

Med lätt bagage

Om köpstopp, utrensning och hållbar konsumtion

CECILIA FREDRIKSSON är professor i etnologi vid institutet för service management och tjänstestudier, Campus Helsingborg, Lunds universitet. Hon är en av de ansvariga för Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet och några av hennes senare böcker är *À la mode: Mode mellan konst, kultur och kommers* (red. med Ida de Wit Sandström, under utg. 2016), *Framtidskuster: Hållbar utveckling i kustsamhällen* (red. med Mia Larson 2013), *Be-Greppbart mode* (2012).



I ett års tid har jag levt vid sidan av konsumtionssamhället. [...] Barnen ska få sina julklappar. Dock ett litet antal. Jag ska i varje fall göra processen kort, för jag vill inte in i affärerna. Nu har den rena viljeakten att inte gå in övergått i ett fysiskt motstånd. Bara tanken på en runda på Drottninggatan gör kroppen tung som bly. Jag har det inte i mig längre.¹

den här bekännelsen är hämtad från journalisten Gunilla Brodrejs bok *Shopstop: Rapport från ett celibat*, som handlar om hur författaren bestämde sig för att ta ett shoppingfritt år. Berättelser om hur man går tillväga för att uppmärksamma, hantera, motstå och kanske till och med överge all överflödskonsumtion är ett uppmärksammat tema i olika mediala och digitala kanaler idag. Brodrejs bok från 2014 är ett av flera exempel på en växande trend kring alternativa konsumtionsstrategier.

Att definiera sig mot konsumtionssamhället är inte något nytt förhållningssätt. Tvärtom är detta en grundläggande tankefigur inom modern konsumtionskultur. Konsumtionens symboliska och identitetsskapande funktion kräver reflektion av olika slag (jfr Bauman 1998). Men samtidigt som många av dagens konsumenter visar ett allt större intresse för miljöfrågor och hållbarhet är shopping fortfarande en av våra mest populära fritidssysselsättningar. Konsumenten har blivit en medskapande aktör och individuell kreativitet har blivit ett viktigt inslag när det gäller att göra såväl medvetna konsumtionsval som att marknadsföra produkter (Fredriksson & Fuentes 2014; Fredriksson & Fuentes 2016; Fredriksson 2016). Det ökade intresset för etik, miljö och socialt ansvar sammanfaller med etablerandet av allt fler marknader för återbruk second-hand och DIY (Gregson &

Crewe 2003; Watson & Shove 2008; Fredriksson 2013; Czarniawska & Löfgren 2014; Appelgren & Bolin 2015; Ekström 2015; Hansson & Brembeck 2015). Olika former av alternativa konsumtionsstrategier manifesteras i såväl litteratur som i privata bloggar.

Hur kan vi förstå alternativa strategier för konsumtion? Hur iscensätter man ett shoppingfritt år och hur organiseras en alternativ och hållbar livsstil?

I den här texten gör jag analytiska nedslag i några olika manualer för att belysa kulturella handlingsprogram för alternativ konsumtion. Den empiriska undersökningen utgår främst från digital etnografi och synliggör hur bruksanvisningar för alternativ konsumtion kan ta sig uttryck i ett nätbaserat sammanhang (jfr Berg 2015).² Att fältarbete på nätet kan vara både likt och olikt ett traditionellt etnografiskt fältarbete (Fredriksson 2010). Barbara Czarniawska (2014) menar att virtuella etnografier kan delas in i de som utforskar sociala fenomen och de som har ambitionen att skapa praktiska rekommendationer. Jag sällar mig i det här sammanhanget till den utforskande etnografen och betraktar handlingsprogrammen för alternativ konsumtion som betydelsebärande narrativ med specifika teman.

Materialet utgörs av tryckt litteratur, media/youtube, bloggar och marknadsföringsmaterial på nätet. Jag har även genomfört en veckas fältarbete inom ramen för avfallsbolagets Sysavs hållbarhetsutmaning "Four Fit Challenge" 2015. Utmaningen gick ut på att den egna garderoben bara fick bestå av fyra plagg under en vecka. (Det var tillåtet att matcha fritt med olika skor och accessoarer.) Mitt metodologiska tillvägagångssätt kan bäst sammanfattas som sedvanlig snöbollsmetod. Jag har följt, sparat och skuggat hur

