

ROSKILDE UNIVERSITET

SPECIALAFHANDLING I
KOMMUNIKATION

NARRATIVER OM
GENBRUG

HVORDAN LOKALE FORTÆLLINGER KAN
BRUGES I FORMIDLING OM KLIMA OG MILJØ

ANTAL TEGN: 235.552

VEJLEDER: SUSANNE KJÆRBECK

STUDERENDE:

AMALIE BYBERG (69968)

RICO AL BURCHARDT (61104)

SIF MUNCH SVEJGAARD (52222)

Indholdsfortegnelse

Resume	2
Problemfelt	3
Klimaudfordringer	3
Kommunikationsproblemer	6
Civilsamfundets rolle	7
Miljøpunkt	7
Problemformulering	8
Afgrænsning	9
Organisationsbeskrivelse	11
Vision og primære indsatsområder	11
Indsatsområdet mere genbrug	12
Miljøpunkt Indre By og Christianshavns interesser	12
Kommunikation i Miljøpunkt Indre By og Christianshavn	13
Videnskabsteori	15
Grundantagelser og basale begreber	15
Fænomenologiens anvendelse	16
Kvalitetskriterier – validering	17
Teori	19
Det historiske fundament	19
Definitioner i narrativ forskning	26
Definition af et narrativ og vores position i feltet	31
Narrative studier om bæredygtighed	32
Samskabelse og involvering af borgere	37
Metodologi	41
Interview med Miljøpunkt	42
Observation af byttemarked	43
Fokusgruppeinterviews med borgere fra Indre By og Christianshavn	44
Transskribering	49
Ethiske overvejelser	49
Narrativ analyse	51
Analysemetode	51
Analyse af borgernes fortællinger	52
Opsummering	93
Diskussion	94

Borgernes fortællinger	94
Anvendelsen af fortællingerne i Miljøpunkts kommunikation om genbrug	99
Opsummering	102
Anbefalinger til Miljøpunkt	103
Konklusion	104
Metoderefleksion	106
Den fænomenologiske tilgang	106
Den narrative tilgang	107
Litteraturliste	110
Links	110
Litteratur	111
Formidlingsartikel	118
Redegørelse for artikel	121

Bilagsoversigt:

Bilag 1: Projektbeskrivelse fra Miljøpunkt
Bilag 2: Transskription af interview med Miljøpunkt
Bilag 3: Interviewguide til interview med Miljøpunkt
Bilag 4: Brinkmann og Tanggaards spørgsmålstyper
Bilag 5: Moderatorguide til fokusgruppe 2/11-22
Bilag 6: Moderatorguide til fokusgruppe 6/11-22
Bilag 7: Feltnoter fra byttemarked 15/10-22
Bilag 8: Rekrutteringsmateriale
Bilag 9: Billeder til fotoelicitering
Bilag 10: Informeret samtykke Miljøpunkt
Bilag 11: Observationsstudie – spørgsmål til byttemarkedet
Bilag 12: Informeret samtykke fra informanter
Bilag 13: Kodning af fokusgrupper
Bilag 14: Transskription af fokusgruppe 2/11-22
Bilag 15: Transskription af fokusgruppe 6/11-22

Resume

The purpose of this thesis is to investigate how narrative research can contribute to changing people's behavior in relation to reusing. The goal is to help constructively with the environmental and climate friendliness through communication to citizens in Indre by and Christianshavn with a focus on reusing. The thesis is based on a collaboration with Miljøpunkt Indre By and Christianshavn, which is an environmental organization that works for a more sustainable Copenhagen. All this leads to the following problem statement:

Which narratives do the citizens of Indre By and Christianshavn have in relation to consumption and reusing? Can this knowledge contribute to an optimization of Miljøpunkt's communication?

We use the phenomenological approach as a scientific theoretical foundation that lets us describe patterns and variations in detail, where the connections of the action, interpretation and experience between the actors are essential. Our empirical evidence is collected with a methodological emphasis on data from two focus groups, supplemented by a qualitative interview and an observational study. For analyzing, we use selected theory to, firstly, distinguish narratives from other kinds of statements. Next, other selected theories to find the structure of the narratives and enable us to condense meaning. We see stories as sense-making, where specific theory is particularly suitable for this purpose. The outcome of the analysis gives us 8 themes: Economy, throwaway society, repair, thoughtfulness and upcycling, community and relationships, trends and norms, history of object, pleasure from reusing and barriers to recycling. With the theoretical basis of the thesis, we conclude that narratives can be used to influence citizens' behavior in relation to sustainability, which helps to underpin the potential that these narratives can help motivate the citizens of Indre By and Christianshavn to reuse. We see that the results of the thesis and the narratives can help to optimize Miljøpunkt Indre By and Christianshavns communication, however, it requires testing communication products based on our recommendations in practice to know how they affect the target group.

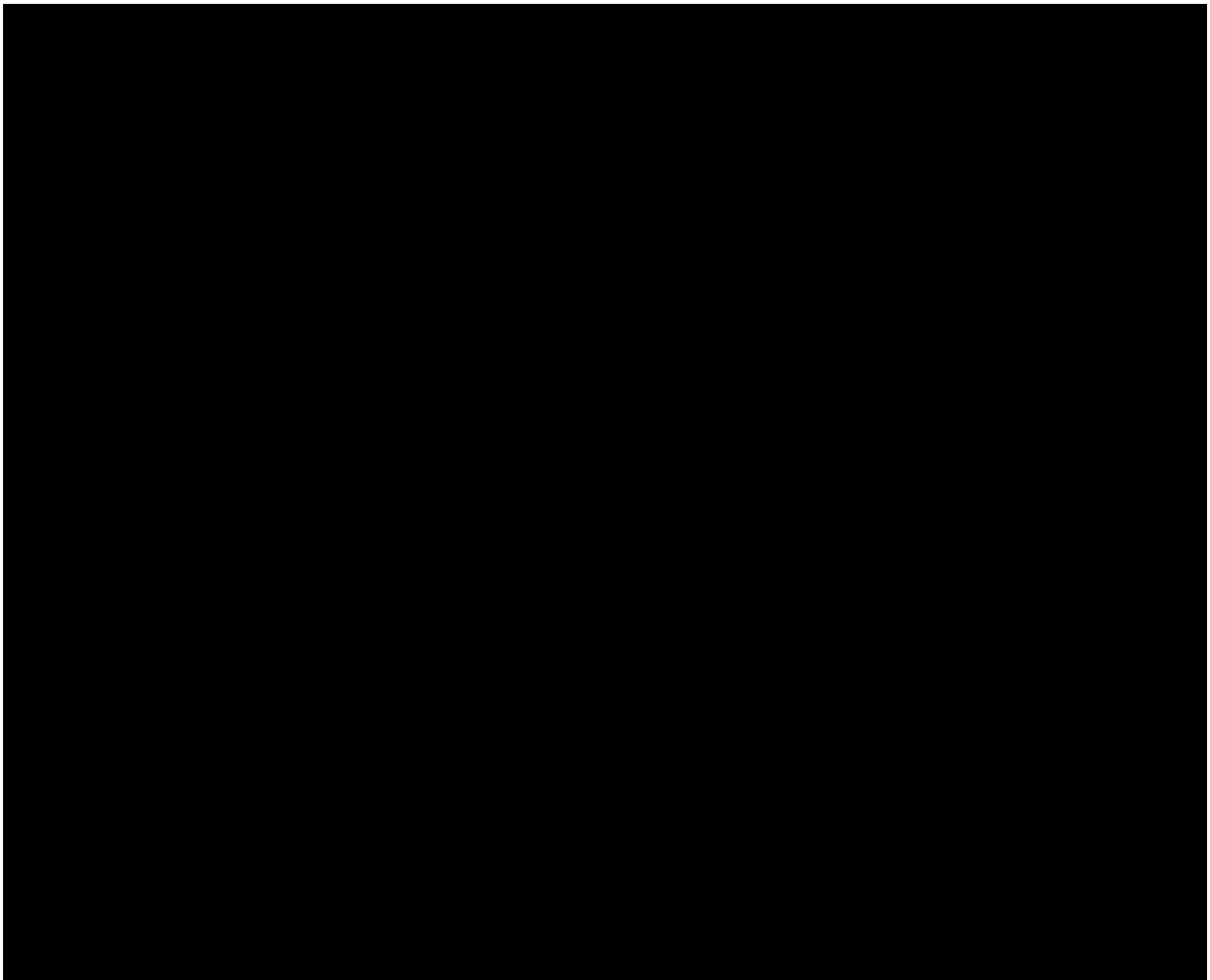
Problemfelt

Dette speciale beskæftiger sig med forsøget på at forandre menneskers adfærd i forhold til bæredygtighed via formidling. Nærmere bestemt fokuserer specialet på, hvordan fortællinger kan skabe motivation for at integrere klima- og miljøvenlige handlinger i hverdagen hos individer i samfundet. Dette gøres gennem en undersøgelse af organisationen Miljøpunkt Indre By og Christianshavn (herfra benævnet Miljøpunkt) og borgerne i Indre By og på Christianshavns fortællinger. Vi tager udgangspunkt i et af de mål, Miljøpunkt har for deres arbejde: genbrug. Slutteligt kommer vi med anbefalinger om, hvordan Miljøpunkt kan anvende fortællinger i deres formidling fremadrettet.

I problemfeltet italesætter vi problematikker omkring bæredygtighed, formidling samt Miljøpunkts udfordringer med formidling i hverdagen.

Klimaudfordringer

Ifølge WWF opbrugte verdens befolkning jordens ressourcer den 28. juli for 2022 (WWF, 2022). Dette er et udtryk for, at vi herefter tager mere fra planeten, end den kan nå at genskabe i løbet af det pågældende år. Såfremt alle lande levede som danskerne, ville denne dato ligge langt tidligere, nemlig på den 28. marts 2022 ifølge World Overshoot Day, som står bag udregningerne for begge datoer (se figur 1).

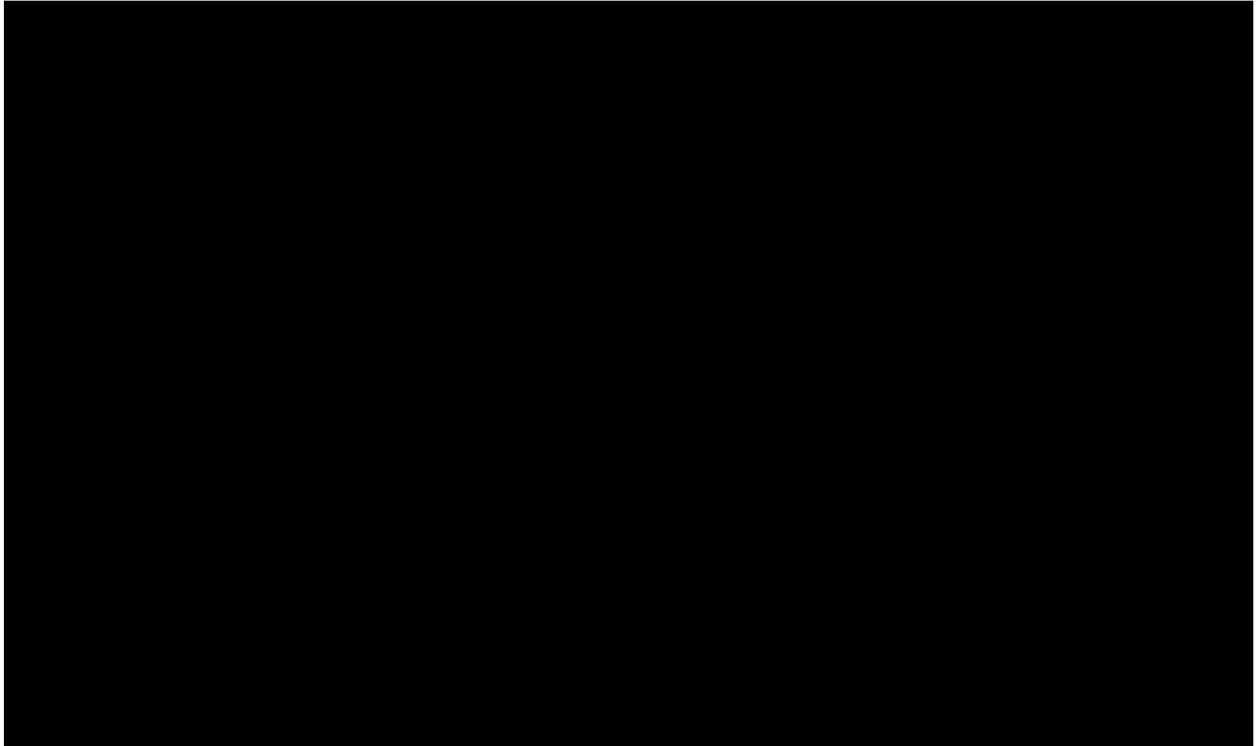


Figur 1. Country Overshoot dage i 2022 (Overshootday, 2022a)

FN's klimarapport fra 2022 konkluderer, at klimaforandringerne på et globalt plan påvirker natur og mennesker drastisk. De skriver:

“The changes in the physical climate system, most notably more intensive extreme events, have adversely affected natural and human systems around the world. This has contributed to a loss and degradation of ecosystems, including tropical coral reefs; reduced water and food security; increased damage to infrastructure; additional mortality and morbidity; human migration and displacement; damaged livelihoods; increased mental health issues; and increased inequality.” (IPCC, 2022, s. 126).

Disse udfordringer påvirker hele kloden, både natur og mennesker. Nedenstående kort (figur 2) viser tætheden af studier, der peger på udfordringer skabt af klimaforandringer over hele verden. Der er taget udgangspunkt i 77.785 studier (IPCC, 2022, s. 127).



Figur 2. Bevis på udfordringer grundet klimaændringer verden over.

Denne kritiske udvikling peger på handling, så vi kan skabe en forandring og en potentielt bedre fremtid for de kommende generationer. En af de løsninger, World Overshoot Day peger på, er at nedsætte forbrug og øge genbrug og genanvendelse af blandt andet tøj og møbler (Overshootday, 2022b).

En rapport fra Aalborg Universitet viser, at danskerne går op i klimaaftrykket på deres handlinger (Lindberg et. al, 2016, s. 2). Overordnet set er de motiverede til en mere grøn livsstil, men har svært ved at vurdere, hvordan de skal ændre deres adfærd og føler sig fastlåste i den ikke bæredygtige adfærd (Lindberg et al., 2016, s. 6). Dermed findes der en uoverensstemmelse mellem holdninger og adfærd. Nogle af de barrierer, som borgerne

møder, er manglende viden, økonomi og praktiske barrierer (Lindberg et al., 2016, s. 7). Flere har også en oplevelse af, at deres handlinger ikke gør en forskel (Lindberg et al., 2016, s. 7).

Kommunikationsproblemer

Når vi som menneskehed skal skabe så store forandringer, kan det kræve, at det enkelte individ er med til at etablere nye hverdagspraksisser, der kan medvirke til at skabe en ny kurs for klima og miljø. En del af at skabe disse forandringer er at kommunikere til borgere på en sådan måde, at der motiveres til at ændre adfærd. Derfor er det væsentligt at se på, hvordan vi som kommunikatører formidler, fordi fejlslagen kommunikation kan føre til alt andet end motivation hos borgeren.

I lyset af udviklingen inden for klima og miljø er der opstået et nyt begreb: klimaangst. Ojala (2018) peger på, at unge bekymrer sig for klimaet, selvom deres handlinger ikke nødvendigvis afspejler det. Det kan forklares ved et pessimistisk syn på fremtiden i forhold til klimaforandringer, hvilket fører til mangel på handlekraft. Artiklen argumenterer for, at det er af afgørende betydning at kommunikere om klimaforandringer på en støttende og løsningsorienteret måde (Ojala, 2018, s. 14). En anden undersøgelse af fortællinger omkring klima ser på, hvordan fortællinger kan påvirke mennesker (Morris et al., 2019).

Undersøgelsen konkluderer, ligesom studiet fra Aalborg Universitet, at selvom mennesker kender til klimakrisen og mener, at det er vigtigt at gøre noget ved den, så er deres adfærd ikke altid forenelig med disse overbevisninger. De forbruger stadig for meget. Studiet undersøger, hvordan fortællinger om miljø påvirker mennesker, og det peger på, at fortællinger, som kan skabe emotioner omkring miljøet, påvirker adfærden hos mennesker langt mere end fakta om klimakrisen gør det. Dette viser et problem i formidlingen om miljø, da disse ofte prioriterer fakta frem for fortællinger, der appellerer til følelserne (Morris et al., 2019, s. 31-33). Undersøgelsen viser også, at negative fortællinger om klima kan påvirke motivationen mest, men at de negative fortællinger også kan skabe handlingslammelse (Morris et al., 2019, s. 32).

Civilsamfundets rolle

En anden del af at skabe forandringer i forhold til klima, miljø og forbrug kan ses i civilsamfundet. Fischer et al. (2012) peger på en prioritering af at styrke civilsamfundet, sænke forbruget og forbedre borgernes engagement for at skabe social forandring. For at skabe forandring må organisationer i civilsamfundet skabe større engagement blandt borgere og skabe muligheder for at borgerne kan deltage aktivt (Fischer et al., 2012, s. 155). De argumenterer for, at civilsamfundsorganisationer udgør en vigtig rolle i at være bindeled mellem myndigheder og borgere (Fischer et al., 2012, s. 155). Netop dette bindeled udgør Miljøpunkt. Civilsamfundet spiller dermed en vigtig rolle i forhold til at skabe forandringer for klima og miljø, og det er derfor relevant at inddrage en organisation som Miljøpunkt i dette speciale.

Miljøpunkt

Miljøpunkt er en organisation, der gennem lokale indsatser, med fokus på involvering af borgere, arbejder for at gøre København til en mere bæredygtig by. I dette afsnit beskriver vi den del af deres mål, der relaterer sig til specialet, mens vi giver en grundigere introduktion til organisationen i kapitlet *Organisationsbeskrivelse*. Vi angiver også de udfordringer, Miljøpunkt selv definerer for os.

Motivation til at genbruge

Miljøpunkt skriver omkring genbrug i deres årsplan for 2022, at de har til formål: "At motivere til at flere borgere ved hvordan de sortere affald til genbrug og direkte genbrug og herigennem få gjort op med smid-væk-kultur." (a21, 2022h, s. 1). I den projektbeskrivelse, Miljøpunkt har skrevet, og som er årsag til, at vi kommer i kontakt med dem, skriver de yderligere, at: "Vi søger en gruppe der ønsker at arbejde praksisnært og projektorienteret ift. at undersøge og iværksætte et konkret projekt, der skaber øget genbrug og/eller genanvendelse for borgere og/eller erhverv i Indre by." (bilag 1, s. 1).

Udfordringer i formidlingen

Miljøpunkt har 2 ansatte, og de oplever en kapacitetsmangel i forhold til at formidle indsatser og muligheder (bilag 2, s. 14). Dette er et problem, da et af Miljøpunkts mål er, at

“Kommunikation, synlighed, netværk samt et naturligt fokus på, hvad der giver værdi for borgere og erhverv i lokalområderne, indgår som en naturlig del af hver af projekterne.” (a21, 2022, s. 1).

