei ole kovin kannattavaa*. Yle Uutiset, 7.2.2022. URL: [Jättemuovista pantti -kokeilu jatkuu Etelä-Pohjanmaalla – nyt kerätään vain yhtä muovilajia, koska sekamuovista pantin maksaminen ei ole kovin kannattavaa \(yle.fi\)](https://yle.fi/uutiset/3-9553787) [hämtad 9.6.2022]

Eriksson, P., & Kovalainen, A. (2008). *Qualitative methods in business research*. London: SAGE Publications Ltd.

Europaparlamentets och rådets direktiv 2008/98/EG av den 19 november 2008 om avfall och om upphävande av vissa direktiv. *Europaparlamentet, Europeiska unionens råd*. URL: <http://data.europa.eu/eli/dir/2008/98/oj> [hämtad 25.1.2022]

Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/851 av den 30 maj 2018 om ändring av direktiv 2008/98/EG om avfall. *Europaparlamentet, Europeiska unionens råd*. URL: <http://data.europa.eu/eli/dir/2018/851/oj> [hämtad 25.1.2022]

Europeiska Kommissionen, Generaldirektoratet för miljö COM/2020/98. *En ny handlingsplan för den cirkulära ekonomin För ett renare och mer konkurrenskraftigt Europa*. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/ALL/?uri=COM:2020:98:FIN> [hämtad 24.5.2022]

Eurostat. (2022). *Recycling rate of municipal waste*. Europeiska unionen. URL: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/cei_wm011/default/table?lang=en [hämtad 16.4.2022]

Finlands miljöcentral SYKE. (2020). *Kotilousjätteen määrä ja biojätteen keräys*. 9.12.2020. URL: <https://www.materiaalitkiertoon.fi/fi-FI/Seuranta/Kotilousjatteen> [hämtad 17.4.2022]

Finlands miljöcentral SYKE. (2021a). *Kotitalousjätteet kulkevat uusiksi raaka-aineiksi*. 21.12.2021. URL: [https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Kotitalousjatteet_kulkevat_uusiksi_raaka\(62191\)](https://www.ymparisto.fi/fi-FI/Kulutus_ja_tuotanto/Kotitalousjatteet_kulkevat_uusiksi_raaka(62191)) [hämtad 17.4.2022]

Finlands miljöcentral SYKE. (2021b). *Yhdyskuntajätteen kierrätys ja hyödyntäminen*. URL: https://www.materiaalitkiertoon.fi/fi-FI/Materiaalit_ja_kiertotalous/Yhdyskuntajätteen_kierratys [hämtad 17.4.2022]

Fishbein, M. & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, Massachusetts: Addison-Wesley.

Fitzpatrick, R. (2013). *The Mom Test: How to talk to customers & learn if your business is a good idea when everyone is lying to you*. Robfitz Ltd.

Fredricks, A. J. & Dossett, D. L. (1983). Attitude-behavior relations: A comparison of the Fishbein-Ajzen and the Bentler-Speckart models. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 501-512.

UNDP. (2022). *12: Hållbar konsumtion och produktion*. URL: <https://www.globalamalen.se/om-globala-malen/mal-12-hallbar-konsumtion-och-produktion/> [hämtad 16.4.2022]

Gillham, B. (2000). *The research interview*. London: Continuum.

Gollwitzer, P. M. (1990). Action Phases and Mindsets,” i: Higgins E.T. & Sorrentino, R.M. (red). *Handbook of Motivation and Cognition: Foundations of Social Behavior*. New York: Guilford Press, 53–92.

Gorsuch, R. L., & Ortberg, J. (1983). Moral obligation and attitudes: Their relation to behavioral intentions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 1025-1028