en gryende köpstoppstrend presenterats i olika mediala och digitala former. Boken av Gunilla Brodrej blev ett viktigt redskap för att hitta betydelsebärande sökord vid en mer systematisk genomgång av olika köpstoppbloggar och nätgemenskaper.³ Det visade sig att *Dagens Nyheter* redan 2013 hade haft en chat om köpstopp⁴ och att bloggaren Ann-Christin Gramming 2008 gett ut *Köp inte den här boken* om sitt år med köpstopp. På sin blogg⁵ berättar Gramming att hon i sin tur blivit inspirerad av en artikel i *Dagens Industri* där Susanne Ljung recenserade boken *Not buying it* som skrevs av den amerikanska författaren Judith Levine 2007. Fenomenet "köpstopp" ringades alltså inledningsvis in som ett betydelsebärande nyckelord och i kombination med ett sökord som "hållbarhet" öppnades dörrar till en specifik form av bekännelser och digitala bruksanvisningar för hållbar konsumtion.

Genom att ta avstamp i bekännelsens betydelse (Foucault 1988; Foucault 1990; Haider 2012, 2014; Sauter 2014) för alternativa konsumtionspraktiker fokuserar jag kopplingen mellan hållbarhet, köpstopp och kreativitetens kulturella imperativ (jfr Fredriksson 2012, 2016) som en diskursivt iscensatt digital kultur (Hine 2001). Jag visar hur digitala manualer som *Four Fit Challenge* och *Modemanifestet* lär ut shoppingdetox och självreglerande utsorterings tekniker, samt hur ett globalt fenomen som *KonMari-metoden* kan fungera som magiskt mind-set för den som vill få ordning på kropp och själ genom att organisera det fysiska livet i lådor och skåp.

ATT SKAPA EGET:

KREATIVITET OCH SHOPSTOPP

Jag är helt ensam hemma, bara katterna håller mig sällskap. Det börjar redan mörkna på lite

utanför fönstret, men än är det långt till hösten. [...] Och när kvällen kommer tänder jag min bortglömda begagnade lampa, som återfanns i mitt källarförråd under flytten. Den köptes för några kronor i en tid när loppisar luktade instängt och vi som redan var intresserade kallades nedlåtande för "UFF". Min mamma tyckte inte jag var klok, men än idag så himla många är senare tycker jag fortfarande den är helt fantastiskt söt.⁶

Bloggar som i vid mening beskriver ett alternativt förhållningssätt till konsumtion är ett vanligt inslag i sociala medier. Här produceras och reproduceras olika berättelser om konsten att återbruka och njuta det egna personliga livet utanför, eller vid sidan av, konsumtionssamhället. Dessa berättelser blir också föreskrivningar och värdeskapande manualer för hur ett sådant liv kan och ska levas. Så kan de digitala bruksanvisningarna begagnat och återbruk betraktas som exempel på vad Kate Soper (2008) har definierat som "alternativ hedonism", en njutningskultur där föreställningar om det goda livet snarare inbegriper kulturellt och estetiskt självförverkligande än själlös och ohållbar shopping. På liknande sätt har Colin Campbell (2005) definierat "the craft consumer" som en självmedveten, strategisk, identitetssökande och reflekterade konsument. Här blir vardagskreativitet och konsten att "ta till vara" en viktig kompetens som förmedlas i de digitala bruksanvisningarna för ett gott och hållbart liv. Så här fortsätter den inledande bloggen:

Det handlar i grund och botten om återanvändning och kreativitet. Vi lever i ett slit-inte-men-släng-ändå-samhälle där vi fuskar med källsorteringen och borde byta ut långbad mot korta kalla duschar. Personligen är jag extremt dålig på att tänka på hållbar utveckling. Nog för att jag ibland fyndat grejer second hand [...] röstat grönt, och bakat mitt eget bröd för att det blir

billigare så, men någon miljökampe kan man inte anklaga mig för att vara. Så varför inte för-ena nytta och nöje [...] och göra en grej av det? Från och med nu ska nytt komma i andra hand för mig, och andra hand göras nytt och komma i första hand. Mitt mål är att syssla med detta i ett år, men det finns inga egentliga regler, förutom att ha kul förstås.⁷

Ett miljömässigt uppvaknande beskrivs ofta som en viktig del i den personliga utvecklingen. Här finns starka inslag av bekännande som utmynnar i löften om att göra bot och bättring. När avståndstagande till onödigt konsumtion manifesteras i sociala medier sker en positionering i förhållande till konsumtionens, och mer specifikt modets, tvingande krafter: från och med nu ska nytt komma i andra hand" medan andra hand (second-hand) ska "göras nytt" och eftersträvansvärt: "komma i första hand".