Med specialet har vi til formål at undersøge, hvilke fortællinger borgere i Indre By og på Christianshavn har omkring genbrug for derigennem at kunne pege på, hvilke fortællinger, man kan anvende i formidling til disse borgere. Hertil undersøger vi Miljøpunkts nuværende kommunikation og kommunikationskanaler, og vi sigter efter at bidrage konstruktivt til Miljøpunkts formidling og derigennem til et mere bæredygtigt København.

Problemformulering

Dette leder os videre til følgende problemformulering:

Hvilke fortællinger har borgerne i Indre By og på Christianshavn i relation til forbrug og genbrug? Kan denne viden bidrage til en optimering af Miljøpunkts kommunikation?

Afgrænsning

I dette kapitel peger vi på mulige veje, vi kunne have gået med specialet, og vi argumenterer for, hvorfor vi valgte at afgrænse os fra dem. Vi kommer ind på valget af narrativ teori og andre narrative retninger end digitale medier, inddragelsen af borgere i stedet for andre typer interessenter, samt valget af at arbejde med genbrug frem for andre af Miljøpunkts mål.

I brugen af narrativ teori og metode vælger vi at fokusere på borgeres fortællinger og kommunikation på digitale medier. Der findes dog adskillige andre måder at anvende narrativer omkring miljø og klima, og de kan formidles via en lang række medier og kanaler. I vores research har vi fundet artikler om anvendelse af narrativer gennem skønlitteratur, film, teater, i computerspil og i aviser (Bracke, 2019; Von Mossmor, 2017; Law, 2020; Carracciolo, 2022; Harcourt, 2020). I dette speciale afgrænser vi os fra at arbejde med narrativer gennem disse medier og måder, fordi Miljøpunkts nuværende kommunikation ikke bevæger sig i de første fire genrer, og den sidste genre, aviser, fylder utroligt lidt. Det er mere vedkommende i specialet at se på Miljøpunkts kommunikation på et medie, som de anvender i deres dagligdag, hvorfor vi fokuserer på digitale medier som Facebook og Instagram.

En anden afgrænsning, vi har lavet, er at fokusere på genbrug, som vi definerer som direkte genbrug af tøj, møbler og andre genstande og ikke for eksempel genanvendelse af plast og lignende. Vi fokuserer dermed ikke på de af Miljøpunkts mål, der omhandler affaldssortering, ren luft, mindre støj og grøn by. Gennem interviewet med Miljøpunkt finder vi frem til, at genbrug og genanvendelse er et aktuelt indsatsområde for dem. Vi vurderer, at kommunikation ikke er løsningen på de udfordringer, Miljøpunkt nævner omkring affaldssortering og genanvendelse. Disse kræver en mere praktisk løsning, hvor Miljøpunkt for eksempel har fokus på at få oprettet bytterum og bedre plads til affald.

Vi anerkender, at Miljøpunkt har andre interessenter end borgere, som det kunne være meningsfuldt at formidle til via fortællinger. Vi vælger at arbejde med borgere, da vi i specialeopstarten reagerer på et konkret ønske fra Miljøpunkt om at igangsætte et projekt, hvor de italesætter et behov for at fokusere på borgere.

Når vi i dette speciale nævner bæredygtighed, mener vi derfor bæredygtighed i forhold til klima og miljø.

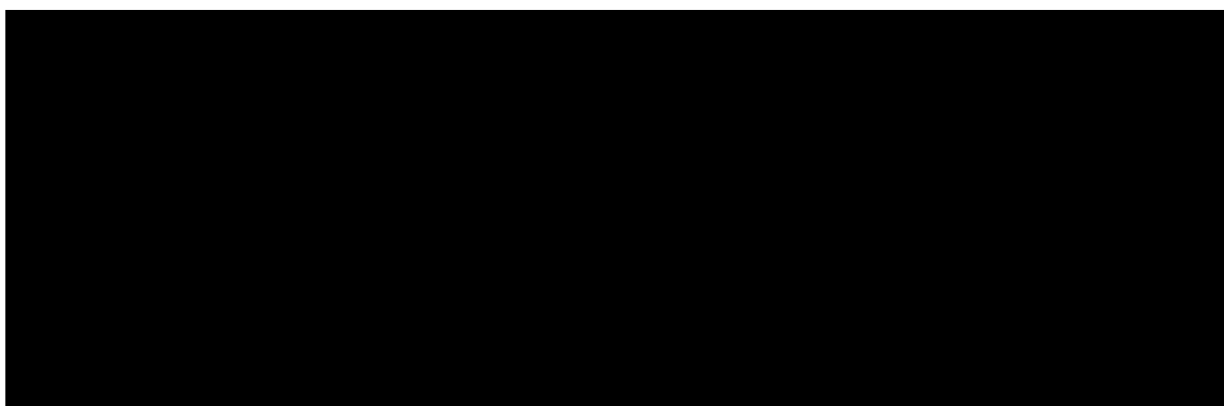
Organisationsbeskrivelse

I dette kapitel præsenterer vi Miljøpunkt. Her kommer vi ind på organisationens struktur, interessenter og indsatsområder inklusiv deres arbejde med genbrug, som er fokus for dette speciale, samt deres arbejde med kommunikation.

Miljøpunkt er en selvejende fond, der har egen bestyrelse. I sekretariatet sidder to faste fuldtidsmedarbejdere og en regnskabsmedarbejder (bilag 2, s. 6). Derudover har organisationen praktikanter, frivillige og studerende tilknyttet (a21, 2022a). Organisationen er lokalt forankret i Indre By og på Christianshavn og deres arbejde foregår i samarbejde med Københavns Kommune, lokale borgere, skoler, institutioner, foreninger, erhverv, NGO'er, og lokaludvalg (a21, 2022b).

Vision og primære indsatsområder

Visionen for organisationen er at skabe "(...) grundlag for bedre livskvalitet og et bæredygtigt miljø" (a21, 2022b). Organisationen arbejder med forskellige aspekter inden for bæredygtighed i byen under fire overordnede temaer (se figur 3):



Figur 3. Miljøpunkts mål (a21, 2022b).

Indsatsområdet ren luft har fokus på initiativer, der skal sikre renere luft i byen blandt andet ved at fremme bæredygtige transportmidler til private og erhverv, herunder cykler og ladcykler (a21, 2022c). Under indsatsområdet mindre støj har de fokus på støjkløberne i byen og på at bevare åndehuller, der bringer ro og stilhed (a21, 2022d). Indsatsområdet grøn by sætter fokus på grønne oaser og facader i lokalområdet, der skal bidrage til en smukkere by

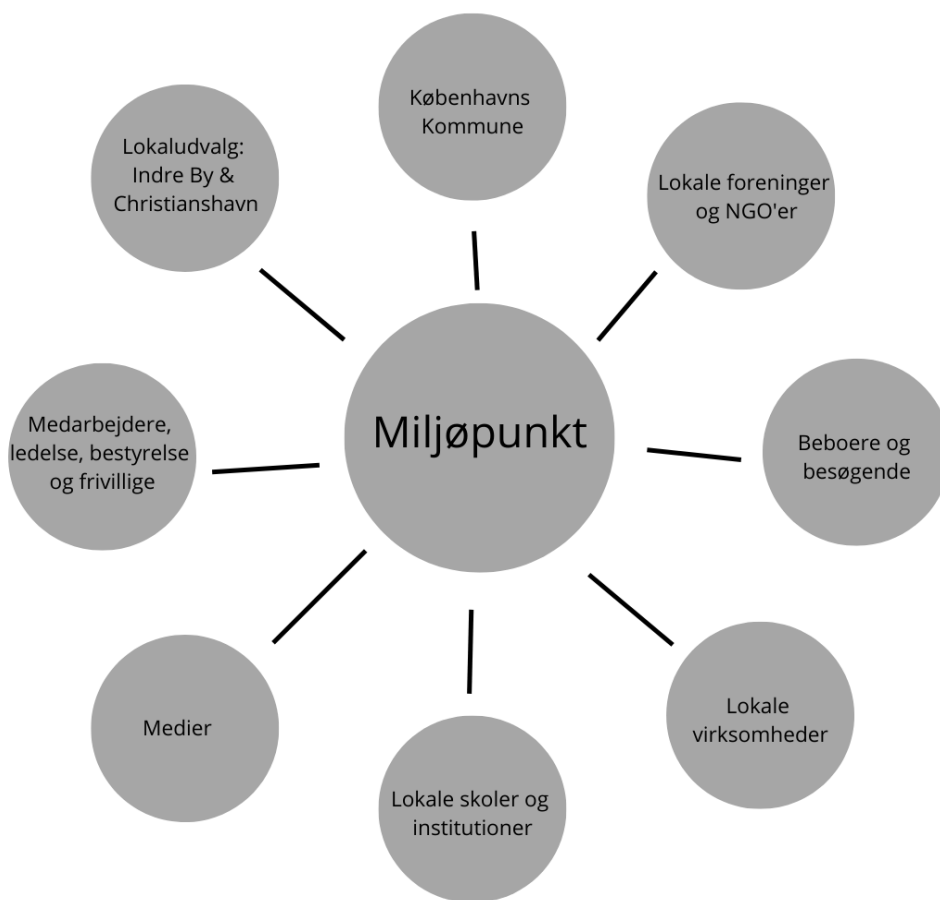
og øge biodiversiteten (a21, 2022e). Dette speciale fokuserer på indsatsområdet mere genbrug, der blandt andet dækker over bedre udnyttelse af ressourcerne og mere tøjbytte (a21, 2022f).

Indsatsområdet mere genbrug

I Miljøpunkts arbejde med indsatsområdet mere genbrug ønsker de at bidrage til, at borgere i lokalområdet kan skabe nye vaner og gøre genbrug, affaldssortering og genanvendelse til en let og naturlig del af hverdagen i byrummet såvel som i hjemmet (a21, 2022f). Dette skal være med til at understøtte Københavns Kommunes plan "Cirkulær København - Ressource- og Affaldsplan 2024" (Københavns Kommune, 2019).

Miljøpunkt Indre By og Christianshavns interesser

Da Miljøpunkt er lokalt forankret, er deres interesser også primært lokale aktører (se figur 4). Heraf kan de lokale beboere, lokaludvalg og Københavns Kommune fremhæves som væsentlige interesser. En stor del af Miljøpunkts økonomi baseres på driftstilskud fra lokaludvalgene Indre By og Christianshavn og fra Københavns Kommune, og disse er derfor væsentlige interesser for Miljøpunkt. Samtidig er det en del af organisationens fokus at samarbejde med kommunen og lokaludvalgene og understøtte deres arbejde (a21, 2022h, s. 1). Derudover har de et fokus på involvering af borgere samtidig med, at deres projekter udføres for og formidles til de lokale borgere (a21, 2022h, s. 1).



Figur 4. Overblik over interessenter baseret på interview med Miljøpunkt (bilag 2, s. 2-13).

Kommunikation i Miljøpunkt Indre By og Christianshavn

Ifølge organisationens årsplan for 2022 skal fokus på synlighed og kommunikation indgå som en del af alle Miljøpunkts projekter (a21, 2022h, s. 1). Derudover er der en forventning fra lokaludvalgene om, at de skaber synlighed omkring deres arbejde (bilag 2, s. 16). Til at skabe synlighed omkring deres arbejde over for borgere og andre interessenter benytter de følgende digitale medier (bilag 2, s. 12):

- Nyhedsbrev, cirka en gang om måneden: (a21, 2022g)
- Facebook, Instagram og LinkedIn
- Hjemmeside

Ved at kigge på data fra Miljøpunkts Facebook og Instagram kan vi få et indblik i engagementet på deres side. Følgende tal er fundet på Miljøpunkts Facebookside (Facebook, 2022) og Instagramprofil (Instagram, 2022).

På Miljøpunkts Facebookside har de pr. 6. november 2022 1.443 likes og 1.590 følgere, og på deres instagram har de 668 følgere. På Facebook har Miljøpunkt over en periode fra 1. august til 31. oktober 2022 delt 9 opslag om genbrug. Disse opslag har mellem 0-8 likes, mens de ikke har nogen delinger eller kommentarer. På Instagram har de i samme periode delt 3 opslag om genbrug. Opslagene har mellem 6-13 likes og en enkelt kommentar på det ene af opslagene. Der er dermed ikke et stort engagement blandt følgerne.

Størstedelen af opslagene om genbrug på begge platforme handler om byttemarkeder og andre begivenheder. I perioden er 8 ud af 9 opslag om genbrug på deres Facebook begivenheder. Alle 3 opslag fra Instagram handler om byttemarkeder. Miljøpunkt deler ofte andre profilers events, når der er tale om byttemarkeder på Facebook, mens de deler egne opslag om dette på Instagram. De kommunikerer primært om begivenheder, når de kommunikerer om genbrug, og vi ser ikke brug af fortællinger i deres opslag. Definitionen på en fortælling er beskrevet i afsnittet *Definition af et narrativ og vores position i feltet*. Denne er anvendt til at identificere fortællingerne i opslagene.

Denne præsentation af Miljøpunkts kommunikation giver os et udgangspunkt for, hvordan de på nuværende tidspunkt arbejder med kommunikation, og på den måde kan det være grundlag for at undersøge, hvordan specialet kan bidrage til at optimere kommunikationen.

Videnskabsteori

Dette kapitel omhandler specialets videnskabsteoretiske position og tanker. Her er formålet at skabe en klar og stærk forståelse af, hvorledes specialet er udformet med henblik på de forskellige til- og fravalg, vi tager gennem processen. I vores videnskabsteoretiske position tager vi afsæt i fænomenologien. Kapitlet indeholder en redegørelse af fænomenologien og en argumentation for, hvorfor vi anvender denne videnskabsteoretiske retning samt dens betydning i vores arbejde med specialet og dets resultater.

Fænomenologien har ifølge Zahavi sit ophav fra Husserl og har haft stor indflydelse på en række humanistiske discipliner (Zahavi, 2014, s. 243). Inden for fænomenologien er man ikke kun interesseret i faktisk redegørelse for fænomener, men derimod i at synliggøre, hvad der er betydningsfuldt og fastlagt i det undersøgte (Zahavi, 2014, s. 246). Slutteligt kan tilgangen siges at være deskriptiv ved at beskrive vores erfaringer, som de er givet (Zahavi, 2014, s. 247). Ifølge Bundgård har vi fra Husserl fået et rationelt ideal og en metode, der gør os i stand til at kunne skelne mellem det på den ene side komplekse og uforklarlige, og det vi på den anden side rationelt forstår og ligger klart for os. Vi kan forstå den mening, verden giver os ved at abstrahere den og reducere den til de grundelementer, den indeholder. Herefter kan vi bestemme denne mening og lægge den tilbage sammen med det, vi allerede forstår i det, der altid har været til stede. (Bundgård, 1997, s. 63). Vores opgave er at skabe indsigt i det værende, hvilket indebærer, at vi synliggør det, vi ikke forstår for på den måde at klarlægge sammenhænge (Bundgård, 1997, s. 64). Vi har et åbent forhold til verden, hvor Zahavi nævner, at det ud fra Heidegger handler om en væren-i-verden, hvor vi hele tiden har en meningshorisont, vi er tilknyttet (Zahavi, 2014, s. 249).

Grundantagelser og basale begreber

Med et udgangspunkt i fænomenologien kan vi forstå forholdet mellem ontologien og epistemologien forklaret ved forholdet mellem subjekt og objekt. Vores subjekt, også kaldet bevidsthed, kan ifølge fænomenologien ikke ses på uden et kig på genstanden (Juul, 2012, s. 86). Det vil sige, at vi ud fra ontologien ikke kan forstå verden ved kun at fokusere på objekt eller subjekt. Som mennesker er vi et subjekt, der erfarer ved at opleve og gøre erfaringer med verden. Inden for fænomenologiens epistemologi er vi interesserede i at opnå en

objektiv erkendelse gennem subjekternes oplevelsesverden. Her vil vi have muligheden for at finde vores viden om det undersøgte fænomen, hvilket er betinget af, at vi netop har indsigt i de involverede undersøgtes erfaringer og oplevelser (Juul, 2012, s. 87).

Som nogle af de basale begreber inden for fænomenologien kan nævnes intersubjektivitet og livsverden. Intersubjektivitet kan forstås ved at være en hverdagssociologi, der trækker på førstehåndsperspektivet samtidig med at interessere sig for, hvordan den sociale verden hos mennesker samskabes i hverdagen (Juul, 2012, s. 65). Førstehåndsperspektivet er, hvor vi parentessætter vores antagelser, når vi undersøger, hvilket vi beskriver yderligere under afsnittet *Fænomenologiens anvendelse* (Juul, 2012, s. 70-71). I vores livsverden har vi den virkelighed, hvori vi har vores beslutninger, og hvor vi også kommunikerer og handler. Det gør vi i vores erfaringer samtidig med, at vi tager den for givet og er fortrolige med den. Her er det vigtigt at tage udgangspunkt i den virkelige verden for at være i stand til at beskrive det undersøgte fænomen (Jacobsen et al., 2020, s. 284). Konkret ønsker vi ud fra den fænomenologiske betragtning at beskrive livsverdenens strukturer, hvor det ikke er med henblik på skabe eller udvikle ny viden, men mere gøre meninger og betydninger fra dagligdagen synlige ved at beskrive dem. Sagt på en anden måde kommer livsverdenen ikke fra videnskaben, men videnskaben kommer fra livsverdenen, da vi i den rækkefølge bliver i stand til at beskrive fænomenet (Jacobsen et al., 2022, s. 285). Samtidig skal vi ikke forstå videnskabelige resultater og vores dagligdagserfaringer fra livsverdenen som modsigende. Derimod er der blot tale om at se på verden gennem to forskellige linser. For videnskaben er livsverden ikke en eksplicit verden, men mere en verden vi allerede kender til via daglig brug og videnskabelige analyser (Zahavi, 2018, s. 66).

Fænomenologiens anvendelse

Når der i praksis skal indsamles data inden for de fænomenologiske undersøgelser, er det vigtigt at have for øje, at den viden, der ønskes, ikke sigter mod lovmæssigheder eller statistiske love (Juul, 2012, s. 99). Derfor skal der benyttes væsentligt anderledes metodestrategier, hvor undersøgelserne mere fokuserer på forskningsspørgsmål, der indeholder "hvad" eller "hvordan" frem for "hvorfor" (Juul, 2012, s. 99). Derfor bygger vores problemformulering på at undersøge, hvilke fortællinger, der er, frem for hvorfor borgerne

har disse fortællinger. Ved indsamlingen af data handler det om at få ufortolkede beskrivelser af de undersøgte livsverden, hvilket dermed leverer ufiltrerede data til gavn for vores fortolkninger. Det ønskes ud fra fænomenologiens perspektiv at fremvise og beskrive detaljerede mønstre og variationer, hvor handlingernes sammenhænge, fortolkning og erfaring mellem det undersøgte er væsentlig. Tilgangen kan siges at have et åbent forskningsdesign, hvor kvalitative metoder er relevante (Juul, 2012, s. 99).