- Guagnano, G. A., Stern, P. C., & Dietz, T. (1995). Influences on attitude-behavior relationships: A natural experiment with curbside recycling. *Environment and behavior*, 27(5), 699-718
- Guerin, D., Crete, J., & Mercier, J. (2001). A multilevel analysis of the determinants of recycling behavior in the European countries. *Social science research*, 30(2), s. 195-218.
- Guest, G., MacQueen, K. M. & Namey, E. E. (2012). *Applied thematic analysis*. SAGE Publications, Inc.
- Guiot, D., Malas, Z., & Urien, B. (2019). Re-examining the effects of aging on household recycling behavior: A study in France. *Psychology & Marketing*, 36(6), s. 618-629.
- Hage, O., Söderholm, P., & Berglund, C. (2009). Norms and economic motivation in household recycling: Empirical evidence from Sweden. *Resources, Conservation and Recycling*, 53(3), 155-165.
- Haldeman, T., & Turner, J. W. (2009). Implementing a community-based social marketing program to increase recycling. *Social Marketing Quarterly*, 15(3), s. 114-127.
- Harris, P. R. & Moran R. T. (1987). *Managing Cultural Differences*. Houston: Gulf Publishing Company.
- Heberlin, I. A. & Black, J. (1981). Cognitive Consistency and Environmental Actions, *Environment and Behavior* 13: 717–34.
- Hellawell, D. (2006). Inside-out: Analysis of the insider-outsider concept as a heuristic device to develop reflexivity in students doing qualitative research. *Teaching in Higher Education*, 11(4), 483-494.

Helsingforsregionens miljöjänster HRM. (2019). Föreskrifter om avfallshanteringen i huvudstadsregionen och Kyrkslätt - Meddelade med stöd av 91 § i avfallslagen (646/2011). URL: [foreskrifter-om-avfallshanteringen-i-huvudstadsregionen-och-kyrkslatt.pdf \(hsy.fi\)](https://www.hsy.fi/foreskrifter-om-avfallshanteringen-i-huvudstadsregionen-och-kyrkslatt.pdf) [hämtad 9.6.2022]

Helsingforsregionens miljöjänster HRM. (2022). *Avfallsmängd och återvinningsgrad*. URL: <https://www.hsy.fi/sv/avfall-och-atervinning/avfallsmangd-och-atervinningsgrad/> [hämtad 17.4.2022]

Hirsijärvi, S. & Hurme, H. (2001). *Tutkimushaastattelu*. Helsingfors: Helsinki University Press.

Hofstede, G. H., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and organizations: Software of the mind*. New York: McGraw Hill.

Huhtala, A. (2010). Income effects and the inconvenience of private provision of public goods for bads: The case of recycling in Finland. *Ecological Economics*, 69(8), 1675-1681.

Hsieh, H. F. & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative health research*, 15(9), 1277-1288

Hyman, H. H. (1942). The Psychology of Status. *Archives of Psychology*, 269, s. 94-102.

Iyer, E. S., & Kashyap, R. K. (2007). Consumer recycling: Role of incentives, information, and social class. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(1), s. 32-47.

Jackson, A. L., Olsen, J. E., Granzin, K. L. & Burns, A. C. (1993). An investigation of determinants of recycling consumer behavior. *Advances in Consumer Research*, 20(1), s. 481-487.

Jord- och skogsbruksministeriet & Miljöministeriet. (2020). *Finländarna slarvar med att sortera bioavfall – miljönyttan med separat insamling obekant*. 21.10.2020. URL: <https://valtioneuvosto.fi/sv/-/1410903/finlandarna-slarvar-med-att-sortera-bioavfall-miljonyttan-med-separat-insamling-obekant-1> [hämtad 20.4.2022]

Juuti, C. & Söderman, M. (2022). *Bristfällig sortering är pengar rakt ner i soptunnan – en massa bra mat ligger bland det brännbara avfallet, visar stickprov*. Yle Åboland, 9.5.2022. URL: <https://svenska.yle.fi/a/7-10016259> [hämtad 16.5.2022]

Kanuha, V. K. (2000). "Being" native versus "going native": Conducting social work research as an insider. *Social Work*, 45(5), s. 439–447.

Knickmeyer, D. (2020). Social factors influencing household waste separation: A literature review on good practices to improve the recycling performance of urban areas. *Journal of cleaner production*, 245.

Kokkonen, H. (2020). "Kierrätyksen pitäisi olla helppoa!" Kotitalouksien jätteen lajitteluun vaikuttavat tekijät. *Alue ja Ympäristö*, 49(2), 110-129.

Kotler, P, Armstrong, G., Harris, L. C. & Piercy, L. (2013). *Principles of marketing*. Essex: Pearson Education Limited.

Kvale, S. (2007). *Doing interviews*. Thousand Oaks: Sage.

Leinonen, M., Otonkorpi-Lehtoranta, K. & Heiskanen, T. (2017). Kyselyhaastattelu, i: Hyvärinen, M., Nikander, P & Ruusuvoori, J. (red.) *Tutkimushaastattelijan käsikirja*. Tammerfors: Vastapaino.

Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Ectj*, 30(4), 233-252.

Ma, J., Yin, Z., Hipel, K. W., Li, M., & He, J. (2021). Exploring factors influencing the application accuracy of the theory of planned behavior in explaining recycling behavior. *Journal of Environmental Planning and Management*, 1-26.

Malminen, U. (2022). *Jos jokainen lajittelisi biojätteensä, Suomi olisi entistä vähemmän riippuvainen muiden tuottamasta sähköstä, lämmöstä ja polttoaineesta*. Yle Uutiset, 21.5.2022. URL: <https://yle.fi/uutiset/3-12453003> [hämtad 11.6.2022]

Mee, N., Clewes, D., Phillips, P. S., & Read, A. D. (2004). Effective implementation of a marketing communications strategy for kerbside recycling: a case study from Rushcliffe, UK. *Resources, Conservation and Recycling*, 42(1), 1-26.

Mehner, E., Naidoo, A., Hellwig, C., Bolton, K., & Rousta, K. (2020). The Influence of User-Adapted, Instructive Information on Participation in a Recycling Scheme: A Case Study in a Medium-Sized Swedish City. *Recycling*, 5(2), 7.

Mercer, J. (2007). The challenges of insider research in educational institutions: Wielding a double-edged sword and resolving delicate dilemmas. *Oxford Review of Education*, 33(1), 1–17.

Merton, R. (1972). Insiders and outsiders: A chapter in the sociology of knowledge. *American Journal of Sociology*, 78(1), 9–47.

Miafodzyeva, S., & Brandt, N. (2013). Recycling behaviour among householders: synthesizing determinants via a meta-analysis. *Waste and Biomass Valorization*, 4(2), s. 221-235.

Miettinen, L. (2021). *Suurin osa kodeissa lajitellusta muovijätteestä päätyi poltettavaksi – MOT selvitti, kuinka hyvin muovin kierrätys onnistuu*. 5.4.2021. URL: <https://yle.fi/uutiset/3-11865230> [hämtad 13.6.2022]

- Miliute-Plepiene, J., Hage, O., Plepys, A., & Reipas, A. (2016). What motivates households recycling behaviour in recycling schemes of different maturity? Lessons from Lithuania and Sweden. *Resources, Conservation and Recycling*, 113, 40-52.
- Minelgaitė, A., & Liobikienė, G. (2019). The problem of not waste sorting behaviour, comparison of waste sorters and non-sorters in European Union: Cross-cultural analysis. *Science of the Total Environment*, 672, 174-182.
- Nemat, B., Razzaghi, M., Bolton, K. & Rousta, K. (2020). The potential of food packaging attributes to influence consumers' decisions to sort waste. *Sustainability*, 12(6), 2234.
- Nigbur, D., Lyons, E. & Uzzell, D. (2010), Attitudes, norms, identity and environmental behaviour: Using an expanded theory of planned behaviour to predict participation in a kerbside recycling programme. *British Journal of Social Psychology*, 49: 259-284.
- Onel, N., & Mukherjee, A. (2017). Why do consumers recycle? A holistic perspective encompassing moral considerations, affective responses, and self-interest motives. *Psychology & Marketing*, 34(10), s. 956-971.
- Ouellette, J. A., & Wood, W. (1998). Habit and intention in everyday life: The multiple processes by which past behavior predicts future behavior. *Psychological bulletin*, 124(1), 54.
- Patel, R., & Davidson, B. (2019). *Forskningsmetodikens grunder: att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur AB.
- Phulwani, P. R., Kumar, D., & Goyal, P. (2020). A systematic literature review and bibliometric analysis of recycling behavior. *Journal of global marketing*, 33(5), 354-376.

Pomazal, R. J., & Jaccard, J. J. (1976). An informational approach to altruistic behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 317-326.

Potter, W. J., & Levine-Donnerstein, D. (1999). Rethinking validity and reliability in content analysis. *Journal of Applied Communication Research*, 27, 258-284

Ramayah, T., Lee, J. W. C., & Lim, S. (2012). Sustaining the environment through recycling: An empirical study. *Journal of Environmental Management*, 102, s. 141–147.

Rettie, R., Burchell, K., & Barnham, C. (2014). Social normalisation: Using marketing to make green normal. *Journal of Consumer Behaviour*, 13(1), 9-17.