Inte sällan verkar det vara kvinnor som ägnar sig åt självvalda och organiserade köpstoppperioder som en del i ett förändrat livsmönster. Det handlar om uppvaknanden, bekännelser och löften om att "från och med nu" leva ett annat slags liv. Undertiteln på Gunilla Brodrejs köpstoppbok "Rapport från ett celibat" visar också på tyngden i dessa personliga beslut. Brodrejs bok kan läsas som en personlig uppgörelse med det egna konsumtionsbegäret, men ställer också grundläggande frågor kring samtida köphysteri och om det ens är möjligt att ställa sig utanför konsumtionssamhället.

Berättelsen inleds med ett nyårslöfte om att sluta shoppa. Bara mat och det mest nödvändiga är tillåtet: livsmedel, drivmedel och färdmedel. Förbudet är impulsköpen på lunchen och budgivningarna på Tradera. Inga inköp av kläder, smink, inredning, smycken och böcker får ske under det shoppingfria året. Läsaren får följa de olika utmaningar som möter

den som väljer att ställa sig bredvid shoppingkarusellen. Längtan blandas med leda på ett sätt som ger nya insikter hos författaren, inte minst om henne själv.

”Att inte shoppa är att bli en aktör”, skriver Gunilla Brodrej och slår fast att året inneburit ”ett visst mått av självförverkligande”.

ATT SKAPA STILEN OCH KÄNNA SIG SJÄLV: SHOPPINGDETOX

Smygstartar min fourfitchallenge-vecka genom att välja ut tre plagg som ska bäras under kommande sju dagar. Jag har ännu inte valt det fjärde. Under några veckor har jag förberett mig genom att följa kampanjens hemsida och ta del olika inlägg. [...] Jag har sett att omkring 800 personer redan antagit utmaningen. Jag har även sett att någon av mina facebook-vänner gått med. Jag gillade ett inlägg och funderade på om jag skulle göra mitt eget deltagande offentligt i flödet. En rolig kommentar till facebook-vännens uppdatering var någon som lade upp en symbol för klänning och tre symboler för bikini. Personen visade sig vara på semester.⁸

Så inleds fältdagboken inför mitt deltagande i avfallsbolaget Sysavs hållbarhetskampanj ”Four Fit Challenge” 2015.⁹ Deltagarna i kampanjen har uppmanats att inspirera och utmana andra genom sociala medier och dela med sig av outfits, tips och tankar. Efter avslutad vecka får deltagarna skicka in sina reflektioner och tävla om ett presentkort på Myrorna eller en stylingdag i sin egen garderob tillsammans med en svensk designer. Under mitt eget deltagande för jag alltså privat dagbok över mina erfarenheter, dock utan att delta i tävlingen:

De tre plagg jag valt är ett par blåjeans från HM, en svart polotröja från Marks & Spencer och en knälång svart bomullskavaj från Zara.

Plaggen är valda med omsorg för att de ska fungera under en hel vecka. Jag vet att jag trivs i dem. De är funktionella och behöver inte tvättas så ofta. Vanligtvis går jag ju gärna i vita byxor året om, men det kräver i princip ombyte varje dag (jag äger väl ett femtontal). Polon är varm nu när hösten kommer. Kavajen har viss stil som gör att den passar vid de flesta tillfällen. Outfiten ska hålla även för veckans föräldramöte, akvarellkurs, möte i bostadsrättsförening, kvällen med väninnorna och helgen på landet. Jag behöver dock tvätta polon ett par gånger. I morse löste jag det genom att hänga ut den en stund på balkongen. Lite fuktig fick den sedan hänga på elementet. Efter det kändes den ganska fräsch trots att den redan varit använd två dagar. Så här långt redan en ny vana alltså.¹⁰

Att föra dagbok och reflektera över de egna klädpraktikerna känns nästan obekvämt privat. Ett begrepp som ”outfit” blir jag tvungen att googla för att vara säker på om det skrivs som ett eller två ord. När jag tar del av dagboken efter avslutad vecka blir det uppenbart hur mitt språk och förhållningssätt ligger nära den digitala genre jag undersöker. Att förklara och legitimera de olika valen av plagg blir en viktig del av fältdagboken:

Man kan fundera över de plagg jag valt. HM och Zara symboliserar Fast Fashion, medan Marks & Spencer möjligen står för lite mer långsiktighet. Polon jag köpte på M&S förra året fanns kvar när jag besökte UK för några veckor sedan. Jag passade på att köpa en till eftersom den första hållit formen så bra. Kavajen från Zara var ett impulsköp i Stirling i samband med att mitt bagage försvunnit under flighten. Att shoppa det mest nödvändiga under tio minuter gav oväntad utdelning. Jag hade aldrig köpt ett sådant plagg om jag inte varit i akut behov.¹¹

När det fjärde plagget ska väljas på utmaningens andra dag har jag bara några minuter på mig. Delar av dagen ska ägnas åt ett publikt framträdande och jag behöver något annat än jeans och polo under den

svartha kavajen. Valet faller på en second-handklänning, troligen från sextio- eller sjuttioalet:

Klänningen har hängt i garderoben något år och jag ser den ganska ofta utan att egentligen se den. Köpte den billigt på en loppis, tvättade den och hängde in den. Rena turen att den passade. Strumpbyxorna får passera. Mycket nöjd med mitt klädval och den kreativa lösningen av representationsproblemet. Men såhär på eftermiddagen känner jag hur syntetklänningen läser in mig i ett fuktigt hölje. Imorgon blir det den svartha polon igen.¹²

Veckan går utan att klänningen blir använd fler gånger. En tidig insikt är att valet av plagg inte var tillräckligt noga övervägt. Det fjärde plagget borde ha varit en tröja till, eller kanske en skjorta. Att jag enbart valt mörka plagg fungerar dock bättre och en annan reflektion handlar om fördelen med att inte behöva fundera över "vad man ska ta på sig". Detta innebär, enligt fältanteckningarna, "en känsla av kontroll som jag tog med mig när jag cyklade till Centralen och till och med hann med ett tidigare tåg".

Den svartha polotröjan från M&S visade sig däremot vara väl vald. Veckan utan ett sådant basplagg hade helt enkelt varit svår att genomföra. Samtidigt genomgår min sympati för polon en förvandlingsprocess som till sist övergår i ren motvilja:

Jag är hjärtligt trött på min svartha polotröja! Den känns varm, kliande, ofräsch och inte alls lika stilren som för en vecka sedan. Jag längtar efter ljusa kläder, mina vita jeans och vita skjortor. [...] Jeansen hänger med, men har inte tvättats på hela veckan. Längtar efter förnyelse. [...] Det känns som jag burit dessa kläder bra mycket längre än sju dagar. På något sätt påverkar det tidsuppfattningen att ha burit samma kläder en vecka. Kanske dagarna flyter ihop och in i varandra när klädpraktiken ständigt är

densamma? Det får mig att fundera över klädernas roll i mitt och andras liv. [...] Funderar över om valet är viktigt och i så fall varför. Ofta har jag inte tid att reflektera över vilka kläder jag ska, tar bara det som finns tillgängligt och som råkar passa ihop. Kanske jag högst använder en tiondel av min garderob?¹³

Vårt konsumtionsbegär regleras i allt högre grad av olika utsorterings- och avhållsamtetspraktiker. Kompetensen att avhålla sig, sortera och inte låta sig förledas av tillfälliga trender är en praktik att lära. Min självvalda "avhållsamtetsvecka" gav en del nya insikter om mig själv i den egna konsumtionsvardagen.

För att verkligen etablera nya vanor och nå djupare självinsikter finns dock utarbetade strategier att ta del av. En sådan väl etablerad köpstoppstrategi har utarbetats av modejournalisten Sofia Hedström när hon för några år sedan valde att utsätta sig för en renande shoppingdetox. Året utan shopping resulterade bland annat i den uppmärksammande boken *Modemanifestet – de stilsmartas handbok*, ett manifest som fått många efterföljare att blogga om liknande erfarenheter på nätet. Hedström har även utarbetat en förkortad shoppingdetox på trettio dagar, och instruktionerna för en sådan detox återges under loggan "Den stilsmarta revolutionen".¹⁴ Här handlar det om att ta makten över modet, att vara trogen sig själv och bara köpa och behålla de plagg man verkligen älskar.