Uanset hvilken analyse der måtte vælges inden for fænomenologien, er det vigtigt, at den medtager beskrivelser af det undersøgte fænomen, der er detaljerede, nuancerede og fyldige (Juul, 2012, s. 99). Udover denne vigtighed findes der mange forskellige typer af analyser som eksempelvis livsverdensanalyse, intersubjektivitetsanalyse eller narrativ analyse (Juul, 2012, s. 103). I vores speciale mener vi, at den narrative analyse er interessant og relevant for os som analysetilgang. Dette skyldes, at vi undersøger, hvilke fortællinger borgere har i relation til genbrug og forbrug af tøj, og hvordan disse fortællinger kan bidrage til at optimere Miljøpunkts kommunikation.

Ved denne tilgang er fortællinger i højsædet, hvor de for eksempel kan være fortolkninger af livshistorier med informanternes subjektive og intersubjektive erfaringer. Her betyder det, at vi meningsfortolker og stræber efter at overskride hverdagsforståelsen. Vi er særligt opmærksomme på borgernes oplevelser af sammenhænge og begivenheder i deres livsverden frem for et fokus på fakta (Juul, 2012, s. 103).

I kapitlet *Narrativ analyse* uddyber vi, hvordan vi anvender den fænomenologiske tilgang på et konkret plan.

Kvalitetskriterier – validering

I arbejdet med fænomenologien og dens tilgang til analyser stilles der krav til, at valideringen ses gennem et detaljeret og transparent fokus, som vises gennem konkrete teknikker. Dette gør vi ved at benytte semistrukturerede interview, fokusgruppeinterviews, observation og analyse. Herunder anvender vi direkte citering fra informanternes fortællinger til underbygning af vores fortolkninger, da det er meningen, at andre forskere

skal kunne følge med i beskrivelserne af fænomenet. Ovenstående er valideringskrav som er en forudsætning for, at forskere kan forholde sig til, hvorvidt vores fortolkninger af det undersøgte er tilstrækkelig overbevisende set i forhold til udsagn i vores empiri (Juul, 2012, s. 103). Validiteten af undersøgelsen afhænger af, at vi har et objektivi udgangspunkt til empirien, der samtidig er uafhængig af de subjekter, vi undersøger (Juul, 2012, s. 102). I dette tilfælde borgerne i Indre by og på Christianshavn.

Teori

I vores teorikapitel indleder vi med et historisk blik på narrativ teori, hvilket bidrager til et fundament for den nyere forskning på området. Dernæst giver vi et indblik i definitioner i narrativ forskning og præsenterer nogle diskussioner af begrebet samskabelse. Sidenhen dykker vi mere ned i det narrative felt, vi arbejder indenfor, hvor vi argumenterer for, hvorfor fortællinger er en relevant måde at formidle om bæredygtighed på, og hvordan det kan påvirke mennesker.

Det historiske fundament

Det er ikke nyt, at fortællinger er en del af menneskets verden, og at mennesket har en forståelse af, hvad en fortælling rummer, hvordan den struktureres, og hvordan den kan anvendes i forskellige sammenhænge. I det følgende giver vi et overblik over de klassiske tekster, som de begreber, vi anvender i specialet, trækker på, og som er medvirkende til det syn, vi har på fortællinger i dag. Eftersom det er et bredt felt med mange teorier gennem tiden, kommer vi ikke omkring dem alle, men peger på udvalgte teoretikere, som har haft afgørende betydning for udviklingen af narrativ teori.

Begyndelsen

Aristoteles giver os en struktur for fortællinger, som mange forskere lægger sig op af i dag. Han definerer også begrebet mimesis, som den forskning, der beskæftiger sig med narrativer som meningsskabende, lægger sig op af. Disse udfoldes i det følgende.

Det tidligste værk, vi kender til, som analyserer og strukturerer narrativer, og dermed kommer med den første litteraturteori, er Aristoteles (Dahl & Lech, 2022, s. 9; Rosholm & Højberg, 2005, s. 23). Ifølge Dahl og Lech skrev Aristoteles *Poetikken* mellem år 335 og 322 før vor tid (Dahl & Lech, 2022, s. 9). Denne indeholder Aristoteles' analyse af, hvad tragedien er opbygget af, og hvad der giver litteratur og drama mening (Dahl & Lech, 2022, s. 9), og selvom værket er rettet mod specifikt tragedien, er det anvendt gennem tiden til ligeså at analysere andre former for narrative forløb.

Fortællingens struktur: begyndelse - midte - afslutning

Helt grundlæggende består tragedien ifølge Aristoteles af en begyndelse, en midte og en slutning:

“Det står fast, at tragedien er en gengivelse af en fuldført og hel handling af et vist omfang (der findes jo ting, som er hele uden begrænsning i størrelse). Noget *helt* er det, som har begyndelse, midte og afslutning. *Begyndelse* er det, som ikke nødvendigvis selv følger efter noget andet, men som naturligt følges af noget eller fører til noget andet. Omvendt er *slutning* det, som naturligt selv følger efter noget, enten af nødvendighed eller som hovedregel, men efter hvilket intet følger. *Midte* er det, som selv både følger efter noget andet og efterfølges af noget tredje. Velkomponerede plots må altså ikke begynde eller slutte et tilfældigt sted, men skal følge disse formelle bestemmelser.” (Aristoteles, 2022, s. 71).

Her ser vi den definition af fortællinger, som oftest refereres til, som den tidligste. Dette har relevans, fordi senere teori og praksis beskæftiger sig med at definere, hvor fortællinger begynder, har sin midte og slutter. Dette perspektiv har vi for øje i indsamlingen af empiri, både når vi skal definere interviewpersoners fortællinger og adskille disse fra hinanden. For hvornår kan en talehandling, som der finder sted i interviewsituationerne, siges at være en fortælling? Her hjælper begreberne begyndelse, midte og slutning os med at adskille fortællinger fra hinanden og fra andre udsagn. Under afsnittet *Definitioner i narrativ forskning* kommer vi yderligere ind på, hvordan denne tidslige dimension af fortællinger defineres af andre teoretikere.

Fortællinger er gengivelser - ikke fiktion

En af Aristoteles' væsentlige pointer er, at fortællinger ikke blot er fiktion, men at de er gengivelser af virkeligheden. Dette kalder han *mimesis*, som netop kan oversættes til gengivelse eller efterligning (Dahl & Lech, 2022, s. 20-21). Aristoteles skriver således:

“At digtning overhovedet er opstået, kan sandsynligvis tilskrives to naturlige årsager. Det at gengive er jo fra barnsben naturligt for menneskene (mennesket adskiller sig netop fra andre levende væsener ved konstant at benytte sig af gengivelse, og den tidligste indlæring sker gennem gengivelsen), og desuden finder alle mennesker glæde ved gengivelser.” (Aristoteles, 2022, s. 63).

Det, at den tidligste narrative teori definerer fortællinger som en naturlig del af at være menneske og placerer fortællinger som et aspekt af virkeligheden, er interessant i dette speciale, fordi vi netop beskæftiger os med borgernes fortællinger som et blik ind i deres subjektive verden. Mimesis lægger sig i tråd med andre begreber, som vi behandler i afsnittet om definitioner i narrativ forskning, når vi italesætter, hvordan narrativer ses som meningssskabende. Aristoteles' struktur for fortællinger bistår os i at definere fortællinger i vores empiri. Til dette inddrager vi også andre teoretikere, som nævnes senere i teorikapitlet.

Aktanter

Greimas udvikler i 1966 aktantmodellen, som bruges til definere roller i narrative analyser (Hartvigson, 1974, s. 35). Vi præsenterer den i det følgende, hvorefter den senere vil spille en central rolle i definitionen af roller i borgernes fortællinger.

Aktantmodellen er en videreudvikling af Propps definition af fortællingers struktur fra 1928 (Hartvigson, 1974, s. 35-37). Greimas reducerer Propps 31 funktioner til 20 funktioner og forlader rækkefølgekriteriet (Hartvigson, 1974, s. 36). Greimas kalder Propps omtalte rolletyper aktanter, og dem, der udøver disse rolletyper, kalder han aktører (Greimas, 1974, s. 279). Aktanter er dem, der findes i alle eventyr, hvor aktørerne er den specifikke fortællings karakterer, og når man skal redegøre for en enkelt fortælling, opgør man denne i aktører (Greimas, 1974, s. 279). Greimas opstiller aktanterne i modsætningerne subjekt vs objekt og afsender vs modtager og giver vs modtager (Greimas, 1974, s. 277). De 6 aktanter præsenteres kort i det følgende:

- Subjekt (den, der skal opnå noget, hovedpersonen - for eksempel Klods Hans)
- Objekt (det, subjektet ønsker at opnå - for eksempel penge, frihed eller prinsessen)
- Modstander (den, der modarbejder subjektet - for eksempel den onde stedmoder)
- Hjælper (den, der hjælper subjektet)
- Giver (den, der besidder det, subjektet ønsker)
- Modtager (den, der får objektet til sidst. Kan være subjektet, men er det ikke altid)

(Greimas, 1974, s. 279).

Aktanterne kan forekomme i både materiel og immateriel form såsom filosof, verden og gud (materiel) og det klasseløse samfund, historien og menneskeheden (Greimas, 1974, s. 288).

Vi anvender de 6 aktanter i analysen af informanternes fortællinger under *Temaanalyse*.

Heltorejsen

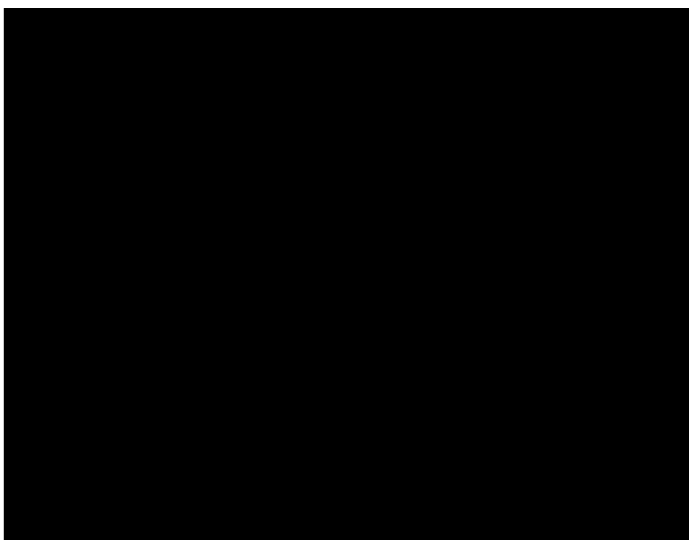
Vi præsenterer heltorejsen med henblik på at vise et fortælle mønster, som ifølge Campbell er et mønster, mange kulturer verden over kender, og som derfor kan anvendes til ikke blot at forstå fortællinger, men til at opbygge fortællinger omkring (2020). Den anvendes til at bidrage til anbefalinger til Miljøpunkt, omkring hvordan de kan formidle via fortællinger.

Campbells arbejde med myter og litteratur fokuserer på, hvorfor mennesker fortæller de fortællinger, de gør (Kudler, 2020, s. 12). Arbejdet centrerer sig ikke omkring, hvordan fortællinger i afgrænsede kulturer udspiller sig - det fokuserer tværtimod på de fællestræk, der er gennem flere kulturer og over tid (Kudler, 2020, s. 12). Disse fællestræk sammenfatter Campbell i den cykliske model *The Hero's Journey*, som vi her kalder heltorejsen (Kudler, 2020, s. 12).

Campbells bog om heltorejsen udkom i 1949 og er udgivet på over 20 sprog i mere end 1 million eksemplarer, hvilket gør det til en af de mest populære, akademiske tekster, der nogensinde er offentliggjort (Kudler, 2020, s. 14). Modellen har vundet indpas hos så mange grundet dens universelle syn på fortællinger, samt fordi den kreative branche har anvendt modellen til ikke blot at forstå myter - men til at skabe dem (Kudler, 2020, s. 15).

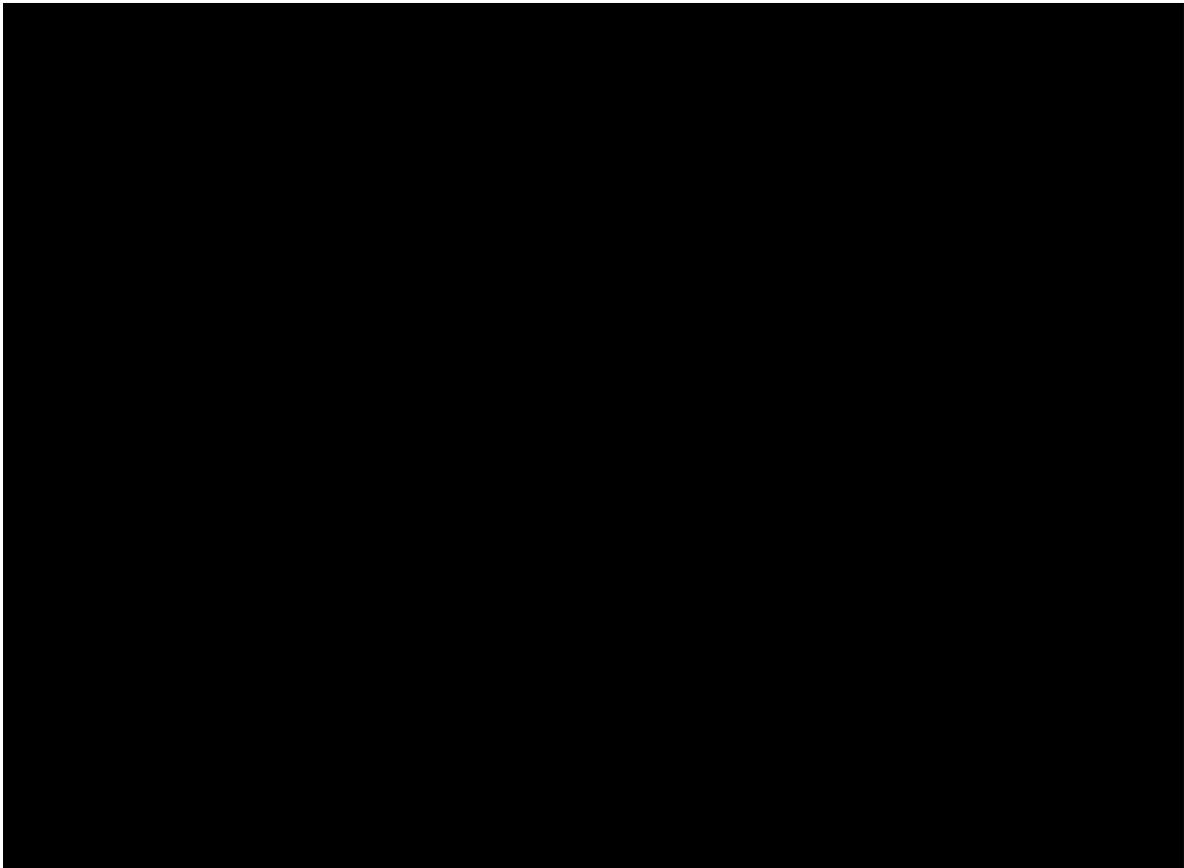
Modellen

Her giver vi en overordnet indsigt i heltorejsen. Grundlæggende taler Campbell ind i en simpel cyklisk model, der består af, at helten gennemgår separation (z), initiation (y) og tilbagevenden (x) (figur 5) (Campbell, 2020, s. 43).



Figur 5. Tre grundlæggende trin i myter (Campbell, 2020, s. 43).

Campbell udvider modellen ud fra de myter, han studerer, til 17 trin (figur 6). Fortællingen starter med, at helten modtager et kald, som han eller hun oplever modstand på at følge. På et tidspunkt siger helten alligevel ja til kaldet og får hjælp udefra til at komme videre på sin færd. Herefter kommer stagnation i hvalens mave, mødet med det feminine, der forsøger at aflede samt mødet med det maskuline, hvor heltens store frygt kommer i spil. Sidenhen oplever helten, hvordan denne færd giver mening, hvorefter han eller hun skal begynde at vende tilbage. Her oplever helten igen modstand, oplever hjælp udefra og vender tilbage som først mester af to verdener, hvor det gamle og det nye integreres, og til sidst det, Campbell kalder frihed til at leve, hvor helten kan dele sin visdom og erfaringer med andre. (Campbell, 2020, s. 62-230)



Figur 6. Heltarejsen samlet set (Campbell, 2020, s. 231).

Heltarejsen er som nævnt anvendelig i det at skabe fortællinger, da teorien er, at strukturen er genkendelig, eftersom den er gennemgående i mange kulturer. Af denne årsag inddrager vi heltarejsen i vores anbefalinger til Miljøpunkt, når vi skal bidrage til, hvordan de kan formidle om genbrug gennem fortællinger.

Analyse af narrativer

I dette afsnit præsenterer vi en ramme for analyse af struktur i narrativer, der fokuserer på mundtlige fortællinger om personlige erfaringer, som er udarbejdet af Labov og Waletzky (1997). Rammen er anvendelig i analysen af informanternes mundtlige fortællinger i fokusgruppeinterview.

Labov og Waletzky argumenterer for, at det ikke er muligt at komme videre i analyse og forståelse af komplekse narrativer, før de mest enkle og mest fundamentale narrative strukturer er analyseret i direkte forbindelse med deres oprindelige funktion (Labov & Waletzky, 1997, s. 3). Der er tale om en lingvistisk analyse, der giver mulighed for at

analysere narrativerne på sætningsniveau og på indholds niveau (Labov & Waletzky, 1997, s. 4).

Labov og Waletzky beskriver indledningsvist narrativer på følgende måde: "We have defined narrative informally as one method of recapitulating past experience by matching a verbal sequence of clauses to the sequence of events that actually occurred" (Labov & Waletzky, 1997, s. 12). I deres opfattelse af narrativer lægger de vægt på, at gengivelsen af det oplevede følger den rækkefølge, det oplevede skete i – det, de kalder det tidsmæssige forløb (the temporal sequence) (Labov & Waletzky, 1997, s. 4). Det er dette, der adskiller narrativer fra andre gengivelser af hændelser (Labov & Waletzky, 1997, s. 13). Dette lægger sig op af Aristoteles' mimesis-begreb, som også lægger vægt på både gengivelsen, samt fortællingens struktur via begyndelse, midte og slutning.

Narrativernes overordnede struktur

Ifølge Labov og Waletzky kan man se en overordnet struktur i narrativer. Den består af 5 elementer, og disse elementer er ikke nødvendigvis til stede i alle narrativer (Labov & Waletzky, 1997, s. 27), ligesom det kan være svært at identificere, hvornår et narrativ slutter, eller hvornår løsningen begynder uden videre funktionel analyse (Labov & Waletzky, 1997, s. 28).