Rosk'n Roll. (2022). *Vad händer med avfallet?* URL: <https://www.roskroll.fi/radgivning/vad-hander-med-avfallet/> [hämtad 16.5.2022]

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs: General and Applied*, 80(1), 1–28.

Rousta, K., Bolton, K., Lundin, M., & Dahlén, L. (2015). Quantitative assessment of distance to collection point and improved sorting information on source separation of household waste. *Waste management*, 40, 22-30.

Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. (2017). Tutkimushaastattelu ja vuorovaikutus, i: Hyvärinen, M., Nikander, P & Ruusuvuori, J. (red.) *Tutkimushaastattelijan käsikirja*. Tammerfors: Vastapaino.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68.

Salmenperä, H., Kauppila, J., Kautto, P., Sahimaa, O., Dahlbo, H., Kaitazis, N., Autio, I., Niskanen, A., Kemppe, J., Papineschi, J., von Eye, M., Durrant, C. & Tomes, T.

(2019). *Ökning av återvinningen av kommunalt avfall i Finland – åtgärder och effekter av dessa*. Statsrådets kansli 15.2.2019. URL:

<https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161378/15-2019-Yhdyskuntajätteen%20kierratyksen%20lisaaminen.pdf> [hämtad 18.11.2020]

Schwartz, S. H. (1968). Words, deeds and the perception of consequences and responsibility in action situations. *Journal of personality and social psychology*, 10(3), s. 232-242.

Schwartz, S. H. (1973). Normative explanations of helping behavior: A critique, proposal, and empirical test. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9(4), s. 349-364.

Schwartz, S. & Howard, J. (1980) 'Explanations of the Moderating Effect of Responsibility Denial on the Personal Norm–Behaviour Relationship'. *Social Psychology Quarterly*, 43: s. 441–446.

Schwartz, S. H., & Tessler, R. C. (1972). A test of a model for reducing measured attitude- behavior inconsistencies. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 225-236.

Setiawan, B., Afiff, A. Z., & Heruwasto, I. (2020). Integrating the theory of planned behavior with norm activation in a pro-environmental context. *Social Marketing Quarterly*, 26(3), 244-258.

Si, H., Shi, J. G., Tang, D., Wen, S., Miao, W., & Duan, K. (2019). Application of the theory of planned behavior in environmental science: a comprehensive bibliometric analysis. *International journal of environmental research and public health*, 16(15).

Skinnari, S. (2008). *Elämäkoulu: oppimaan oppimisesta kasvamaan kasvamiseen*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Smallbone, T. (2005). How can domestic households become part of the solution to England's recycling problems? *Business Strategy and the Environment*, 14, 110-122

Snyder, M., & Swann, W. B. (1976). When actions reflect attitudes: The politics of impression management. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(5), s. 1034.

Spradley, J. P. (1979). *The ethnographic interview*. New York: Holt, Reinhart & Winston.

Statistikcentralen. (2021). *Mängden kommunalt avfall fortsatte att öka år 2020 – största delen av avfallet utnyttjades fortfarande som energi*. URL: https://www.tilastokeskus.fi/til/jate/2020/13/jate_2020_13_2021-12-09_tie_001_fi.html [hämtad 17.4.2022]

Statistikcentralen. (2022) *Kommunalt avfall*. URL: https://www.stat.fi/meta/kas/yhdyskuntajate_sv.html [hämtad 16.4.2022]

Strauss, A. Schatzman, L. Ehrich, D., Bucher, R. & Sabshin, M. (1973). The hospital and its negotiated order, i: Salaman, G. & Thompson, K. (red.) *People and organisations*. London: Longman.

Suomen Kiertovoima ry, 2020. *Koostumustietopankki*. URL: <https://kivo.fi/yymmarramme/koostumustietopankki/> [hämtad 17.5.2022]

Suotsalo, A. & Ranta, T. (1994). *Recycling behavior as a marketing challenge: An inquiry into the determinants of source separation*. Working paper. Helsingin kauppakorkeakoulu: Department of marketing.