Detoxens första fyra dagar ägnas åt en inventering av vilka kläder vi äger. Det kan handla om sex par jeans som ser exakt likadana ut, identiska klänningar, likadana koftor. Detta avslöjar vår okunskap om den egna garderoben, och om vi inte vet vad vi har spelat det, enligt Hedström, ingen roll hur stor garderoben är. Därpå följer garderobsrensningen som utmynnar

i utsorteringsprocessen: allt som inte passar och som inte används måste sorteras ut innan de trettio dagarna är slut. Deltagaren får också rådet att ta ett foto av det värsta shoppingmisstaget som en påminnelse om vad man inte vill uppleva igen. Nästa steg är att lära känna den egna stilen. Om man verkligen vill hitta sin egen stil måste man omedelbart sluta att följa alla klonade rådgivningstips. Det handlar istället om att träna upp de egna känslorna i förhållande till den egna stilen och ställa frågor som: "Vad tycker jag om? Vilka kläder får mig att må bra?" eller "Vilka kläder får mig och min kropp att se bra ut?" Eftersom alla *egentligen*, enligt Modemanifestet, har en slags inre personlig känsla för kläder kan ingen annan tala om vad vi ska ha på oss. "Vi" vet helt enkelt bäst själva. "Vi" vet bättre än alla stil- och stylingexperter (jfr Salomonsson 2011, 2015) – men bara om vi är sanna mot oss själva och bär det som verkligen visar vem vi är.

Vidare kompetenser att utveckla handlar om konsten att hantera sitt shoppingbegär genom att motstå tillfälliga trender. (Om vi känner oss själva och vår egen stil blir det lättare att stå emot.) En annan vägvisare är klädernas kontext och produktionsvillkor. Kläder bör inte vara tyngda av skuld. Däremot bör vi lära oss att älska och kreativt vårda de kläder vi faktiskt behåller efter avslutad shoppingdetox.

ATT SKAPA ORDNING OCH LITA PÅ KROPPEN: KONMARI-METODEN

Sakta men säkert sprider sig en ny ordning i huset. Där vi gått igenom finns plötsligt bara hela, fina saker vi tycker om och använder. Mindre buzz och störande saker i vardagen. Allt går lättare, man mår bättre, uppskattar det

man har, orkar ta hand om det man har, vill ha mindre, köper mindre, lägger pengar på bättre saker som man verkligen vill ha och av kvalitet.¹⁵

Så vittnar en svensk familj under hösten 2015 på den egna bloggen "Ekofamiljen" om hur familjen anammat vissa delar av den populära KonMari-metoden. Den japanska konsulten och organisatören Marie Kondo har utvecklat en populär metod för hur man skapar ordning i sitt liv och i sitt hem. Hennes bok *The Life-Changing Magic of Tidying Up and Organizing* (2014) säljs över hela världen och gavs nyligen ut i Sverige under titeln *Konsten att städa* (Kondo 2015). På nätet finns mängder av bloggar kring metoden och på många välbesökta youtube-klipp ger Marie Kondo, som sedan fem års ålder varit besatt av att ordna sina egna och andras saker, råd kring bästa sättet att sortera och organisera sitt hem.

"Jag ägnade min barndom och mina tonår åt att organisera", inleder Marie Kondo ett av sina filmade framföranden inför engelsktalande publik.¹⁶ Tolken översätter från japanska medan Kondo presenterar valda delar ur sin metod. Boken finns att köpa efteråt. Första rådet handlar om att sätta ett datum.

"Organisera är inte en vardagssyssla", säger Kondo, "det är ett speciellt event, det är som en festival...". Man börjar med kläderna och lägger allt i en hög. Det handlar om att chockeras över mängden man äger. Oftast vet vi inte hur mycket vi har, men "den stora högen gör det möjligt att se överflödet", menar Kondo.

Därefter kategoriseras kläderna i det man behöver och inte behöver.

"Does it spark joy?" är nyckelfrågan.

"Kanske verkar jag galen", säger Marie Kondo, "men frågan vi måste ställa oss inför varje sak är om den gör oss lyckliga

eller inspirerar oss”. För att avgöra detta används en speciell teknik som innebär att man lägger handen på till exempel boken eller klädesplagget för att se hur kroppen reagerar.

”Om det berör dig – behåll!” säger Marie Kondo bestämt och stryker med handen över en av sina böcker. Om en sak tynger dig eller får dig att uppleva negativa känslor: sortera bort. Kroppen reagerar, kroppen vet.

”Lita på kroppen” säger Kondo.

Kroppen får träna på att känna igen känslan, därför är det nödvändigt att börja med personliga ägodelar som kläder. Därefter går man vidare till böcker och så småningom till andra kategorier.