I det følgende findes en oversigt over de 5 elementer, som Labov og Waletzky har identificeret:

Orientering (orientation)	De frie sætninger orienterer lytteren om personer, sted, tid og den adfærdsmæssige situation. Dette kaldes også den referentielle funktion (Labov & Waletzky, 1997, s. 27). Gruppen af frie sætninger, der kommer før den første narrative sætning kalder de den orienterende sektion (orientation section) (Labov & Waletzky, 1997, s. 27).
---------------------------	--

Komplikation (complication)	En serie af begivenheder, som kaldes komplikation eller complicating action. Disse kan fremkomme af flere omgange i et narrativ. Komplikation er noget, der udfordrer eller besværliggør en situation i et narrativ (Labov & Waletzky, 1997, s. 30).
Evaluering (evaluation)	Ifølge Labov og Waletzky er et narrativ ikke fuldt med en orientering, en komplikation og et resultat (Labov & Waletzky, 1997, s. 28). Hvis der ikke er en evaluering fremstår det forvirrende for lytteren (Labov & Waletzky, 1997, s. 29). Evalueringen er den del af narrativet, som viser fortællerens holdning til fortællingen (Labov & Waletzky, 1997, s. 32).
Løsning (resolution)	Den del af den narrative sekvens, der kommer efter evalueringen (Labov & Waletzky, 1997, s. 35). Typisk afsluttes komplikationen af løsningen, der viser resultatet af fortællingen (Labov & Waletzky, 1997, s. 28).
Coda	Dette er et funktionelt element, der bringer det verbale perspektiv tilbage til nuet (Labov & Waletzky, 1997, s. 35).

Vi anvender de 5 elementer for struktur under *Temaanalyse*, hvor de bidrager til at finde den mening, der ligger i borgernes fortællinger. Sidstnævnte definerer vi yderligere i afsnittet *Meningsskabelse* herunder.

Definitioner i narrativ forskning

Narrativ forskning bevæger sig over forskellige traditioner og retninger, og inden for disse områder kan der nævnes forskellige grene som for eksempel sociologi, antropologi, psykologi og kommunikation (Bamberg, 2007, s. 1). I dette afsnit præsenterer og diskuterer vi nogle af de centrale begreber indenfor narrativ forskning, som de udvalgte forskere beskæftiger sig med. Dette skal ikke ses som en udtømmende liste over væsentlige bidrag til

narrativ forskning, men har til formål at skabe overblik, definere de centrale begreber, som specialet anvender og skabe den teoretiske ramme for specialet.

Tidslighed

Et væsentligt aspekt i at definere narrativer findes i tidslighed. Som vi beskrev i afsnittet *Det historiske fundament* baseres Aristoteles' forståelse af narrativer på tidslighed. Dette ser vi også hos Labov og Waletzky, der definerer narrativer som: "Any sequence of clauses that contains at least one temporal juncture is a narrative." (Labov & Waletzky, 1997, s. 21), hvor temporal juncture defineres som: "Two clauses that are temporally ordered with respect to each other are said to be separated by temporal juncture." (Labov & Waletzky, 1997, s. 20). På den måde er det afgørende for, at der er tale om et narrativ, at det indeholder minimum to sætninger, som er tidsligt forbundet med hinanden.

Paul Ricoeur (1980) bygger også videre på Aristoteles' tanker om tidslighed. Ricoeur argumenterer for, at der er en tæt forbindelse mellem tidslighed og narrativitet (Ricoeur, 1980, s. 169). Han beskriver forholdet mellem de to begreber således:

"Indeed, I take temporality to be that structure of existence that reaches language in narrativity and narrativity to be the language structure that has temporality as its ultimate referent. Their relationship is therefore reciprocated" (Ricoeur, 1980, s. 169).

Dette understreger det centrale ved det tidsmæssige aspekt i narrativer. I Ricoeurs forklaring af, hvad en fortælling består af, indgår også plottet som et begreb til at binde tid og narrativitet sammen: "A story is made out of events to the extent that plot makes events into a story" (Ricoeur, 1980, s. 169). Plottet findes, ifølge ham, på krydspunktet mellem narrativitet og tidslighed (Ricoeur, 1980, s. 169). Det vil sige, at tidslighed er en væsentlig faktor at kigge efter i vores analyse, og kan i dette speciale være med til at kategorisere et udsagn som en fortælling.

Ricoeur uddyber sit syn på narrativ tid ved blandt andet at pege på to dimensioner i narrativ tid: den episodiske (episodic) dimension og den konfigurative (configurational) dimension (Ricoeur, 1980, s. 179). Den episodiske dimension betegner det, som danner grundlaget for,

at narrativer læner sig op ad den lineære repræsentation af tid. Det vil sige, at strukturen i narrativitet lægger op til at fortælle om én episode eller sekvens efter den anden. Det betyder også, at episoderne følger kronologisk efter hinanden på den måde, som vi mennesker forstår kronologi og tid på (Ricoeur, 1980, s. 179). Den konfigurative dimension betegner det som "(...) makes the succession of events into significant wholes (...)" (Ricoeur, 1980, s. 179) og skaber dermed helheden mellem de forskellige elementer.

Tidslighed er dermed et centralt begreb i forhold til narrativer. Derfor benytter vi tidslighed til at identificere og finde fortællingerne i informanternes udtalelser i fokusgruppeinterviewene.

Meningsskabelse

I det følgende inddrages forskellig teori, der alle tillægger meningsskabelse som fortællingens betydning. Thomsen et al. definerer en fortælling således:

"En fortælling er karakteriseret ved et meningsskabende plot, hvor plottet udgør den meningsskabende røde tråd. Plottet eller fortællingens storyline er fortællingens røde tråd og sammenhængsskabende mening og er dynamo for den fremadskridende handling. Via plottet etableres mening retrospektivt i fortællinger forstået som en sammenhængende forklarende logik af oplevede hændelser og begivenheder, hvorved fortid, nutid og fremtid kobles til en meningsskabende helhed." (Thomsen et al., 2016, s. 14).

Her er der fokus på, at fortællinger bidrager til meningsskabelse. Dette fremhæves også af andre forskere. Blandt andet af Ochs og Capps (1996). Ochs og Capps definerer narrativer som "(...) verbalized, visualized, and/or embodied framings of a sequence of actual or possible life events" (Ochs & Capps, 1996, s. 19). De beskriver, at "(...) narratives transform life's journeys into sequences of events and evoke shifting and enduring perspectives on experience." (Ochs & Capps, 1996, s. 20). Her ser vi en kobling til Aristoteles' begreb mimesis, hvor narrativer også ses som gengivelser. Narrativer kommer både af oplevelser samtidig med, at de er med til at forme oplevelserne (Ochs & Capps, 1996, s. 20). Dette hænger sammen med den fænomenologiske betragtning, at fænomener bliver tillagt mening gennem erfaring (Ochs & Capps, 1996, s. 21). Ifølge Ochs og Capps ses narrativer

som versioner af virkeligheden, der skabes i interaktionen mellem fortællere og lyttere, og som situationelt forankrede (Ochs & Capps, 1996, s. 21-22). Det interaktionelle aspekt vender vi også tilbage til i afsnittet *Modtageren som medskaber af fortællingen*.

Når vi undersøger Indre By og Christianshavns borgeres fortællinger om bæredygtig adfærd, ser vi fortællingerne som versioner af virkeligheden. I specialet ser vi menings-skabelsen som et grundlæggende syn på narrativer. Dette rækker tilbage til Aristoteles, der med sit mimesis-begreb allerede før vor tid pegede på, at fortællinger er gengivelser af virkeligheden. Dette er med til at skabe rammen for en narrativ undersøgelse, hvor informanternes fortællinger undersøges med henblik på at finde den mening, deres narrativer indeholder, således at vi kan anvende disse i kommunikation om bæredygtighed.

Narrativer som en teksttype og metode

De Fina og Georgakopoulou (2011) beskriver to tilgange til at definere narrativer – enten som en teksttype (type of text) eller som metode (mode, epistemology and method) (De Fina & Georgakopoulou, 2011, s. 15). Når man definerer narrativer som en teksttype, ser man på narrativer således: “Very simply put, narrative is seen as having textual properties that apply across contexts, and the task for the analyst is both to uncover those and to shed light on what may be culture-specific.” (De Fina & Georgakopoulou, 2011, s. 16).

Den anden tilgang til at definere narrativer betegner De Fina og Georgakopoulou som en metode. Med det menes, at man betragter narrativer som en måde at tænke på, kommunikere og forstå virkeligheden (De Fina & Georgakopoulou, 2011, s. 32). Blandt andet er Bruner væsentlig i denne tilgang. Han argumenterer ifølge De Fina og Georgakopoulou for, at narrativ som metode ikke er baseret på at opsøge sandheden, men på et sandhedspræg (De Fina & Georgakopoulou, 2011, s. 28). Det vil sige, at værdien af denne tilgang ikke er at beskrive virkeligheden, men at skabe mening i menneskelig erfaring (De Fina & Georgakopoulou, 2011, s. 28).

Distinktionen mellem at definere narrativer som en teksttype og som metode er væsentlig at forholde os til i forbindelse med specialets undersøgelse, da det har indflydelse på, hvordan

vi kan analysere og forstå de fortællinger, der findes blandt borgerne i Indre By og Christianshavn. I dette speciale går vi til definitionen af narrativer som en metode. Når vi tilslutter os denne tilgang betyder det, at fortællingerne giver udtryk for en mening, som ikke har en definitiv sandhed, og at vi skal forholde os åbne overfor mulige betydninger og fortolkninger. Vi bruger fortællinger til at undersøge, hvordan borgerne opfatter og taler om bæredygtig adfærd og genbrug og ser disse fortællinger som den måde, de skaber mening om fænomenerne på.

Modtageren som medskaber af fortællingen

Nogle forskere inden for narrativ forskning fremhæver også det sociale aspekt i narrativer. Det fremhæves blandt andet af Kjærbeck (2005). Hun beskriver narrativer således: "de ikke er enkeltmandsværker, men derimod sociale konstruktioner, der opstår i kommunikation med andre og fortællingers form forhandles dermed mellem interaktionens deltagere" (Kjærbeck, 2005, s. 9). Dermed inddrages betydningen af modtageren i konstruktionen af narrativer. Hun beskriver historiefortælling som en kommunikativ handling (Kjærbeck, 2005, s. 11), som kan betragtes som "en interaktionel konstruktion, som både afsender og modtager bidrager til" (Kjærbeck, 2005, s. 12). Dette aspekt har betydning, når vi undersøger fortællingerne gennem fokusgrupper, hvor informanterne i deres interaktion med hinanden og os som moderator og observatør konstruerer fortællingerne.

Fortællinger på mikro- og metaplan

Inden for narrativ forskning skelnes der mellem fortællinger på mikro- og på metaplan. Dette betegnes og defineres på forskellige måder hos forskellige forskere, blandt andet betegnes det store og små fortællinger (Bamberg, 2004) eller meta- og mikronarrativer (Warming, 2019). I specialet betegner vi det metanarrativer og mikronarrativer.

Skellet mellem disse to typer af fortællinger kan ifølge Thomsen et al. blandt andet placeres hos Jean-Francois Lyotard. Han skelner mellem grand narratives, der betegner overordnede og gennemgående kulturelle fortællinger, og små fortællinger, der betegner små og partikulære fortællinger (Thomsen et al., 2016, s. 17).

Denne måde at opfatte skellet mellem de to tilgange til narrativer kan også ses hos Warming (2019), der definerer metanarrativer og mikronarrativer på følgende måde:

“Metanarrativer kan sidestilles med samfundsmæssige diskursive konstruktioner af et bestemt fænomen, mens mikronarrativer er konkrete kontekstualiserede fortællinger.” (Warming, 2019, s. 118).

I dette speciale fokuserer vi i højere grad på mikronarrativer, da vi er interesserede i afgrænsede områder af den enkeltes erfaringer – nemlig specifikt om fortællinger om bæredygtig adfærd og genbrug. Når de mikronarrativer opstår i hverdagsmøder og i interaktionen, er det netop relevant at benytte fokusgrupper og observation som metoder til at undersøge disse fortællinger. Derudover finder vi det relevant at relatere, hvordan mikronarrativerne relaterer sig til et overordnet metanarrativ, da samspillet mellem de to giver mulighed for en dybere forståelse af borgernes fortællinger.

Definition af et narrativ og vores position i feltet

Med afsæt i denne teoretiske gennemgang defineres et narrativ i dette speciale som: Et handlingsforløb, der indeholder tidsligt perspektiv, og som fungerer som gengivelse.

Derudover følger vi De Fina og Georgakopoulous forståelse af narrativer som en metode, hvor vi opfatter narrativer som en måde at tænke på, kommunikere og forstå virkeligheden på. Når vi bruger narrativer i dette speciale, ser vi på den meningsskabelse, som fortællingerne giver udtryk for, og dermed hvordan informanterne opfatter genbrug og bæredygtighed. Vi inddrager både mikro- og metanarrativer, og ser modtageren som medskaber af fortællingen, som på den måde er situationelt forankret.

I specialet bruger vi betegnelserne narrativer og fortællinger synonymt, hvor storytelling dækker over handlingen at fortælle.

Narrative studier om bæredygtighed

I dette afsnit præsenterer vi en række studier, der undersøger narrativer i sammenhæng med miljø og klima. Kapitlet er med til at vise, hvorfor og hvordan fortællinger er virkningsfulde i formidling om bæredygtighed.

Fortællinger som middel til at formidle viden

Bayer og Hettinger (2019) italesætter lig Aristoteles' begreb mimesis (der som før nævnt betyder gengivelse), at det ligger naturligt for mennesket at fortælle historier: de påpeger, at vi først har gjort det oralt, siden også via skriftsprog, og at det måske endda ligger indlejret i menneskets DNA (Bayer og Hettinger, 2019, s. 1). De argumenterer for, at videnskaben er en essentiel del af menneskets positive udvikling, og gør opmærksom på en udfordring mellem forskere og samfund, fordi de ofte er afkoblet fra hinanden (Bayer og Hettinger, 2019, s. 1). Bayer og Hettinger foreslår i artiklen, at forskere samarbejder med lokalsamfundet ved at lytte til borgeres fortællinger:

“Local communities can provide important and meaningful long-term insight to drive ecological research on effective paths for the benefit of both the community and the ecosystem.” (Bayer og Hettinger, 2019, s. 2).

De foreslår ligeledes, at forskere deler noget fra deres egne liv og oplevelser, fordi de dermed bliver relaterbare (Bayer og Hettinger, 2019, s. 3-4), og de opstiller 5 krav for effektive fortællinger. At der er:

- 1) Et tydeligt formål med, hvorfor en fortælling fortælles til dette publikum på dette tidspunkt.
- 2) En personlig eller følelsesmæssig forbindelse til fortællingen.
- 3) Et detaljeret karakter- og billedegalleri (à la Campbells heltetjse og Greimas' aktanter og aktører). Her anvendes også visuelle beskrivelser, der vækker de 5 sanser.
- 4) Et klimaks, herunder relaterbar konflikt, sårbarhed eller præstation.

- 5) En klar begyndelse, klimaks/konflikt, slutning og overgang tilbage til hovedtemaet (dette ligner Aristoteles grundstruktur med begyndelse, midte og afslutning som nævnt tidligere).

(Bayer og Hettinger, 2019, s. 5).

I dette ser vi argumentet for, hvorfor Miljøpunkt kan drage fordel af at anvende fortællinger i deres formidling, nemlig at det kan skabe en forbindelse mellem afsender og modtager frem den afkobling, som Bayer og Hettinger taler om.

Moezzi et al. peger som hos Aristoteles på definitionen af en fortælling som det, der har en begyndelse, midte og afslutning. De definerer også, hvordan en protagonist møder en antagonist, og at der følger en transformation (Moezzi et al., 2014, s. 2), hvilket lægger sig op af Greimas' persongalleri (1974) med blandt andet subjekt og modstander, mens det transformationelle ligner Campbells heltrejse (2020).

Moezzi et al. (2014) foreslår, at storytelling integreres som en anderledes disciplin indenfor forskning, da det letter ikke-eksperterers forståelse af det, der kommunikeres:

“We see stories and storytelling as a potentially important device in helping people from different disciplines and different domains better understand the world and each other in working on applied environmental problems, including by using the storyworld to walk outside normal constraints.” (Moezzi et al., 2014, s. 2).

Artiklen konkluderer, at for at kunne anvende fordelene af brugen af storytelling, bør forskere trænes i at kommunikere via fortællinger, og at der er et behov for forskellige måder at anvende meget af det, fortællinger bidrager med i forhold til klimaforskning (Moezzi et al., 2014, s. 7).

Gennem Bayer og Hettinger samt Moezzi et al. ser vi bidrag til nyttige argumenter for anvendelsen af narrativer samt bud på, hvordan dette kan gribes an. Disse vender vi tilbage til i kapitlerne *Diskussion* og *Anbefalinger til Miljøpunkt*. Når vi anvender disse artikler til at argumentere for formidling af forskning gennem narrativer betyder det ikke, at vi ser

Miljøpunkt som forskere. Vi ser dem snarere som et videnscenter med adgang til en betydelig mængde data omkring miljø, klima og genbrug, og denne viden kan være en del af den formidling, de skal have kommunikeret som nævnt i kapitlet *Problemfelt*.

Anvendelse af borgeres fortællinger i formidling

Carragher et al. (2018) undersøger, hvordan fortællinger kan bruges til at påvirke borgeres adfærd i en mere klimavenlig retning. Gennem et 4-årigt studie arbejder de med at forandre klimaaftrykket i en lokal kontekst i Irland, hvor deres arbejde er med til at påvirke en reduktion på 28% af dette områdes økologiske fodaftryk (Carragher et al., 2018, s. 518). De indsamler fortællinger via arrangementer, fokusgrupper og workshops, som sendes ud via lokale nyhedsbreve, lokal mediedækning, arrangementer, skolebaserede kanaler, tv, video, møder, workshops og fokusgrupper for at sætte fokus på emnet (Carragher et al., 2018, s. 524). Det er projektets ønske at præsentere et alternativ til de informationskampagner, der ifølge dem, har en tendens til i høj grad at benytte tekniske budskaber og ofte mangler effektiv kommunikation om potentielle fordele (Carragher et al., 2018, s. 520).

Her konkluderer de således, at der er stærk evidens for, at storytelling kan bidrage til at forme klimavenlig adfærd (Carragher et al., 2018, s. 533). Deres primære fokus er at skabe narrativer i det pågældende lokalsamfund, som kan skabe bæredygtig omstilling. De fortællinger og casestudier, projektet tilvejebringer, kan være med til at forme den lokale adfærd og praksis gennem løsningsorienterede idéer og budskaber om bæredygtig omstilling (Carragher et al., 2018, s. 532).

Dette speciale lægger sig op af en tilgang, der ligner dette studies, da vi undersøger, hvordan borgeres fortællinger kan bidrage til Miljøpunkts kommunikation omkring bæredygtighed. Carragher et al. viser, hvordan denne tilgang kan påvirke menneskers adfærd indenfor bæredygtighed betydeligt, og det er relevant at se på, hvordan det kan anvendes i dette speciales lokale kontekst i Indre By og på Christianshavn.

Indsamlingen af fortællinger ser vi også i en case med TDC, hvor de undersøgte medarbejdernes fortællinger i forbindelse med en relancering af deres værdier og visioner

(Almegaard, 2005, s. 103). Her indsamlede de medarbejdernes fortællinger og anvendte dem i intern og ekstern kommunikation. Processen med at have dialog omkring visionsmodellen gjorde, at det abstrakte blev gjort konkret og at visionsmodellen blev tilført liv og troværdighed (Almegaard, 2005, s. 111). De skriver om resultatet, at:

“Målingen af medarbejdernes kendskab og holdning til visionsmodellen før og efter kommunikationskampagnen indikerer, at aktiviteterne har øget kendskabet og medført, at visionsmodellen har fået større betydning for medarbejderne.” (Almegaard, 2005, s. 111-112).