Sydvästra Finlands Avfallsservice Ab. (2020). *Kotitalouksien polttokelpoisen jätteen koostumus Lounais-Suomessa 2019*. URL:<https://www.lsjh.fi/wp-content/uploads/kotitalouksien-polttokelpoisen-jatteen-koostumus-lounais-suomessa-2019.pdf> [hämtad 16.5.2022]

Sydvästra Finlands Avfallsservice Ab. (2022). *Avfallens ABC*. URL:<https://www.lsjh.fi/sv/radgivning/abc/> [hämtad 15.5.2022]

Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2004). Inspiration: core characteristics, component processes, antecedents, and function. *Journal of personality and social psychology*, 87(6), 957.

Thøgersen, J. (1994). A model of recycling behaviour, with evidence from Danish source separation programmes. *International Journal of Research in Marketing*, 11(2), s. 145-163.

Thøgersen, J. (1996). Recycling and morality: A critical review of the literature. *Environment and behavior*, 28(4), s. 536-558.

Thøgersen, J. (2003). Monetary incentives and recycling: Behavioural and psychological reactions to a performance-dependent garbage fee. *Journal of Consumer Policy*, 26(2), s. 197-228.

Thøgersen, J. (2006). Norms for environmentally responsible behaviour: An extended taxonomy. *Journal of environmental Psychology*, 26(4), 247-261

Tonglet, M., Phillips, P. S., & Read, A. D. (2004). Using the Theory of Planned Behaviour to investigate the determinants of recycling behaviour: a case study from Brixworth, UK. *Resources, conservation and recycling*, 41(3), s. 191-214.

Trost, J. (2010). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur.

Törrönen, J. (2017). *Virikehaastattelu*, i: Hyvärinen, M., Nikander, P & Ruusuvuori, J. (red.) *Tutkimushaastattelijan käsikirja*. Tammerfors: Vastapaino.

Uusitalo, L. (1990). Are environmental attitudes and behaviour inconsistent? Findings from a Finnish study. *Scandinavian Political Studies*, 13(2), s. 211-226.

Winterich, K. P., Nenkov, G. Y., & Gonzales, G. E. (2019). Knowing what it makes: How product transformation salience increases recycling. *Journal of Marketing*, 83(4), s. 21-37.

Zanna, M. P., Olson, J. M., & Fazio, R. H. (1980). Attitude-behavior consistency: An individual difference perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38(3), 432.

BILAGA A: Intervjuguide

Bilagan framställer frågeunderlaget och fem huvudteman som användes i samband med den semistrukturerade intervjun. De viktigaste frågorna är markerade med fet stil och den planerade tidsanvändningen för varje huvudtema är markerad med [hakparenteser]. Frågeformuleringarna baserar sig på avhandlingens referensram (kapitel 2), bestående av theory of planned behavior och marknadskommunikation. Viktigt att notera är, att jag vid intervjutillfället använde ordet ”återvinning”, men jag har använt mig av ordet ”sortering” i avhandlingen.

Jag har markerat de frågor som explicit är kopplade till delar av ramverket med följande förkortningar och färger:

AB: Attityd till beteendet

PBC: Upplevd beteendekontroll

C: Marknadskommunikation

PN: Personliga normer

SN: Subjektiva normer

MOT TO COMPLY: Informantens benägenhet att bete sig i enlighet med referensgruppen.

FÖRORD

1. INLEDNING [5 min]

- **Berätta om dig själv**
- **Beskriv gårdagen**
- Vad gör du nu?
- Hur brukar du spendera din fritid?
- **Hur bor du nu? → Mera om detta → Återvinningsmöjligheter → Hemma också**
 - Hur mycket utrymme har du hemma? **Hur många m²?**
- Hur långt bor du från närmaste butik?
 - Transportmöjligheter?

2. LIVSSTIL OCH VÄRDERINGAR [10 min] PN

- **Vad är viktigt för dig i livet? PN**
 - Följdfrågor
- **Vad är viktigt i samhället? PN**
 - Vilka nyhetsartiklar brukar du läsa?
- **Hur brukar du planera dina matuppköp?**
 - Spontana köp eller listor?
 - Hur ser det ut när du går i butiken
- **Vilka faktorer påverkar ditt val av produkt? (livsmedelsaffär)**
 - Hur väljer du produkt?
 - Pris, förpackningsdesign, kvalitet...
 - Examinera innehållslistan?
 - Visst märke? inhemskt/utländskt/ekologiskt?
 - Hur väljer dina föräldrar?
- **Vad påverkar val av kläder/andra produkter**
- **Vilken är din favoriträtt du brukar laga?**

*Smidig övergång – humor!*⁶

⁶ Här har jag strävat att ha en smidig övergång med humor då byte av tema kan vara överraskande för informanten. Detta för att göra informanten så bekväm som möjligt.