Under frågestunden som följer får Marie Kondo många frågor. Det handlar om hur man ska göra med gåvor man inte längre vill ha, hur man förhåller sig till andras ägodelar, vad man gör med de saker man behöver men inte blir inspirerad av?

”Jag vet att vi alla har så många saker i vårt liv”, fortsätter Marie Kondo. ”Men fundera över hur du vill leva. Min metod handlar om att utforska varje sak och på så sätt utforska vilket liv du vill leva. Genom att ta reda på vilka saker som inspirerar dig så lär du dig också hur du vill ha ditt liv, vilka människor som inspirerar dig.”

ATT BLI EN ALTERNATIV KONSUMENT

Allt man har i sitt hem är bagage, så enkelt är det, och den stora frågan är, hur mycket orkar du bära?¹⁷

Ett liv med färre saker kan på många sätt vara ett lättare liv (jfr Ottoson 2008).

Ett liv med färre saker kan vara ett lättare liv.

Men att begränsa sin konsumtion och gå från ”mess” till ”less” är inte lätt. Det tar tid och kompetens att lära sig bli en medveten och organiserad konsument. Utrensningarna kräver överväganden och beslut. Vad ska sparas? Vad ska kastas? Och hur organiseras det som blir kvar?

De främsta välfärds- och statusfaktorerna är inte enbart fysiska produkter. Idag innebär kvalitet och status att varan eller tjänsten är framställd och hanteras i enlighet med vissa etiska normer. Samtidigt förväntas individen förverkliga sig själv genom kreativ, sparsmakad och hållbar konsumtion. För den självmedvetna och reflekterande konsumenten utmynnar kopplingen mellan konsumtion, hållbarhet och miljö i olika alternativa konsumtionsstrategier. Hållbar konsumtion kan uppnås genom olika självreglerande och

kreativa tekniker. Vi har sett hur några mediala och digitala bruksanvisningar kan fungera som kulturella handlingsprogram. Det handlar om att "göra rätt" i förhållande till klädvård, ekonomi, relationer och miljö. Att bli stilsmart handlar också om hälsa, välmående och att utveckla en sund attityd till de kläder och ting vi äger. Här blir bekännelsemomentet ett centralt och betydelsebärande tema som kan leda till belöningar om vi är beredda att offra sådant som köplusta och kortsiktig tillfredsställelse.

Detta är en viktig del av det positioneringsarbete som bekännelsen är ett uttryck för. Bekännelsen blir en avgörande del i dialogen mellan mig själv och andra, i glappet som uppstår finns utrymme att göra skillnad. I glappet framträder även botgöringen som ett nödvändigt led. Här blir det tydligt hur individen hanterar det moderna risksamhället som individuellt problem och identifierar olika lösningar på överflödssamhällets risker. Den socialt konstruerade subjektivitet som framträder i bekännelsemomentet leder vidare mot en lösningsinriktad praktik. Denna praktik tar sig uttryck i ett specifikt förhållnings-sätt till konsumtionssamhällets tvingande strukturer. Här framträder en form av magiskt tänkande kring konsumtionens paradoxer där föreställningar om att "kroppen vet" och olika slags handpåläggningar ska hjälpa oss att komma till insikt och bekänna vilka saker som verkligen betyder något.¹⁸

Att kartlägga sina ägodelar och sig själv, sin stil och personlighet innebär möjligheter till reflektion och självkänedom. Den som känner sig själv har också möjlighet att bli en hållbart stilsmart konsument och konsumera på rätt sätt. En sådan självreglerande teknik tar sin utgångspunkt i sökandet efter sanningen

om oss själva. Ofta blir relationen till hemmet och de egna kläderna en viktig drivkraft för en sådan praktik. Här handlar det om sortering och organisering, ett långsiktigt åtagande som kräver planering och fysiskt arbete. Utsorteringspraktiken är en syssla som ligger nära traditionellt hushållsarbete av olika slag och kan tolkas som ett bekönat handlingsprogram för hur man på bästa sätt tar hand om sitt hem och sina ägodelar.