I specialet anvender vi ligeledes retningen nedefra og op, når vi arbejder med, hvordan borgere fra lokalsamfundets fortællinger omkring genbrug og bæredygtighed kan bidrage til udviklingen af Miljøpunkts strategiske kommunikation.

Vi ser her flere argumenter for anvendelsen af storytelling til at formidle forskning, og hvordan storytelling ligeledes kan anvendes ved at indsamle borgeres fortællinger. Vi spørger i det næste, hvordan det kan være, at narrativer er så stærkt et virkemiddel, når mennesker formidler? Dette ser vi på gennem tre artikler.

Fortællinger påvirker vores emotioner

Som vi nævnte i problemfeltet konkluderer Morris et al. (2019), at selvom mennesket kender til klimakrisen og mener, at det er vigtigt at gøre noget ved den, så er menneskets adfærd ikke altid forenelig med disse overbevisninger (Morris et al., 2019, s. 19-20). Artiklen undersøger, hvordan fortællinger om miljø påvirker mennesker og konkluderer, at fortællinger, som kan skabe emotioner omkring miljøet, påvirker adfærden hos mennesker langt mere end fakta om klimakrisen gør det (Morris et al., 2019, s. 19, 31-32).

“We suggest that this is because they [fortællinger] more effectively trigger autonomic reactivity and emotional arousal. The results of this research also propose a key role for end valence as a moderator of the relationship between physiology and action.” (Morris et al., 2019, s. 31).

Storytelling har ifølge artiklen den egenskab, at den kan påvirke menneskets følelser, hvilket i højere grad motiverer handling, hvor faktuelle fortællinger ikke medfører motivation i samme grad. Undersøgelsen viser, at negative budskaber skaber større respons, fordi mennesket allokerer flere ressourcer til negative budskaber som et led i vores overlevelsesmekanisme, og dette kan motivere os til at lægge handleplaner (Morris et al., 2019, s. 31-32). De påpeger dog også, at overvældelse kan medføre handlingslammelse, og de foreslår en yderligere undersøgelse af dette for bedre at kunne fastlægge, hvor meget negativitet man kan tilføre en fortælling uden at miste motivationen (Morris et al., 2019, s. 32).

Wong-Parodi og Feygina (2021) undersøger, hvordan mennesker i USA (særligt republikanere og konservative), der helt eller delvist afviser, at mennesket er skyld i og kan standse klimaforandringerne, påvirkes af fortællinger om klima (Wong-Parodi & Feygina, 2021, s. 572). De så i deres undersøgelse, i tråd med Morris et al., at klimanarrativer vakte en følelsesmæssig respons hos modtagerne, og at denne respons var med til at påvirke personens holdning til klimaforandringer (Wong-Parodi & Feygina, 2021, s. 571, 584). Årsagen hertil er, at følelser betyder noget for, hvordan vi modtager og husker information:

“Extensive evidence demonstrates that emotions play a central role in how people acquire, process, and remember information (Bless et al., 1996; Bower, 1981; Clore et al., 1994; Forgas et al., 2001; Forgas & Ciarrochi, 2001; Kuvaas & Kaufmann, 2004).” (Wong-Parodi & Feygina, 2021, s. 573).

Wong-Parodi og Feyginas resultater viser, til forskel fra Morris et al., at både positive og negative følelser har en effekt på modtagernes holdninger til klima, og at faktuelle narrativer var lige så virksomme som de, der var designet til at skabe følelsesmæssig respons (Wong-Parodi & Feygina, 2021, s. 571, 583).

Jones og Song (2014) taler også ind i, at fortællinger hjælper mennesker med at forstå og huske budskaber (Jones og Song, 2014, s. 447-448), og de finder også, at det er den følelsesmæssige påvirkning, der er i spil. Deres undersøgelse viser, at for at en fortælling skal have reel effekt, skal den passe ind i modtagerens nuværende, kulturelle kontekst (Jones og

Song, 2014, s. 467). Dette afviger fra de to andre undersøgelser, der i højere grad fokuserer på effekten af henholdsvis negative og positive fortællinger, hvor Jones og Song argumenterer for en fortællings tilpasning til modtagerens kulturelle kontekst.

Vi har nu set argumenter for, hvorfor narrativer med fordel kan anvendes i formidling af viden, hvordan målgruppens fortællinger kan bidrage positivt til denne formidling, samt hvorfor det er virkningsfuldt at anvende narrativer. I det næste præsenterer vi en artikel, der argumenterer for, at det er mest virkningsfuldt at anvende en type fortælling, der centrerer sig om, at mennesket selv har handlemuligheder. Denne artikel lægger sammen med de ovenstående op til en diskussion om, hvilken type fortælling vi kan anbefale Miljøpunkt at bruge i formidlingen til borgerne.

Hvilken type fortælling er mest virkningsfuld?

De Meyer et al. peger på, at 98% af fortællinger om klima er negative fortællinger, og det implicitte budskab heri er, at viden om klimaforandringer og frygt herfor er en nødvendig del af at få mennesker til at handle (2020, s. 1). De argumenterer i artiklen for, at fortællinger bør centrere sig om mennesker, der handler aktivt, og at den handlingsbaserede fortælling fremfor den problemfyldte fortælling skaber mere handling (De Meyer et al., 2020, s. 10). Fortællinger om klima bør ifølge De Meyer et al. derfor fokusere på, hvordan mennesker selv kan opdage, hvordan de kan handle anderledes i forhold til klima, fremfor at fortælle dem, hvad de skal gøre (De Meyer et al., 2020, s. 11).

I dette ser vi eksempler på undersøgelser, der har forskellige bud på, hvilken type fortælling, der virker bedre end andre. Skal man anvende narrativer baseret på negative emotioner som frygt eller på positive emotioner, skal man fokusere på fakta eller handlingsbaserede fortællinger? I vores studie har vi dette for øje, når vi indsamler og analyserer borgeres fortællinger samt i de anbefalinger, vi slutteligt giver Miljøpunkt.

Samskabelse og involvering af borgere

Som vi også præsenterede under *Problemfelt* peger Fischer et al. (2012) på, at borgerne og civilsamfundet er en vigtig del af at skabe forandring i forhold til bæredygtighed og

forbrugsvaner. Involvering af borgerne er også et fokuspunkt for Miljøpunkt, og det er også en tilgang, vi fokuserer på i dette speciale. Derfor præsenterer vi i det følgende definitioner af samskabelse og argumenterer for, hvordan involvering af borgere bidrager til lokale processer og forandring.

Definition af samskabelse

Samskabelse bliver ikke defineret entydigt i forskningen og begrebet bruges på dansk ofte til at betegne det, som de to engelske begreber co-production og co-creation, dækker over (Agger & Tortzen, 2015, s. 8). Ifølge Agger og Tortzen er samskabelse som begreb overordnet set: "(...) at offentlige medarbejdere udvikler og producerer velfærd sammen med fremfor for borgerne" (Agger & Tortzen, 2015, s. 8). Definitionen hos Nabatchi et al. (2017) bruger også begrebet samskabelse overordnet og ser det som et paraplybegreb. Derudover indgår det i definitionen her, at samskabelsen kan ske i forskellige faser i produktionen af offentlige ydelser og services. Her defineres samskabelse på følgende måde:

"Specifically, we define coproduction as an umbrella concept that captures a wide variety of activities that can occur in any phase of the public service cycle and in which state actors and lay actors work together to produce benefits." (Nabatchi et al., 2017, s. 769).

Når der er tale om, at de forskellige aktører samarbejder, vil det dermed også kræve en aktiv deltagelse fra begge parter. I dette speciale følger vi definitionen i Nabatchi et al. (2017), da vi ser bredt de involverede aktører. Når vi arbejder med samskabelse i specialet, er det med involvering af borgerne og civile organisationer i form af Miljøpunkt.

Forskellige niveauer i involvering af borgere

I litteraturen er der en inddeling af samskabelse efter niveauer, hvor flere forfattere tager udgangspunkt i eller videreudvikler på Deltagelsesstigen (the ladder of participation) (Agger & Hoffmann, 2008; Bovaird & Löffler, 2012). Stigen kan bruges til at se på graden af inddragelse af borgerne, hvor der eksempelvis kan ses på, om der er tale om at informere borgerne om forandringer, input fra borgerne i forskellige dele af processen, eller om borgerne får direkte magt (Bovaird, 2007, s. 847; Agger & Hoffmann, 2008, s. 22). Dog mener Bovaird, at stigen simplificerer forholdet mellem bruger og udbyder (Bovaird, 2007, s.

847), fordi brugeren i nogle tilfælde optræder både som bruger og igen som en del af udbuddet. Han pointerer:

”However, service professionals often play solely an "enabling" role, so that the client actually performs the service task (e.g., a student finds appropriate material and writes an essay on a topic). In this situation, the client becomes a coproducer of the service.” (Bovaird, 2007, s. 847).

Et lignende komplekst forhold kan man også sige er til stede i dette speciale, da Miljøpunkt ikke kan defineres som en offentlig organisation, da det er en privatejet fond, men alligevel skaber forbindelsen mellem borgere og kommune i form af inddragelse af lokale borgere.

Fordele og ulemper ved involvering af borgere

Der findes forskellige undersøgelser af, hvordan samskabelse kan bidrage til en proces og hvilke fordele og ulemper denne tilgang har.

Bovaird og Löffler (2012) peger på, at samskabelse har sin styrke i at skabe værdi for brugeren, og at det også kan skabe værdi socialt, miljømæssigt og værdi for bredere befolkningsgrupper (Bovaird & Löffler, 2012, s. 1136). Derudover pointeres det, at samskabelse især er værdifuldt, hvor der er behov for at skabe adfærdsændringer for at forebygge et fremtidigt problem (Bovaird & Löffler, 2012, s. 1136). Nogle andre fordele ved involvering af borgere er, ifølge en gennemgang i Nabatchi et al. (2017), at det skaber værdi ved at øge effektivitet og innovation. Samtidig kan det skabe værdi ved at øge tilfredshed, behovsopfyldelse og empowerment hos borgerne. Derudover peger Nabatchi et al. også på, at samskabelse skaber værdi for samfundet som helhed i forhold til demokratisk styring, social kapital og legitimitet (accountability) (Nabatchi et al., 2017, s. 767).

Pedersen et al. (2022) undersøger merværdien af involvering af borgere. Merværdien deles op i tre temaer, henholdsvis det individuelle niveau, serviceniveauet og det politiske niveau. De konkluderer blandt andet, at der på det individuelle niveau ses, at de involverede borgere havde en højere grad af tilfredshed med serviceydelserne, og at disse følte sig empowered og mindre isolerede (Pedersen et al., 2022, s. 3259). På serviceniveauet fik serviceudbyderne

blandt andet en bedre forståelse for borgernes behov (Pedersen et al., 2022, s. 3260). På det politiske niveau blev der skabt merværdi ved at borgerinvolveringen havde indflydelse på prioritering af services og gav en bedre forståelse af offentlighedens prioriteringer. Dialogen mellem de forskellige aktører ledte til anbefalinger, som virkede til at have indflydelse på politikerne (Pedersen et al., 2022, s. 3262).

Pedersen et al. (2022) peger også på nogle negative konsekvenser af at involvere borgerne. Blandt de negative konsekvenser så de, at der var en ulighed i, hvilke borgergrupper der deltog, hvilket medførte at for eksempel udsatte borgere ikke bliver hørt. Samtidig havde de interne magtforhold mellem de deltagende borgere indflydelse på, hvem der udtalte sig og borgerne var usikre på, om deres input reelt ville blive hørt (Pedersen et al., 2022, s. 3262-3263).

Bovaird og Löffler (2012) konkluderer, at der er en række barrierer i forhold til samskabelse. Borgerne er villige til at involvere sig, men kun hvis de har en følelse af at få nok indflydelse. Dermed er der et ønske fra borgerne om et højt niveau af involvering. Borgerne er kun villige til samskabelse inden for et relativt begrænset område, som er vigtige for dem (Bovaird & Löffler, 2012, s. 1136). De Weger et al. (2022) konkluderer også, at borgerne gerne vil engagere sig. Artiklen beskriver dog en barriere i, at der kan være forskel på de områder, borgerne ønsker at engagere sig i (De Weger et al., 2022, s. 1).

Vi bruger teorien om samskabelse og involvering af borgere til at belyse potentialet ved at inddrage borgerne, når vi senere i specialet diskuterer fortællingernes potentiale til at optimere Miljøpunkts kommunikation.

Vi har nu præsenteret en teoretisk gennemgang, hvor vi har haft fokus på det historiske fundament, definitioner i narrativ forskning, forskning om narrativer og bæredygtighed, klima og miljø. Derudover har vi beskrevet samskabelse og involvering af borgere. Herefter vender vi os mod de metodiske tilgange, som vores undersøgelse baserer sig på.

Metodologi

Vi anvender forskellige metoder for at finde frem til, hvordan borgeres fortællinger kan bidrage til udvikling af Miljøpunkts strategiske kommunikation. I dette kapitel præsenterer vi disse metoder, herunder:

- *Kvalitativt semistruktureret interview* med Miljøpunkt
- *Observationsstudie* ved et byttemarked på Christianshavn afholdt af Miljøpunkt
- *To fokusgruppeinterviews* med borgere fra lokalområdet, der interesserer sig for genbrug. Her anvender vi *narrativ interviewmetode*

Studiet bærer nogle af de samme træk, som casestudier gør. Dette ser vi gennem Bent Flyvbjerg, hvor han peger på Merriam-Websters definition: "*Casestudie*. En intensiv analyse af en individuel enhed (såsom en person eller en befolkningsgruppe) med fremhævelse af udviklingsfaktorer i relation til omgivelserne." (Flyvbjerg, 2020, s. 621). Ved at se på specialets afgrænsede felt omkring borgere i Indre By og Christianshavn i relation til forbrug og genbrug som et casestudie kan vi finde sammenhænge mellem teori og praksis. Dette sker gennem dybdegående at arbejde med teoretiske begreber i relation til omverdenen (Flyvbjerg, 2020, s. 622).

I specialet anvender vi kvalitative metoder. Årsagen til, at vi vælger at tage udgangspunkt i kvalitative fremfor kvantitative metoder skyldes, at vi har en narrativ tilgang, som bedst undersøges ved, at der er mulighed for at arbejde dybdegående med de fremkomne fortællinger. Observationsstudiet forbereder os på dette speciales primære undersøgelse, hvilket kommer i analysen af borgerne fra de to fokusgruppeinterviews fortællinger. Observationsstudiet og de to fokusgrupper har til formål at tilvejebringe fortællinger fra lokale borgere, som kan bidrage til de kommunikationsanbefalinger, vi slutteligt giver Miljøpunkt. For at kunne dette har vi brug for et indblik i Miljøpunkts profil og nuværende kommunikationsmuligheder og -udfordringer. Disse indsigter er præsenteret i kapitlet *Organisationsbeskrivelse*. Denne beskrivelse er blandt andet baseret på et kvalitativt semistruktureret interview med Miljøpunkt, hvis metodologi præsenteres i det følgende.

Interview med Miljøpunkt

I specialets opstart afholder vi indledningsvist et kvalitativt semistruktureret interview med Miljøpunkt for at indsamle viden om organisationen, dens kommunikationspraksisser og udfordringer heri.

Brinkmann og Tanggaard definerer det kvalitative interview som en aktiv interaktion mellem to eller flere personer og skal lede os hen imod at finde socialt forhandlede og kontekstbetingede svar (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 34). Vores kvalitative interview med lederen og en medarbejder fra Miljøpunkt er baseret på elementer fra det faktuelle interview (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 206), da vi er interesserede i at få information om organisationen og deres arbejde med genbrug, bæredygtighed og kommunikation. Dog er det vigtigt i denne sammenhæng at forstå, at der kan være vanskeligheder forbundet ved at interviewe for at opnå faktisk information (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 206). Dette er vi opmærksomme på i interviewet med Miljøpunkt, når vi forstår deres beskrivelser af organisationen samt kommunikationsmål og -udfordringer ud fra deres eget perspektiv. I dette ligger der, at deres beskrivelser kan opleves faktuelle for dem selv, mens de vil kunne tolkes anderledes af andre.

Det semistrukturerede interview er en kombination af et løst og fast struktureret interview, hvor vi følger en interviewguide (bilag 3), men også har plads til uddybende spørgsmål undervejs i interviewet. Interviewet bliver optaget på lyd (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 42). Vi inddrager pointer fra interviewet løbende i specialet, men har ikke lavet en kodning og analyse, da vi er interesserede i fakta om organisationens struktur og mål for og udfordringer med deres formidling.

Interviewguide

I og med vi gør brug af det semistrukturerede interview er det vigtigt, at vores interviewguide kun er dét, en guide. På den måde er der plads til, at vi kan stille de spørgsmål, vi ved, at vi skal have svar på, samtidigt med at vi kan afvige fra guiden og improvisere nødvendige spørgsmål (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 44). Fra start vælger vi

at fastsætte et fokus, før selve interviewprocessen begynder (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 39).

I vores interviewguide tager vi udgangspunkt i Brinkmann og Tanggaards typer af interviewspørgsmål (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 48-50), som kan ses i bilag 4.

Observation af byttemarked

Efter interview med Miljøpunkt anvender vi observationsstudie ved et arrangement, Miljøpunkt afholder, så vi kan lære Miljøpunkt bedre at kende og få en intuitiv forståelse af datamaterialet, som Szulevics argumenterer for (Szulevics, 2020, s. 103). Vi observerer til et byttemarked, der afholdes d. 15. oktober på Christianshavn, og som er åbent for alle. Deltagerne medbringer tøj og ting, som de ikke længere skal bruge, til en fælles pulje, og tager de ting med hjem, som de ønsker. Lige når arrangementet er slut, laver vi feltnoter over interaktionen mellem Miljøpunkt og deltagere ved eventet, der giver en forståelse af Miljøpunkts arbejdsmetoder og de deltagende borgers interaktion med Miljøpunkt. Til arrangementet hverver vi folk til vores primære empiriindsamling i form af Fokusgrupper med borgere fra Indre By og Christianshavn, der er interesserede i at bytte og genbruge. Udover det giver det os mulighed for at åbne vores undersøgelse endnu mere op og få større indsigt end ellers. Samtidig dygtiggør vi os i at stille de rigtige spørgsmål til feltet, hvilket er en fordel i udformningen af moderatorguiden (bilag 5 og 6) til fokusgruppeinterviewene.

Observationsstudier kan have meget forskellige varigheder, og i vores speciale er ønsket at have et kortvarigt et over en dag, da hensigten er at få en intuitiv forståelse. Her afgrænser vi os ud fra nøje udvalgte emne fokus, hvilket ses som værende eksplorativt (Szulevics, 2020, s. 103).