3. ÅTERVINNING I SIG SJÄLV [15 min]

- **Titta in i ditt avfallsskåp: hur ser det ut? PBC**
 - Vad har du för avfallskärl?
 - Var bevaras dessa?
 - Vad kallar du dessa för?
- **Beskriv ditt hus: resan till och hur ser återvinningsstationen ut hos dig PBC**
 - Hur många våningar?
 - Vilka återvinningskärl finns på gården?
- Du äter en banan, berätta hur det går till
- Du har ätit en avokado, vad händer?
- Du har använt färdigt en påse med spaghetti. Vad gör du med den?
- du har använt en burk med krossade tomater. Vad gör du med den?
- Yoghurtkartongen är närapå slut och du tar det sista av det som finns kvar, vad händer sen?
- Du har druckit öl. vad gör du med flaskorna?
 - Vart för du dom?
 - Hur långt borta är butiken?
 - Varför för du dom?
 - Var bevaras dessa?
- **Vad tänker du om återvinning överlag? AB**
 - Vilka ord förknippar du med återvinning/hurdant beteende anser du det vara?
 - Grönt? normalt? C
 - Återvinning är en del av vardagen?
 - Återvinning är grönt beteende?
- **Berätta om den senaste gången du återvann/berätta om en gång då du upplevt återvinning som svårt**
 - **Produkter som är svåra att återvinna**
 - **Lätta att återvinna?**

4. FAMILJ, VÄNNER och HISTORIA [10 min]

- **Hur såg återvinning ut hos dig?**
 - Boendeform i barndomen
- Vad hade du för möjligheter till att återvinna hemma?
- Vad tänker din familj om återvinning? SN
 - Vad tänker dina föräldrar om återvinning?
- **Berätta om ditt förhållande till återvinning och hur det har utvecklats**
- **Hur förhåller sig dina vänner till återvinning SN**

- Hur förhåller de sig till återvinning?
- Hurdana värderingar har dina vänner?
- **Bryr du dig om dina vänners åsikter? MOT TO COMPLY**

5. AVFALLSBOLAGENS ÅTGÄRDER [15 min] → visa produkterna **PBC**

- **Visa produkter**
 - **Särskilda produkter som är svåra/lätta att återvinna?**
 - **Glas/metall, varför?**
- Stark självkontroll?
- **Vilket företag ansvarar för återvinning i Åbo? C**
- Har du sett något av återvinningsbolagens reklam eller informationsblad? **C**
- **Vad tänker du om informationen kring återvinning? C + PBC**
- Vet du vad som händer med materialet du återvinner? **AB**
- Vet du hur du ska återvinna?
 - Hur kunde detta förbättras?
- **Vad är viktigaste drivkrafterna för att återvinna/inte återvinna**
 - **Varför låter du bli att återvinna?**
 - Vad är fördelarna med att återvinna
 - Finns det nackdelar?
 - Vad vinner du själv på att återvinna?
 - Varför kunde du bara inte låta bli att återvinna?
- Vad tänker du om återvinning som företagsverksamhet? **C**
- **Kostnad för att inte återvinna/pantsystem?**
- **Någon gång när man går helt rampage? ⁷**

Har du situationer där du har haft en annan uppfattning om återvinning än dina rumskompisar/du har inte hunnit/har inte utrymme för att återvinna? PBC

6. AVSLUTNING

Har du några frågor till mig? [5 min]

Har du något att tillägga om din vardagskonsumtion och/eller återvinning?

Är det något vi ännu borde prata om/något specifikt tema vi talat om som du gärna talar mera om?

⁷ Med detta avses situationer då informanten skulle slänga allt avfall i samma avfallskärl

BILAGA B: Bild på en typisk sorteringsplats i Åbo



Bild 2 En typisk sorteringsplats i Åbo.

Foto: en av informanterna.

BILAGA C: Bilder på avfall som visats i intervjun



Bild 3 Olika slags förpackningar



Bild 4 Plastförpackningar och -föremål



Bild 5 Kartongförpackningar



Bild 6 Konservburk



Bild 7 Glasburk med metallock



Bild 8 Pantflaskor

Bildkälla till bilderna i bilaga C: Victor Paul