Kopplingen mellan identitet och konsumtion innebär en förväntan på individens aktiva och kreativa självförverkligande (Campbell 2005; Fredriksson 2013, 2016). En avgörande konsekvens vad gäller identitet, hållbarhetsfrågor och mer eller mindre gröna mobiliseringsprocesser är att individen hanterar det moderna samhällets risker som individuella problem (jfr Beck 1992). I välfärdens spår följer ett antal alternativa konsumtionspraktiker som kan tolkas på olika sätt. Om varuhuset en gång var en lärosal för hur man kunde bli en modern konsument (jfr Fredriksson 1998) är nätet idag en digital och magisk arena för hur vi kan bli avprogrammerade och botade från vårt konsumtionsbegär.

NOTER

¹ Brodrej 2014.

² Studien är kopplad till den forskning som bedrivs vid *Centrum för handelsforskning* (forskargruppen *Kunniga kunder*), Lunds universitet samt projektet *Gröna butiker* som finansierats av *Handelns utvecklingsråd/HUR*. Delar av texten ingår även i de Wit Sandström & Fredriksson 2016.

³ Exempelvis <http://frivilligenkelhet.se>, <https://peppen.wordpress.com>, <http://ekoenkelt.se>, <http://notbuying.blogspot.se>.

⁴ <http://www.dn.se/ekonomi/chat-om-kopstopp/>.

- ⁵ <http://notbuying.blogspot.se/2006/12/not-buying-it.html>.
- ⁶ <http://tantrevolution.blogspot.se>.
- ⁷ Ibid.
- ⁸ Utdrag ur fältdagbok.
- ⁹ <http://www.fourfitchallenge.se> Delar av detta material är föremål för en annan pågående studie som författaren är involverad i.
- ¹⁰ Utdrag ur fältdagbok
- ¹¹ Ibid.
- ¹² Ibid.
- ¹³ Ibid.
- ¹⁴ <https://www.facebook.com/Modemanifestets-shoppingdetox-120298574709003/?fref=nf>.
- ¹⁵ <http://ekofamiljens.blogspot.se/2015/09/konsten-att-stada-av-marie-kondo.html>.
- ¹⁶ https://www.youtube.com/watch?v=w1-HMMX_NR8.
- ¹⁷ <http://kaosapa.blogg.se/2015/may/utrensning-dag-1-klader-konmari-metoden.html>.
- ¹⁸ Tack till *Kulturella Perspektiv*s anonyma reviewer som gjorde mig uppmärksam på denna koppling!

REFERENSER

- Appelgren, Staffan & Bohlin, Anna, 2015. "Introduction: Circulating stuff through second-hand, vintage and retro markets", i *Culture Unbound. Journal of Current Cultural Research*, 7 (1), 3–11.
- Bauman, Zygmunt, 1998. *Work, Consumption and the New Poor*. Buckingham: Open University Press.
- Beck, Ulrich, 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage.
- Berg, Martin, 2015. *Netnografi: Att forska om och med internet*. Lund: Studentlitteratur.
- Brodrej, Gunilla, 2014. *Shopstop: Rapport från ett celibat*. Stockholm: Atlas.
- Campbell, Colin, 2005. "The craft consumer: Culture, craft and consumption in a postmodern society", i *Journal of Consumer Culture* 5:23, 23–42.
- Czarniawska, Barbara, 2014. *Ute på fältet, inne vid skrivbordet*. Lund: Studentlitteratur.
- Czarniawska, Barbara & Löfgren, Orvar, 2014. *Managing Overflow in Affluent Societies*. New York: Routledge.
- de Wit Sandström Ida & Fredriksson, Cecilia, 2016, in press. *A la mode: Mode mellan konst, kultur och kommers*. Göteborg: Makadam.
- Ekström, Karin M., 2015. *Waste Management and Sustainable Consumption: Reflections on Consumer Waste*. New York: Routledge.
- Foucault, Michel, 1988. *The Care of the Self: History of Sexuality*. Vol. 3, New York: Vintage Books.
- Foucault, Michel, 1990. *Use of Pleasure: History of Sexuality*. Vol. 2, New York: Vintage Books.
- Fredriksson, Cecilia, 1998. *Ett paradys för alla: Epa mellan folkhem och förförelse*. Stockholm: Nordiska museets förlag.
- Fredriksson, Cecilia, 2010. "E-handelns virtuella etnografi: Om förtroende och tillit på Tradera", i *Nätverket* nr 17, 33–59.
- Fredriksson, Cecilia, 2012. *BeGreppbart – Mode*. Stockholm: Liber.
- Fredriksson, Cecilia, 2013. "Second-hand values and the making of a green fashion eco market", i Hansson, L.; Holmberg, U. & Brembeck, H. (eds.), *Making Sense of Consumption*. Göteborg: CFK, Gothenburg University
- Fredriksson, Cecilia & Fuentes, Christian, 2014. *Att sälja hållbara produkter: Detaljhandelsföretagens strategier för att skapa mening och värde för kunderna*. Rapport. Stockholm: Handelsutvecklingsråd.
- Fuentes, Christian & Fredriksson, Cecilia, 2016. "Sustainability service in-store: Service work and the promotion of sustainable consumption", i *International Journal of Retail & Distribution Management*, 44(5), 492–507.
- Fredriksson, Cecilia, 2016. "Fashion thinking practice: On crafting confessions and the creative consumer", i *Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry*, 8 (1), 149–167.
- Gregson, Nicky & Crewe, Louise, 2003. *Second-Hand Cultures*. New York: Berg.
- Haider, Jutta, 2012. "Interrupting practices that want to matter: The making, shaping and reproduction of environmental information online", i *Journal of Documentation*, 68(5), 639–658.
- Haider, Jutta, 2014. "Taking the environment online: Issue and link networks surrounding personal green living blogs", i *Online Information Review*. 38(2), 248–264.
- Hansson, Niklas & Brembeck, Helen, 2015. "Market hydraulics and subjectivities in the 'wild': Circulations of the flea market", i *Cul-*