Feltnoter

Vi tager feltnoter kort efter observationerne fremfor under observationsstudiet (bilag 7). Fordelen ved dette er, at det giver os større frihed til naturligt at deltage i de sociale praksisser uden at dem, vi observerer, føler sig overvågede (Szulevicz, 2020, s. 111). Ulempen ved dette er, at vi ikke kan få den samme detaljerighed med (Szulevicz, 2020, s.

111). For at få flest detaljer med, vælger vi at skrive feltnoterne lige efter observationerne. Vi starter med at notere de væsentlige begivenheder og interaktionssekvenser, hvor vi forsøger at notere samtalerne ordret. I noterne forsøger vi at beskrive begivenhederne og samtaler konkret og nuanceret uden stærkt følelsesladede ord, som det også anbefales (Szulewicz, 2020, s. 111). Det handler om ikke blot at beskrive samtalerne ord for ord, men at beskrive hele situationer.

Fokusgruppeinterviews med borgere fra Indre By og Christianshavn

Efter deltagerobservationen afholder vi to fokusgruppeinterviews med borgere fra Indre By og Christianshavn. Fokusgrupperne afholdes i Miljøpunkts lokaler og der er henholdsvis 4 og 5 informanter i hver gruppe. Vores formål er at undersøge, hvilke fortællinger deltagerne har omkring genbrug gennem gruppeinteraktioner. I det følgende præsenterer vi de metodiske refleksioner, vi gør undervejs i indsamling af denne empiri.

Da vi har et fokus på, hvordan fortællingerne forhandles i sociale kontekster, er det relevant at benytte fokusgrupper (Halkier, 2016, s. 29). Fokusgrupperne er en forskningsmetode, hvor data produceres gennem gruppeinteraktion, og den er velegnet til at se på betydningsdannelse i grupper (Halkier, 2016, s. 10). Særligt kan vi bruge metoden til at forstå folks handlinger ved at finde ud af, hvad de gør, hvor, hvornår og sammen med hvem. Derudover kan vi bruge metoden til at finde ud af, hvordan de oplever det samt hvordan de med oplevelsen forstår andre situationer (Halkier, 2016, s. 10). Med fokusgrupper kan vi få flere i tale på samme tid samt observere de forskelligheder, informanterne kan have ved enten at være enige eller uenige i vores undersøgelsesfelt. Vi interesserer os for at se på informanternes fortællinger, der skabes i fællesskab i deres behandling af enighed og eller uenighed (Halkier, 2016, s. 10). Den samskabelse, der opstår i fokusgrupper, ligger hertil indenfor den fænomenologiske tilgang, hvor der ud fra intersubjektivitetsbegrebet skabes mening gennem sociale interaktioner i hverdagen.

Informanter og rekruttering

Vi udfører i denne undersøgelse 2 fokusgrupper. Fokusgrupperne er i vores speciale den centrale metode til at indsamle data, hvorfor det er vigtigt, at vi har et tilstrækkeligt antal

grupper til at skabe et stort nok empirigrundlag for specialet (Halkier, 2016, s. 39). Samtidig ønsker vi at have mere end én fokusgruppe for på den måde at kunne sammenligne situationerne i de to grupper. Ifølge Bloor m.fl. er anbefalingen, at vi holder os på et minimum af fokusgrupper, da de har meget arbejde i sig. Samtidig nævner Barbour, at de ikke nødvendigvis giver et bedre resultat af at være mange (Halkier, 2016, s. 40). Derfor ønsker vi ikke at indsamle en for stor mængde empiri, og dermed ikke have mulighed for at analysere empirien dybdegående nok.

I planlægningen af fokusgruppeinterviews må vi gøre os nogle tanker om, hvor mange grupper og informanter, vi søger (Halkier, 2016, s. 37). Hertil sigter vi efter at have mindre grupper på 4-6 personer i hver fokusgruppe, da vi ønsker at have fokus på betydningsdannelsen i gruppen (Halkier, 2016, s. 38), hvor informanterne har mulighed for at udfolde deres fortællinger. I praksis ender fokusgrupperne på 4 og 5 informanter.

Når det kommer til udvælgelsen af informanter til fokusgruppen, skal udvælgelsen være baseret på en analytisk selektion, hvor vigtige karakteristika fra problemformuleringen er repræsenteret (Halkier, 2016, s. 29). Vi følger strategien om maksimum variation, da vi ønsker at få flest muligt relevante forskelle repræsenteret blandt deltagerne, som muligt (Halkier, 2016, s. 30). Et andet argument er også, at vi ønsker stor diversitet i fokusgrupperne ud fra et samskabelsesperspektiv, hvor teorien om borgerinvolvering peger på risikoen for ulighed i, hvilke borgergrupper der bliver hørt (Pedersen et al., 2022). Det gælder forskellighed i køn, alder, profession og forhold til bæredygtighed og genbrug. Vi vælger, at alle borgere skal bo i Indre By eller på Christianshavn. Sammensætningen skal bidrage til, at der kommer tilstrækkelig social udveksling (Halkier, 2016, s. 31). Den reelle sammensætning af fokusgrupperne har dog ikke stor variation. Sammensætningen af grupperne beskriver vi under *Beskrivelse af fokusgrupper* i kapitlet *Narrativ analyse*. Refleksioner omkring dette vil vi komme ind på i kapitlet *Metoderefleksioner*.

Et andet valg for os, når vi udvælger fokusgrupper, baserer sig på, hvorvidt deltagerne kender hinanden eller ej. Fordi vi finder en del af deltagerne gennem Miljøpunkts netværk og i forbindelse med vores deltagelse i byttemarkedet d. 15. oktober 2022, har vi en forventning om, at der kan være borgere der både kender og ikke kender hinanden, hvilket

skaber forskellige sociale interaktioner og dynamikker. Her kan flere være i et socialt netværk sammen, hvor de på sin vis har mulighed for at have noget socialt genkendeligt eller sammenligneligt fra deres hverdag (Halkier, 2006, s. 33). Vi vælger, at vores deltagere både må kende hinanden såvel som ikke, da vi ønsker forskellige fortællinger mellem deltagerne, der enten kender eller ikke kender hinanden i henhold til speciales formål og problemformulering.

En del af rekrutteringen af deltagere til fokusgrupperne sker som nævnt til byttemarkedet d. 15. oktober 2022 på Christianshavn. Til arrangementet kontakter vi potentielle deltagere i form af borgere. Ved at bruge en populær-intro forklarer vi kort, hvad specialet handler om med let forståeligt sprog (Halkier, 2016, s. 34). Det er vigtigt, da deltagerne på den måde kan tage stilling til, hvorvidt de ønsker at deltage.

Udover at rekruttere informanter via byttemarkedet benytter vi sociale medier og kontakt til vores egne og Miljøpunkts netværk. Dette har vi gjort via opslag, flyers og direkte beskeder til personer i vores netværk (bilag 8). Samlet set får vi kontakt til 9 informanter. Litteraturen anbefaler at rekruttere deltagere til fokusgruppen, som vi ikke kender for på den måde at undgå underforstået kommunikation eller stille spørgsmål baseret på relationen (Halkier, 2016, 36). Da én af informanterne er en bekendt af en fra specialegruppen, undlader vi at lade det specialegruppedlem, der har en bekendt blandt informanterne, deltage. De resterende informanter kommer via Miljøpunkts netværk, byttemarkedet og de sociale medier.

Interviewsituationen

Til selve interviewsituationen har vi forskellige metodiske overvejelser omkring fremgangsmåden. Disse præsenterer vi her.

Narrativ interviewmetode

I tilrettelæggelsen og gennemførelsen af vores fokusgrupper tager vi afsæt i det narrative interview som metodisk tilgang. Vi fokuserer på fortællinger, der er centrale i fastlæggelsen af den kollektive meningsskabelse samt de samfundsmæssige forståelser af vores

undersøgte fænomen genbrug (Warming, 2019, s. 117). Som interviewer er vi medkonstruktør af fortællingen i interaktionen mellem moderator og informanter. Kritikken af denne tilgang er, at vi som moderatorer i medkonstruktionen af fortællingerne kan tage fokus fra det undersøgte (Warming, 2019, s. 119).

Moderator- og observatørrollen

I gennemførelsen af vores fokusgrupper har vi en moderator og en observatør. Moderatorens rolle er at skabe et rum, hvor deltagernes erfaringer og fortolkninger kan forhandles i dialog med undersøgeren. Moderatoren skal facilitere samtalen mellem deltagerne og holde fokus på emnet uden at kontrollere den og skal være indstillet på primært at lytte (Halkier, 2016, s. 52-53). Dette betyder, at informanterne skal have tid til at tænke, og at der gerne må opstå pauser.

Spørgeteknik

Det er vigtigt, at vi i fokusgruppeinterviewene får borgernes fortællinger frem med indhold og fortælleform frem for at søge efter sagens kerne (Warming, 2019, s. 119-120). Borgerne skal have den plads, de har brug for for at udfolde deres fortællinger. Vi anvender derfor en åben moderatorguide, hvor vi primært kun afgør på forhånd, at vi gerne vil have narrativer om genbrug og forbrug af tøj, møbler og andre genstande. Her er der en række af spørgsmål, vi kan benytte os af for at fremme deltagerperspektivet. Disse består af grand tour-spørgsmål og det "mindst muligt guidende" spørgsmål:

Grand Tour-spørgsmål

I begyndelsen af fokusgruppeinterviewet kan vi benytte os af opfordringer til at fortælle ved at bruge grand tour-spørgsmål. Her spørger vi åbent om, om informanterne vil fortælle nærmere om deres forhold til genbrug og forbrug af tøj. Her skal vi have for øje, at et sådant spørgsmål peger interviewsituationen og fortællingen i en retning, og at det tager et ontologisk afsæt i det, vi er interesserede i (Warming, 2019, s. 120).

Det "mindst muligt guidende" spørgsmål

Udover at give tid til pauser til at tænke, kan informanternes fortællinger hjælpes på vej gennem uddybende, men "mindst muligt guidende" spørgsmål. Det kan eksempelvis være: "Kan du sige noget mere om det?" (Warming, 2019, s. 121). Vi skal dog være opmærksomme på, at dette kan påvirke fortællingen, fordi vores spørgsmål bestemmer, hvad der er centralt i fortællingen (Warming, 2019, s. 121). Alligevel er vi nødt til at forsøge at dirigere samtalen, hvis den for eksempel går for langt væk fra vores emne for at få deltagerne til at dele deres fortællinger om emnet eller for at fremme dynamikken.

Moderatorguide

I udformningen af vores moderatorguide (bilag 5 og 6) til fokusgruppeinterviewene følger vi tragtmodellen, hvor vi starter åbent og slutter mere struktureret (Halkier, 2016, s. 43). Med tragtmodellen kan vi holde os åbne overfor informanternes perspektiver, men samtidig have mulighed for at styre samtalen ud fra vores fokus. Ud fra læringer fra det første interview, forandrer vi interviewguiden til andet interview med henblik på at støtte bedre op om fortællinger.

Vores fokusgruppeinterview er delt op efter emner, hvor vi starter med åbent at spørge ind til deres forhold til genbrug og bæredygtighed. Da vi, som nævnt, vælger en forskerstyret tilgang til fotoelicitering, beslutter vi at lade denne øvelse komme efter den helt åbne snak. Dette gør vi for at undgå at påvirke deres indledende tanker om emnet med valget af billeder. Som tredje del ønsker vi at få deltagerne til at tale om deres fremtidsperspektiver og ønskescenarier i forhold til emnet. I fjerde og sidste del benytter vi igen fotoelicitering, hvor vi ønsker en mere konkret dialog om Miljøpunkts kommunikation. Dette gør vi ved at vise deltagerne opslag fra Miljøpunkts Facebook og Instagram for at få informanternes indtryk af kommunikationen.

Fotoelicitering

I fokusgruppeinterviewene anvender vi fotoelicitering, også kaldet visuelle data, igennem en forskerstyret tilgang, hvor vi præsenterer tematiske fotos for gruppen med hensigt om at hjælpe fortællingerne på vej (Faber & Nielsen, 2016, s. 167-170). Vi bruger blandt andet billeder af genbrug, genbrugsstationer, shoppingposer, natur og mennesker (bilag 9).

Formålet med billederne er at komme med opfordringer til metafordannelse og associationer til emnet. I den forbindelse beder vi borgerne om at udvælge et billede hver især og hertil fortælle, hvorfor de har valgt lige netop det, og på hvilken måde det siger noget om genbrug og bæredygtighed for dem.

Transskribering

Det gælder for både det kvalitative semistrukturerede interview med Miljøpunkt samt fokusgruppeinterviewene, at vi anvender transskribering i databehandlingen. Dette gør vi for at komme dybt ind i materialet (Tanggaard & Brinkmann, 2020, s. 51). Transskriptionen af fokusgruppeinterviewene har også det formål, at vi efterfølgende kan kode materialet, så der skabes overblik til brug i analysen. Hvordan vi gør dette uddybes i afsnittet *Analysemetode* i analysekapitlet.

Etiske overvejelser

Det er væsentligt for specialet, at vores undersøgelser udføres efter etiske retningslinier. Dette har sit fundament i den tankegang, der også findes hos Brinkmann, når han taler om, at "Forskning som praksis er dermed etisk begrundet." (Brinkmann, 2020, s. 581). Til dette peger han på Christians, der italesætter, at samfundsvidenskabelig forskning er til for at hjælpe mennesker og fællesskaber til at blomstre (Brinkmann, 2020, s. 581). I den henseende er det nødvendigt at inddrage informanter i studiet på en sådan måde, at nogle etiske guidelines bliver overholdt. Brinkmann nævner nogle tommelfingerregler (Brinkmann, 2020, s. 598-599), hvor vi her vil komme ind på informeret samtykke og fortrolighed.

Informeret samtykke

Informeret samtykke indebærer, at deltagere i undersøgelsen informeres om, hvad de deltager i samt tilkendegiver, at de giver tilladelse til brugen af de data, vi indsamler via dem (Brinkmann, 2020, s. 598). For at opnå dette sender vi en mail til Miljøpunkt, hvor vi oplyser om specialets fokus og beder lederen og den ansatte, som deltager i interview med os, om at kvittere via mail (bilag 10). I forbindelse med observationsstudiet præsenterer vi os for de deltagere, vi taler med på dagen, og nævner, at vi er specialestuderende fra Roskilde

Universitet, som laver et kommunikationsstudie. Hertil spørger vi, om vi må stille nogle spørgsmål i forbindelse med studiet og får et mundtligt samtykke, før vi stiller spørgsmålene (bilag 11). Til fokusgruppeinterviewene printer vi informeret samtykke-blanketter, som vi beder informanterne underskrive før interviewets begyndelse (bilag 12).

Fortrolighed

Brinkmann beskriver anonymitet som en vej til at skabe fortrolighed (Brinkmann, 2020, s. 598). Han peger dog også på, at ulempen ved fortrolighed kan være, at deltagere kan have ønsker om at blive krediteret, samt at vigtige stemmer kan gå tabt i studier, der netop havde til hensigt at frembringe deltagernes perspektiver (Brinkmann, 2020, s. 598). I specialet skrev vi i det informerede samtykke til fokusgrupperne, at informanterne anonymiseres, hvor flere informanter gav udtryk for, at det ønskede de ikke at være. I analysen af vores data opdagede vi, at der i informanternes fortællinger lå en masse personfølsomme oplysninger om for eksempel beskæftigelse, alder og bopæl, som ville kunne identificere disse personer. Derfor valgte vi at tage kontakt til alle informanter for at spørge, om de fortsat var interesserede i at stå frem, hvor vi ligeledes understregede, at det ville være helt i orden, hvis de svarede nej. Dette svarede de alle ja til. Informanterne fra observationsstudiet er alle anonyme, da vi ikke bad om deres navne.

Narrativ analyse

I dette kapitel foretager vi en narrativ analyse af de to fokusgruppeinterviews. Vi præsenterer først den fænomenologiske analysemetode og den narrative analysetilgang. Herefter beskriver vi fokusgrupperne efterfulgt af temaanalysen baseret på kodningen af fokusgrupperne samt observationerne, meta- og mikronarrativer, typer af fortællinger og det sociale aspekt af narrativer. I afsnittenes indledninger præsenterer vi de teorier og begreber, vi anvender i de forskellige analysedele, og i selve analysen anvender vi disse uden at referere.

Analysemetode

Fænomenologisk analysemetode

Den fænomenologiske metode til at analysere den indsamlede empiri kan ifølge Jacobsen et al. inddeles i 4 trin. Dette gøres via nogle opstillede metoderegler (Jacobsen et al., 2020, s. 295):

- 1) I det første trin indsamler vi en konkret beskrivelse af vores undersøgelsesfelt, erfaret gennem vores specialegruppe. Hertil er det vigtigt, at vi sætter vores forforståelse i parentes og på den måde være åbne for vores materiale.
- 2) Herefter opdeler vi vores empiri i form af vores fokusgruppeinterviews i meningsenheder.
- 3) Disse meningsenheder transformeres i tredje trin i videnskabelige kategorier, der hver især udtrykker vores undersøgelsesfelts betydning.
- 4) Slutteligt fokuserer vi på essensen af fænomenet som fokusgruppemedtagerne har oplevet.

Narrativ analysemetode

Jeong-Hee Kim beskriver formålet med den narrative analyse som det at transformere en rodet mængde data til meningsfulde fortællinger (Kim, 2016, s. 185). I vores narrative analysemodel følger vi de 4 trin fra ovenstående afsnit.

- 1) Vi indsamler empiri gennem de to fokusgruppeinterviews og vores observationsstudie. Med afsæt i vores fænomenologiske udgangspunkt stræber vi efter at sætte vores forforståelser i parentes for at se på informanternes beskrivelser, som de erfarer dem.
- 2) I dette trin gennemlæser vi først transskriptionerne og afgrænser, hvad der er fortællinger, og hvad der er udtalelser om genbrug og forbrug, men som ikke kan betegnes fortællinger. Vi afgrænser, hvad der er fortællinger ved at benytte en kombination af Aristoteles (2022), Ricoeur (1980) og Labov og Waletzky (1997), hvor der er fokus på begreberne tidslighed og kronologi.
- 3) Derefter gennemgår vi igen materialet for at finde mønstre og gennemgående temaer i informanternes udsagn, som vi indsætter i et kodningsskema (bilag 13).
- 4) Vi foretager en narrativ analyse af informanternes fortællinger ud fra de temaer og kategorier, vi identificerer for på den måde at få indblik i essensen af informanternes opfattelse og erfaringer med genbrug og forbrug.

Analyse af borgernes fortællinger

I det næste analyserer vi fortællingerne ud fra de temaer, der fremkommer under kodningen af transskriptionerne af fokusgruppeinterviewene. Dernæst analyserer vi informanternes fortællinger ud fra begreberne meta- og mikrofortællinger, forskellige typer af fortællinger, herunder positive, negative, neutrale og faktuelle fortællinger, samt det sociale aspekt af narrativer.

Beskrivelse af fokusgrupper

I det følgende præsenterer vi de to fokusgrupper for at give et overblik over informanterne og dynamikken imellem dem.

Fokusgruppe 1

Fokusgruppe 1 afholder vi den 2. november 2022 med fire deltagere. Informanterne består af en blanding af nogle, vi får kontakt til via byttemarkedet på Christianshavn d. 15. oktober og via sociale medier. Blandt informanterne er alderen 45, 51, 73 og 76 år (bilag 14, s. 2-3) og alle fire bor på Christianshavn. En informant arbejder på kulturområdet og som kulturpolitisk rådgiver, en er pædagog og de to andre er pensionister (bilag 14, s. 2-3). En af de to pensionister er en del af lokaludvalget på Christianshavn og en del af Miljøgruppen på Christianshavn (bilag 14, s. 2). Ingen af informanterne kender hinanden på forhånd. Der er ingen af informanterne, der dominerer samtalen og informanterne kommer nogenlunde lige meget til orde.

Tre af informanterne benytter genbrug, mens den sidste ikke køber tøj og ting brugt, men i højere grad beholder de ting, personen har og smider ikke noget ud, før det er for slidt til at bruge (bilag 14, s. 3).

Samtalen om genbrug drejer flere gange over på andre emner, såsom madspild, økologi, genanvendelse og affaldssortering, plastik i havene og vild natur, landbrug og energi (bilag 14, s. 8; s. 14; s. 29; s. 30; s. 33; s. 34; s. 37; s. 54-55). Disse emner er informanterne magtpåliggende, og vi tager emnerne op i en analyse af metanarrativer. I første del af vores analyse udelader vi disse temaer for først at analysere informanternes fortællinger om genbrug.

Fokusgruppe 2

Fokusgruppe 2 finder sted den 6. november 2022. Af de fem informanter, der deltager, er to fundet igennem Miljøpunkts netværk. To får vi kontakt til gennem byttemarkedet den 15. oktober, hvor den ene er aktiv i Miljøpunkts arbejde. Den sidste får vi kontakt til via en Facebook-gruppe.

Tre bor på Christianshavn og to i Indre By. Aldersspredningen er større i denne gruppe end i den første med en aldersfordeling på 25, 34, 55, 72 og 79 år (bilag 15, s. 4-6). Selvom spredningen i alder er større i denne gruppe, så er der på tværs af de to grupper en undervægt af unge informanter.

En informant er ledig (bilag 15, s. 4; bilag 15, s. 5), to er pensionister (bilag 15, s. 4), en er erhvervsøkonom, der arbejder inden for byudvikling (bilag 15, s. 5) og en er butiksejer i en butik, der reparerer og sælger donationer fra lokale og reparerer tøj, sko og tasker (bilag 15, s. 6). Alle fem informanter har til hverdag berøring med genbrug og bæredygtighed – enten via deres arbejde eller via engagement i lokale grupper eller Miljøpunkt. Udover det er der også to af informanterne, der er aktive i deres andelsforening og gårdlauget, hvor de bor (bilag 15, s. 4; bilag 15, s. 5).

Tilknytningen til det lokale miljøarbejde og deres daglige arbejde med bæredygtighed præger samtalen, hvor gruppen viser stor interesse for og engagement i emnet.

I denne fokusgruppe er det ikke alle, der kommer lige meget til orde. Der er informanter, som dominerer samtalen mere end andre, og informanterne afbryder i højere grad hinanden i denne fokusgruppe end i den første.

Alle informanterne giver udtryk for, at de benytter genbrug på forskellige måder. Enten ved at købe ting brugt eller bytte sig til det.

Ligesom i den første fokusgruppe kommer de også ind på emner, som relaterer sig til bæredygtighed uden at være relateret til genbrug, som fokuserer på i en analyse om metanarrativer. Her kommer de for eksempel ind på affaldssortering, tøjproduktion, madspild, natur i byen og plantning af træer og flytransport (bilag 15, s. 6-7; s. 32; s. 35; s. 44; s. 6).

Temaanalyse

I analysen af fokusgrupperne gennemgår vi de temaer, vi ser som gennemgående i vores kodning af transskriptionsmaterialet. Heri inddrager vi mikronarrativer, som dækker over konkrete, kontekstualiserede fortællinger (Warming, 2019), som beskrevet i teorikapitlet under *Definitioner i narrativ forskning*. I analysen af mikrofortællingerne viser vi, hvordan temaet udfolder sig. Vi supplerer med iagttagelser fra observationsstudiet, som understøtter de fremfundne temaer.

Til at analysere temaerne anvender vi Labov og Waletzky's 5 elementer af narrativers struktur (1997), som er beskrevet i *Det historiske fundament* i teorikapitlet. Denne analyse giver os mulighed for at studere fortællingernes bestanddele, understøtte tydeliggørelsen af de fortælle-mæssige aspekter, og gør os i stand til at meningskondensere ud fra indholdet.

Som supplement bruger vi Greimas' 6 aktanter (1974), der også er beskrevet i *Det historiske fundament*. Dette bidrager til et overblik over, hvilke aktanter, der fremtræder i informanternes fortællinger, og dette giver input til, hvilke aktanter, der kan fylde i fortællinger til Miljøpunkt's strategiske kommunikation om genbrug.

I analysen trækker vi på Thomsen et al. (2016) samt Ochs og Capps' (1996) syn på fortællinger som metoder til menings-skabelse samt De Fina og Georgakopoulous (2011) narrativ som metode. Her ser vi på fortællingerne som en måde, informanter skaber mening på, og således trækker vi begreberne sammen til den linse, vi ser fortællingerne igennem. Det er denne mening, vi analyserer os frem til i dette afsnit. Disse teorier findes beskrevet i kapitlet *Teori under Definitioner i narrativ forskning*.

I analysen fokuserer vi udover fortællinger på andre typer udtalelser end fortællinger, når disse er relevante for specialets problemformulering og konklusion. Dette er for eksempel holdninger og kommentarer, der bidrager til forståelsen af temaerne. Disse andre udtalelser fremgår i kodningen af transskriptionen (bilag 13, 14 og 15), og det fremgår af analysen, hvornår vi inkluderer andre typer udtalelser.

Temaerne analyseres samlet for begge grupper og er ikke inddelt i fokusgruppe 1 og 2. Vores observation er, at flere temaer går igen for begge grupper, og på denne måde får vi de samlede fortællinger for disse borgere, velvidende at de enkelte fokusgrupper har haft forskellige dynamikker og interne påvirkninger.

De temaer, vi har identificeret, er: 1) Økonomi, 2) Trends & normer, 3) Genstandes historik, 4) Brug-og-smid-væk-kultur, 5) Reparation, omtanke og upcycling, 6) Fællesskab og relationer, 7) Tilfredshed ved genbrug samt 8) Barrierer for at genbruge. Analysen af temaerne præsenteres i det følgende.

1) Økonomi

Informanterne har flere mikrofortællinger, hvor økonomi spiller en central rolle i forhold til, om folk vælger at købe brugte ting eller ej. En informant fortæller, at de i hans familie gjorde brug af genbrug til deres børn, da de var små, på grund af økonomi:

“Th: (...) jeg kan da huske. Altså nu er min yngste. Nu skal jeg passe på, at jeg ikke siger noget forkert. Min yngste af 4 er 21, og da de... altså alle mine var små. Vi kørte selvfølgelig genbrug. Vi havde sgu ikke råd til at købe nyt børnetøj hele tiden.” (bilag 14, s. 4).

I dette mikronarrativ ses orienteringen i form af placeringen af fortællingen i fortiden, da informantens børn var små - til forskel fra nu, hvor den yngste er voksen. Fortællingen indeholder en komplikation i form af familiens økonomiske situation og en løsning ved, at genbrugstøj er løsningen for familien. Sidst finder evalueringen sted i form af årsagen til, at de vælger genbrug: familien er i denne situation et sted i livet, hvor de ikke har så mange penge. I denne fortælling ses “vi”, som muligvis dækker over Th og hans kone, som subjektet, mens børnetøj er objektet. Genbrug kan ses som hjælperen, da dette muliggør anskaffelsen af børnetøjet, altså objektet, mens modtageren i denne fortælling er børnene. I fortællingen kan vi se meningsskabelsen hos informanten, fordi det for ham giver mening at benytte genbrug for at spare penge. Dette gjaldt måske særligt for dem, da de var en børnefamilie, fordi de ikke havde råd til at købe nyt tøj, hver gang børnene voksede ud af det tøj, de havde.

En anden informant, F, fortæller om det at være studerende og ikke at have særlig mange penge til rådighed. Her er det ikke tøj, men møblerne, hvor han ser en fordel i at købe genbrug.

“F: En af de historier, jeg gerne vil dele, det er her da jeg flyttede sammen med min kæreste tilbage i februar. Jeg havde været studerende og havde boet i sådan et bofællesskab, hvor jeg ikke havde haft særligt mange ting. Og han havde heller ikke særligt mange ting, der hvor han flyttede til fra. Så vi manglede ting. (...) jeg var stadigvæk studerende på det tidspunkt, så vi havde ikke bare råd til at gå ud og købe noget nyt, men vi synes egentlig også, at det var forkert at købe noget nyt, når der er så meget. Der er jo ting overalt. (...) Så vi gjorde det til

sådan et dogme, at alt i lejligheden, eller sådan alle ting, der skulle ind, det skulle på en eller anden måde være genbrug.” (bilag 15, s. 13).

Vi ser orienteringen en rammesætning af, at han i februar flytter sammen med kæresten, og at F er studerende. Komplikationen er, at han ikke ejer særligt mange ting, og det at ham og kæresten som studerende ikke har råd til mange nye ejendele. Evalueringen ses i hans overvejelser omkring genbrug, som handler om økonomiske begrænsninger og følelsen af, at det er forkert at købe nyt, som vi også vil komme ind på i næste afsnit om *Brug-og-smid-væk-kultur*. Løsningen ligger i at de køber genbrug, da det er billigere og mere moralsk korrekt for informanten. I fortællingen er F og kæresten subjekt, hvor genstande til deres fælles lejlighed er objekt. De manglende penge kan ses som modstander, mens hjælperen bliver genbrug ligesom i Th’s fortælling ovenfor. I fortællingen bliver de meningsskabende elementer i henhold til at købe genbrug økonomien og det at undgå at købe nyt.

I den næste fortælling er temaet også økonomi, men hvor genbrug herover hjælper med at anskaffe ting hos folk, der ikke har så mange penge, såsom i småbørnsfamilier og hos studerende, fortæller informanten B her om, hvordan hendes oplevelse af, at dem, der tjener mange penge forbruger flere nye ting:

”B: Fordi .. altså da jeg var barn. Det gjorde du sikkert også. Arvede jeg da også mine søskendes tøj. (...) Det var da helt almindeligt, at man gjorde det. (...) Men altså så var der en periode altså, hvor folk opdagede, at de tjente rigtig mange penge. Og øh .. altså i forhold til, hvad man havde gjort tidligere. (...) Og derfor blev forbruget større. Og det er jo så det, at man nu er begyndt at sige: Kære venner. Nu bliver vi nødt til at få det ned.” (bilag 14, s. 5).

I denne mikrofortælling ser vi orienteringen i form af placering i tid i informantens barndom, hvor hun arver sine søskendes tøj, efterfulgt af komplikationen, som består i at ”folk” tjener flere penge, og derfor forbruger mere. Evalueringen sker i sætningen ”Og så er det jo så det, at man er begyndt at sige”, hvilket leder videre til løsningen, som er at få ”det”, hvilket henviser tilbage til ”forbruget”, ned. Løsningen peger også på det at vende tilbage til at nedarve tøj, som informanten taler om i starten af fortællingen. ”Man” og ”vi” kan ses som

narrativets subjekt, da disse betegnelser dækker over den aktør, der som hovedperson i narrativet gennemgår en udvikling og skal opnå noget. Vi foreslår, at der med "man" og "vi" menes samfundet - altså at det er samfundets opgave, og mennesker i fællesskab, der skal få forbruget ned, hvilket lægger sig under objektet. Genbrug kan ses som en slags hjælper, der bidrager til at opnå målet om at få forbruget ned, hvor det at tjene mange penge ses som modstanderen - eller måske er det de mennesker, der bruger mange penge på nye ting, der er modstanderen. I denne fortælling ser vi et før-og nu-perspektiv, hvor informanten oplever en sammenhæng mellem den økonomiske tilstand i samfundet og forbrug, og at der nu bliver italesat et behov for at sænke forbruget. Det ses som meningsgibende for informanten, at den økonomiske vækst i samfundet førte til et større forbrug af nye ting, og at der nu er en nærmest kollektiv stemme, der taler om at sænke forbruget uagtet, at vi som samfund har flere penge mellem hænderne, end vi havde i informantens barndom.

Opsummering

I dette afsnit har vi set, at informanterne har fortællinger om, at det kan være økonomisk fordelagtigt at genbruge. Vi ser, at der findes fortællinger om, at det at have færre penge fører til genbrug, fordi genbrug er billigere end at købe fra nyt, mens der også fortælles om, at når mennesker tjener flere penge, køber de flere nye ting. Særligt fortællingen om det økonomiske incitament for at købe genbrug virker meningsfuld for disse informanter.

2) Trends og normer

Trends og normer optræder også som et tema i informanternes fortællinger. Flere fortæller om, hvilke samfundstendenser de har oplevet gennem tiden, samt hvordan familier har handlet i forhold genbrug. Vi ser i fokusgrupperne, at flere informanter udtrykker sig ud fra en tidslighed med et før og nu perspektiv. Her taler hun med sin fortælling ind i en trend, hvor genbrug tidligere var okay og efterfulgt af senere ikke at være det, men som så ender med at være okay igen i nutiden. Dermed er trenden omkring genbrug i hendes fortælling vendt tilbage:

"T: (...) Jeg er jo så fra 77, så jeg har jo været barn i 80'erne, og der arvede jeg mine kusiners tøj. (...) Øhm, og der var det ligesom om, at der var det også legalt, og så har der været sådan en lang årrække, hvor man ikke var så fin på den, hvis man nu gik i genbrugstøj ik?"

Th: Det var de der fucked up 90'ere. (...)

T: Men nu har det vendt igen. Det er klart en bølge, der er på vej tilbage igen ik altså.”

(bilag 14, s. 4-5).

I fortællingen er der en orientering i at placere fortællingen i 80'erne frem til 90'erne og sidst hen til nutiden. Komplikationen er, at man “ikke var så fin på den”, når man genbrugte i 90'erne. Løsningen er denne “bølge”, som peger på, at genbrug er “tilbage igen”. Man kan sige, at der findes evaluering i form af, at det var legalt engang, “fucked up” i 90'erne, og at det nu har vendt igen. Informanten kan siges at være subjekt, mens denne fortællings objekt er det at genbruge. Modstanderen bliver, at man ikke er fin på den eller det, at nogen eller noget er fucked up i 90'erne. Hjælperen og giveren er “en bølge”, mens modtageren kan siges at være dem, der gerne vil genbruge i nutiden. Her skabes der mening i form af, at tiderne skifter, og at samfundets syn på genbrug påvirker, om det er anerkendt eller ej at genbruge. En anden informant, T, taler også ind i, at der er et skift i, at det nu er trendy at genbruge, når hun siger: “Men det er ligesom om, at ungdommen nu har formået på en eller anden måde at gøre det trendy og ja.(...) Altså nu er det jo smart at gå i andre menneskers brugte tøj.” (bilag 14, s. 4).

Informanten G fortæller et lignende narrativ, og i hendes perspektiv, er genbrug ikke lige så okay i dag, som T mener, det er.

”G: Det var allerede sidst i 70'erne. Altså men der var det også mere acceptabelt at ens børn gik i... i... brugt tøj, ikke. (...) Altså min den første er født i 78, ikke. Og så kom der to mere og de har jo alle sammen dels gået i hinandens tøj, men også gået i tøj, vi genbrugte fra venner og bekendte. (...) Altså min datters to børn, hun bor lige rundt om hjørnet, de borovre i Sølvgade. Det er okay, men det er ikke så okay mere, vel.” (bilag 15, s. 9).

Orienteringen finder sted ved, at informanten fortæller, at vi nu skal høre om sidst i 70'erne samt om i dag. Man kan sige, at hvor man i 70'erne havde en løsning i form af at genbruge, er der i dag en komplikation i, at det “ikke er så okay mere”. Vi er subjekt, mens det at have

tøj ses som objekt. I fortiden var hinanden, venner og bekendte både hjælpere og givere, mens både "vi" og hinanden er modtager. Modstanderen kommer egentlig først ind i nutidens perspektiv, hvor det kan ses som om det at genbruge, ikke er okay. Ovenstående fortælling rummer en tidslighed, i forhold til hvordan hendes forhold til genbrug var, da hun selv havde børn, og hvordan det ifølge hende ikke er lige så okay at genbruge i dag. På den måde står det i kontrast til citatet før, hvor informanten mener, at genbrug er på vej tilbage.

En anden informant bygger også videre på fortællingen om genbrug i 70'erne, og lægger vægt på, at visse beklædningsdele kan have status som trendy gennem tiden:

"P: Nu nævnte to 70'erne. Min kone, kan jeg huske, gik i sin bedstefars undertrøje, fordi det var smart-smart at gøre det. Og det var jo en markering af individualitet og historie og alt muligt andet." (bilag 15, s. 11).

Denne udtalelse kan ses som en evaluering af, G's fortælling om at genbruge tøj i 70'erne. Her kommenterer han på, at man - foruden at have genbrugt for at undgå at mangle, som han nævner i sin fortælling om sin farfar - kan genbruge, fordi det kan være smart, markere individualitet og historie. Dette ligger i tråd med informanten Th's fortælling om, at hans sønner gerne bruger hans aflagte tøj:

"Th: (...) Og så har jeg nogle sønner, der synes det fedeste det er at få deres fars aflagte af en eller mærkelig årsag (Flere griner), men det er igen den der øh. De synes, at der er et eller andet fedt i, at det har været mit længe og så noget." (bilag 14, s. 10).

Dette kan som P's fortælling også ses som en evaluering af, hvorfor man genbruger, da det kommer i tråd med, at han taler om, at han gerne køber sit tøj brugt. I stedet for at tale om årsagen til sit eget genbrug, taler han om, at en årsag til, at sønnerne genbruger, er, at der er noget fedt i, at tøjet har været deres fars. I begge fortællinger skabes den mening, at det kan være trendy at genbruge, når der til tøjet er hæftet en fortælling af en art, og fælles for fortællingerne er, at ejendelene kommer fra mennesker, dem der anvender genstandene, er i familie med. Dette kommer vi videre ind på herunder i næste tema om genstandes historik.

Opsummering

Disse mikrofortællinger taler om trends og normer på to forskellige måder. I de første to narrativer ser vi, at informanterne oplever hyppigheden af at genbruge, som noget der forandrer sig over tid i takt med, at normerne skifter i samfundet. Nogle informanter har en fortælling om, at genbrug nu er trendy igen, hvilket også skal tages i betragtning af, at de begge er meget store fortalere for genbrug. Den tredje informant har en fortælling om, at det stadig ikke er anerkendt at genbruge, men de er fælles om fortællingen om, at der gennem tiden er sket en forandring i normer indenfor genbrug. Den sidste del af analysen af mikrofortællingerne inden for temaet normer og trends omhandler genstandes status som trendy, eller som informanterne benævner det "smart" og "fedt". Det tegner overordnet et billede af, at informanterne har en fortælling om, at anerkendelsen af genbrug varierer fra tid til anden og fra kontekst til kontekst.