- ture Unbound: Journal of Current Cultural Research* 2015 7(1):91–121.
- Hedström, Sofia, 2013. *Fashion Manifesto: The Guide for the Style-Savvy*. New York: Skyhorse Publishing.
- Hine, Christine, 2001. *Virtual Ethnography*. London: Sage.
- Kondo, Marie, 2014. *The Life-Changing Magic of Tidying Up and Organizing*. Ten Speed Press.Y.
- Kondo, Marie, 2015. *Konsten att städa*. Pagina Förlag.
- Levine, Judith, 2006. *Not Buying It: My Year Without Shopping*.
- Ottoson, Erik, 2008. *Söka sitt: Om möten mellan människor och föremål*. Uppsala: Institutionen för kulturanthropologi och etnologi, Uppsala universitet.
- Salomonsson, Karin, 2011. ”Svårt att hitta stilen?’, De personliga shoppingrådgivarnas roll i konsumtionskulturen”, i *Kulturella Perspektiv* 2:2011.
- Salomonsson, Karin, 2015. ”Jag är som en talande spegel’, i Förtroendebyggande strategier i personliga tjänster”, i Andersson Cederholm, Erika & Sjöholm, Carina (red.), *Servicearbetets förvandlingar och förhandlingar*. Lund: Institutionen för service management och tjänstevetenskap, Lunds universitet.
- Sauter, Theresa, 2014. “What’s on your mind? Writing on facebook as a tool for self-formation”, i *New Media & Society*, 16(5), 823–839.
- Soper, Kate, 2008. “Alternative hedonism, cultural theory and the role of aesthetic revisioning”, i *Cultural Studies*, 22:5, 567–587.
- Watson, Matthew & Shove, Elizabeth, 2008. “Product, competence, project and practice: DIY and the dynamics of craft consumption”, i *Journal of Consumer Culture*, 8:1, 69–89.

SUMMARY

*Travelling Light
Alternative Consumption, Shop-stop
and the Creative Consumer
(Med lätt bagage
Om köpstopp, utrensning och hållbar konsumtion)*

In the wake of welfare, a number of alternative consumption practices have emerged. Meeting the obligations of the consumer society is an ambivalent practice with moral implications that contain strong elements of both freedom of choice and regulation. Alternative consumer practices is following that discourse and together with the growing interest in ethics and environment, the individual is expected to realize him- or herself through creative, green and sustainable consumption. Recycling and second-hand are important drivers of these processes. Practices of creative self-expression are related to specific considerations and confessions in the context of positioning in consumer society. Taking a starting point in “Shop-stop” or “Stop-buying-acts” as a cultural theme, this article focus on crafting confessions and creativity. By thematising a number of cultural programmes of action, it is my intention to shed light on how these programmes of action have become an important part of how alternative consumption trends acts as self-regulating practices.

Keywords: shop-stop, creativity, alternative consumption, confessions, craft consumer.

Cecilia Fredriksson, Professor in Ethnology, Centre for Retail Research at Lund University, Department of Service Management, Lund University, Campus Helsingborg, Sweden.