3) Genstandes historik

Flere af informanterne har fortællinger, som handler om, hvordan ting, de har, indeholder fortællinger i sig selv og derfor bærer en særlig værdi. Dette hænger ofte sammen med, at tingene er fundet brugt eller er noget, de har arvet. Dette ses i det ovenstående, når Th's sønner vil bruge hans tøj, fordi det kommer fra ham. Det ses også, når P's kone gerne gik i sin bedstefars undertrøje, fordi den ifølge P's fortælling bar evnen til at være medskaber af individualitet, og fordi den havde en historik i sig. Informanten F kommer med en kommentar om genbrugte genstandes værdi, da han udtaler: "Og tingene får også tillagt en helt anden betydning, synes jeg, når de er fra genbrug. Det at der følger en historie med." (bilag 15, s. 13). Her italesætter han direkte denne pointe. F's udtalelse fungerer som en slags evaluering, der gives på forhånd, inden han går videre ind i sin fortælling om, at hans og kærestens ejendele i den nye lejlighed alle er genbrugte, som vi præsenterede under 1) *Økonomi*.

Informanten P fortæller også om, hvordan gamle kedler indeholder en fortælling, som giver kedlerne værdi:

"P: Vi har ovre i vores hus på Sønderho, der har vi gamle kedler, der står, som går 300 år tilbage. Dem bruger vi jo ikke som kedler, men vi bruger dem som fortællinger om, at man

har altid stået op om morgenen, man har altid haft brug for noget varmt, når man er kommet ind fra havet eller andre steder. Så, så, så, så på den måde så genbruger man nogle gange historien om en genstand (...).” (bilag 15, s. 19).

Der ses en orientering i placeringen i deres hus på Sønderho samt ved præsentationen af elkedlerne, der er 300 år gamle. I kedlernes fortælling kan komplikationen være det at komme ind fra havet, som indirekte kan ses som, at man har været kold, mens løsningen bliver noget varmt at drikke. Evalueringen ses i, at man på denne måde kan sige, at “(...) man altid er stået op om morgenen, at man altid har haft brug for noget varmt (...).” samt det, at denne fortælling kan genbruges i sig selv. Subjektet her er dem, der vågner eller kommer ind fra havet, hvor det at være træt eller kold implicit kan ses som en form for modstand, hvor det at drikke noget varmt er løsningen. Kedlerne er både giver og hjælper, hvor dem, der vågner eller kommer ind fra havet er modtager. Denne fortælling kan ses som et udtryk for, at informanten oplever genstandes historik som væsentlige. Meningskabelsen her består i, at genstandens værdi bliver en anden udelukkende baseret på den historie, mennesker fortæller, baseret på deres viden om genstanden.

En anden informant har også en fortælling om, hvordan et par gummistøvler vækker minder hos hende:

”G: Nu kommer jeg lige i tanker om, at jeg engang skulle på Roskilde, ned og besøge nogle venner. Og så sagde jeg, jeg gider fandme ikke slæbe gummistøvler hele vejen ned til vennerne, de fylder af pommern til. Så begyndte det selvfølgelig at øse ned. (...) Jeg skulle til Roskilde station nede fra Fuglebjerg hvor de boede, de her venner. Og så tænkte jeg, jeg har ingen gummistøvler med. Jeg må købe en plasticpose og sætte udenom skoene med nogle elastikker. Men så oppe på hjørnet på vejen ud til Roskilde Festival, der stod 20 gummistøvler, som folk havde stillet, inden de tog hjem. (...) Og så stod jeg bare der og prøvede. Jeg har dem endnu. (...) Og hver gang jeg ser de der blå gummistøvler (...) tænker jeg, det var dem fra Roskilde.” (bilag 15, s. 25-26).

I fortællingen finder orienteringen sted i placeringen i Roskilde, og komplikationen er, at hun ikke har gummistøvler med, og at det begynder at øse ned. Løsningen udvikler sig fra at være plastikposer, hun kan sætte omkring sine sko, hvorefter de mange efterladte

gummistøvler, bliver den egentlige løsning. Evalueringen ser vi, når hun taler om, at hun har dem endnu, og at hun tænker på, at det er dem fra Roskilde, hver gang hun ser dem. Informanten er subjekt, hvor objektet er at komme tørfodet til sine venner. Modstanderen er regnen, hvor hjælperen bliver gummistøvlerne, og giveren er de mennesker, der har efterladt gummistøvlerne efter at have været på Roskilde Festival. Informanten er modtageren. For informanten bærer gummistøvlerne en fortælling og et minde fra en oplevelse. I dette tilfælde indeholder gummistøvlerne en historie, netop fordi de er brugte, og fordi hun har en oplevelse omkring det at overtage dem.

Opsummering

I dette tema er mikrofortællingen om, at genstande kan få en anden betydning for dem, der ejer dem, når man kender genstandens historie, eller når der har været en bemærkelsesværdig oplevelse forbundet med erhvervelsen af genstanden.

4) Brug-og-smid-væk-kultur

Temaet, vi har valgt at kalde brug-og-smid-væk-kultur, dækker både over brug-og-smid-væk-kultur og forbrug, og er et tema, der fylder meget i begge fokusgrupper. Her deler flere af informanterne fortællinger om forargelse over, at folk smider ting ud, der kan anvendes. De fortæller også, hvordan de mener forbrugskulturen er udfoldet rundt omkring i verden, samt hvad der gennem tiden er sket ved forbrug og overforbrug i samfundet.

En informant i første fokusgruppe udtrykker forargelse over forbrugskulturen, hvilket kommer til udtryk i hans fortælling om en rejse til Istanbul:

”Th: Nu har jeg for eksempel lige være i Istanbul og gået rundt. Der er rigtig meget sådan nogle markeder. Det er selvfølgelig rigtig meget tøjbaseret og så videre, og der er så meget .. ja .. apropos plastik .. Plastiklort og dårlig kvalitet. Og jeg gik nærmest bare rundt og fik helt ondt i maven. Og da jeg rejste fra Istanbul, så tænkte jeg også bare: ”Når nu har jeg set den by. Jeg skal aldrig derned igen. (...) Altså. Jeg kunne næsten ikke holde ud og være der. Altså, fordi det var bare sådan. (...). Det hele var bare dårlig kvalitet, hvor jeg bare tænkte: ”Det er frygteligt at opleve altså.” Så det altså .. Det er det der med, at jeg vil hellere købe én god ting

end 10 dårlige. Og det der med, at man per automatik hele tiden skal købe og .. og bruge penge og så videre. (...). Det øh. Det ja. Det kan godt være, at jeg bliver lidt hippie-agtig på en der. Men jeg kan bare mærke, at det påvirker mig på et eller andet plan.” (bilag 14, s. 6-7).

Orienteringen ses i form af placeringen af fortællingen i Istanbul. Markedet i Istanbul, som informanten Th taler om, forarger ham og kan ses som en komplikation, hvor markedet bidrager negativt til en forbrugskultur. I fortællingen rammer forargelsen ham næsten fysisk, hvor han beskriver, at han næsten har ondt i maven over den måde at forbruge på. I evalueringen kommer han også frem til, at det var en “frygtelig oplevelse”, og at han foretrækker at købe ting af kvalitet, så han undgår at købe nye ting hele tiden. Fortællingen præsenterer en løsning i form af, at købe ting af kvalitet, når informanten siger, at han “hellere vil købe én god ting end 10 dårlige”. I denne fortælling er informanten subjektet, som gennemgår en udvikling, og objektet kan implicit ses som det at have en god oplevelse, hvor modstanderen af dette er “plastiklort og dårlig kvalitet”.

Vi finder yderligere forargelse over brug og-smid-væk-kulturen hos informanten G i fokusgruppe 2:

”G: Og jeg korsrer mig, når jeg ser, hvad folk smider ud. Den fedeste snedkeryngestol med læderbetræk og sådan noget har jeg fundet nede i storskrald. (...) Hvad med de - nogen har smidt det ud og sagt vi vil hellere have en stol fra IKEA. Jeg tænkte bare kors.” (bilag 15, s. 16).

Her er orienteringen “nede ved storskrald”, hvor komplikationen ses i, at hun korsrer sig ved det, at nogen vil smide den fedeste snedkeryngestol ud. Evalueringen ses i form af, at den er smidt ud med henblik på at købe en IKEA-stol, og der findes ikke en løsning, medmindre hendes tanke er løsningen her. Ellers kan denne tanke ses som coda, når informanten vender tilbage til udgangspunktet i den sidste sætning, hvor hun udtrykker sin tanke om denne oplevelse. Vi foreslår at se informanten som subjekt, der ønsker at opnå et objekt i form af mindre forbrug af nye genstande, eller som ønsker bevarelse af de genstande, der allerede ejes. Dette kobler vi sammen, fordi hun tidligere i samtalen, når hun fortæller, hvor hun bor, siger: “Centrum for alt forbrug, shopping og kaffe og jeg ved ikke hvad. Jeg er ved at brække

mig.” (bilag 15, s. 5). Folk, der smider ud, kan ses som modstander. Disse personer smider ifølge informanten gode og brugbare ting ud, som hun synes, er meget forkert at gøre. Det står på den måde i vejen for, at informanten kan opnå sit mål om mindre forbrug og værdsættelse af nuværende ejendele, hvilket repræsenteres af “den fedeste snedkeryngestol”.

Da informanten F fortæller om sammenflytningen med sin kæreste, som vi kommer ind på under temaet *Økonomi*, reflekterer F over det i samspil med en anden informant i relation til overforbrug i evalueringen af fortællingen:

”L: Men til gengæld bliver man så glad, når man så har fundet det rigtige.

F: Og det gør man. Hele den der proces med, at finde det, diskutere frem og tilbage, synes jeg. Det gør, at man tilvælger ting, på en hvad hedder det... Fordi ting har det også med at eje en. (...) Jeg synes, man gennemgår en meget mere sådan aktiv proces, hvor man forholder sig til de ting, man tager ind i sit liv. (...) Jeg synes, det gør, at man værdsætter dem på en måde, man passer på dem på en anden måde. Og man har det, altså jeg har det, bedre med, at have ting, fordi jeg tror jeg har et generelt issue med at vi forbruger rigtig meget i vores samfund i dag, og jeg har det bare lidt bedre med, at de ting, som jeg har derhjemme, de ikke nødvendigvis er nyproducerede, for at jeg skulle have dem hjem. Det er faktisk noget, der øhm, har et lidt mindre aftryk på vores ressourceforbrug. Fordi i det mindste har det levet hos nogle andre øhm ja.

C: Ja, du er ikke bare en kunde i køen, der har været inde i IKEA og stå som en eller anden anonym forbrugshalløj. Der er noget personligt.

F: Præcis.

C: Fordi ej vi fandt den dér, og vi gjorde det.

F: Så er der også et kvalitetselement. Det at tingene kan holde til anden, tredje, fjerde brug, betyder også, altså er jo ofte et eller andet udtryk for at de har en eller anden kvalitet over sig.

G: Ligesom med tøjet.

F: Det er det. Fordi det er altså de færreste IKEA skabe, der kan bare at blive taget ned og sat op igen. Folk køber nye IKEA skabe bare de skal flytte, fordi de kan ikke engang holde til flytteturen." (bilag 15, s. 14).

Denne evaluering i F's fortælling er et eksempel på, hvordan informanterne gennem fortællingen skaber mening omkring deres forbrug og valg af genbrug. Det er noget, der giver mening for dem, fordi de bliver ekstra glade for ting, når de bruger tid på at finde dem brugt og i god kvalitet. De ser dette i modsætning til at købe noget af dårlig kvalitet, som ikke holder særligt længe for eksempel fra IKEA. Samtidig giver F udtryk for, at det giver mening for ham at købe genbrug, fordi han på den måde kan sætte "et mindre aftryk på vores ressourceforbrug", som han giver udtryk for generelt at gå op i. I denne fortælling kan IKEA ses som en modstander til informanterne som subjekt. IKEA og produkterne herfra står i vejen for informanterne i deres mål om at begrænse deres forbrug, fordi tingene fra IKEA ikke er holdbare. Her kan genbrug ses som en hjælper, fordi det giver mulighed for at købe ting, som kan holde længe og på den måde hjælper informanterne til at begrænse deres forbrug.

I denne fortælling taler informanten også om en kultur med for meget forbrug ligesom i den foregående fortælling omkring snedkerstolen i storskrald. I den forrige fortælling betegner informanten G dem, der forbruger meget som en modsætning til sig selv, hvor informanten F i denne fortælling betegner det som "vi". Dette kan ses som udtryk for, hvor informanterne ser ansvaret, og hvordan de opfatter sig selv i relation og i opposition til befolkningens forbrug.

Ligesom informanterne i fokusgruppen taler flere af deltagerne ved byttemarkedet d. 15. oktober også om forbrug og overforbrug. I vores feltnoter skriver vi om en af deltagernes grund til at bytte tøj: "Hun synes, det giver mening, fordi det er bedre for klimaet at bytte frem for at producere mere tøj." (Bilag 7, s. 1). Her giver hun dermed udtryk for et ønske om at bruge færre ressourcer, og dermed ønsker hun ikke at være en del af brug-og-smid-væk-kulturen. I tråd med dette, siger Th i forbindelse med en samtale om,

hvad informanterne tænker på, når de hører ordet genbrug: "Men det er vel en lille del af hele den der store klimabevægelse og så videre." (bilag 14, s. 4). Denne udtalelse peger på, at han tillægger det at genbruge en bæredygtig værdi.

Opsummering

I denne del af temaanalysen ser vi flere årsager til, at informanterne har aversioner mod overforbrug. Der er fortællingen om, at genbrugsting har en bedre kvalitet, hvor informanterne konkluderer, at de nyproducerede ting fra for eksempel Istanbul og IKEA, er af dårlig kvalitet. Vi ser også en fortælling om, at genbrugte ting, som man har været søgende efter i længere tid vækker større glæde. I fokusgruppe 1 og observationen af byttemarkedet er der udtalelser om, at det er klimabelastende at producere nye ting, hvilket dog ikke kommer direkte til udtryk i fokusgruppe 2. Vi vil senere argumentere for, at disse mikrofortællinger om overforbrug taler ind i en metafortælling om bæredygtighed, selvom det ikke nævnes eksplicit i informanternes fortællinger.

5) Reparation, omtanke og upcycling

En af de mikrofortællinger, der går igen i fokusgrupperne, er et fokus på at bruge og beholde de ting, man allerede har, og passe på det ved for eksempel at reparere det. Informanten T fortæller om en oplevelse til et byttemarked, hvor en trøje er gået i stykker, og det er meningsfuldt for hende at reparere den:

"T: Sidste gang kom jeg hjem med en rigtig fin uldtrøje. Vi havde lige og yes kommer med ned. Den passer sikkert. Øh og kommer hjem og opdager, at der er huller. Når for fanden. Okay når. Hmm. Ej men så skulle jeg lige gå og boble lidt over det. Men så fandt jeg ud af, at jeg havde noget ... Hvad fanden hedder så noget? Uldtrøje. Lap. (...) så kunne jeg lige sidde og få den repareret, så lever den jo fint videre ik. Sådan en dejlig uldbluse. Altså. why not?" (bilag 14, s. 10-11).

I denne fortælling sker komplikationen i, at uldtrøjen har huller, hvor evaluering finder sted i hendes overvejelser omkring, hvad hun skal stille op med det, som særligt udtrykkes gennem "(...) skulle jeg så lige gå og boble lidt over det." Dette leder til løsningen om at lappe hullerne. I denne fortælling er subjektet informanten, og objektet den "fine uldtrøje",

hun finder på et byttemarked. Modstanderen kan siges at være hullerne, mens hjælperen bliver lappen, der hjælper hende med at reparere hullerne. Her opstår meningskabelsen i fortællingen ved, at informanten taler værdien af at reparere "dejlige" ting, som ellers var gået til spilde.

Det lader til at være gennemgående i de to grupper, at de godt kan lide, at ting og tøj får nyt liv, så det undgår at blive smidt ud. I fotoeliciteringsøvelsen i begge fokusgrupper lægger to af informanterne mærke til et billede af et par gummistøvler, der bliver brugt som en potteskjuler. Den ene af informanterne forestiller sig, at de er gået i stykker, da hun taler om billedet:

"K: Der er sikkert gået hul i dem et eller andet sted, eller de er vokset fra dem eller så noget, så bruger de dem til potteplanter i stedet for. Det har jeg set et andet sted også nemlig. Det er så sjovt." (bilag 14, s. 22).

Denne udtalelse ser vi ikke som en fortælling, men vi har den alligevel med, fordi den går igen i den anden fokusgruppe, og fordi disse kommentarer tydeligt viser informanternes forhold til reparation og upcycling, hvor man bruger ødelagte ting på nye måder. Heri kan vi se meningskabelse i udtalelsen. Den anden informant kommenterer:

"Gummistøvlerne tog jeg på grund af farve og planter. Og tanken om, hvis man ikke kan bruge det mere og det er ødelagt, ligesom eventuelt tænke kreativt, hvad man ellers kan bruge det til. Og det her synes jeg faktisk er fint med børnegummistøvler. Så børnene kan se det og få glæde af det, men selvfølgelig skal man kun gøre det, hvis der allerede er huller i. Den tanke synes jeg er fin." (bilag 15, s. 34).

Her ser vi igen den samme meningskabelse, hvor ødelagte genstande kan anvendes til noget andet end deres oprindelige formål. Det fremgår særligt, når informanten italesætter, at det er en fin tanke at bruge ødelagte ting til noget kreativt, som børn måske endda kan få glæde af.

Udover at tale om reparation og upcycling af tøj og ting, taler informanterne også om at passe på det tøj, man har:

”L: Men det er sjovt, du siger det, fordi det gør jo også, at jeg tænker på min barndom. Det er måske også noget, at det var DDR, genforening og så videre, men dengang passede man også meget mere på sit tøj. Man havde ikke så meget. Vi havde det for eksempel sådan. Det havde alle i børnehaven. Når man gik udenfor for at lege, så skiftede man lige bukser og så videre til noget, der måtte være beskidt, der måtte gå i stykker. Og det var det gamle aflagte. Det gør man jo ikke med sine børn mere nu. Og så var det også normalt, ligesom hvis der var et hul ved knæet, syede de der sjove ting på. Og ja, det gør man jo ikke mere. (...) Det tog så lang tid før det blev anderledes, men med mine forældre var det også sådan noget med, hvis min far, hvis han fandt nogle møbler eller et eller andet som skulle smides ud, så tog han det med hjem og satte det i stand. Men jo, tøjet, det havde en helt anden værdi dengang. I dag er det jo mere noget du køber, og så kommer der en ny sæson og så skal du have det nye, ja.” (bilag 15, s. 10).

Ifølge informanten er der sket en ændring i synet på de ting, man ejer. I fortællingen kan komplikationen ses ved tøj, der bliver ødelagt, hvor informanten kommer frem til forskellige løsninger. Løsningerne består i, at passe på tøjet ved at skifte til mere holdbart tøj, når børn skal lege eller at lappe tøjet, når det går i stykker. En anden løsning er, at købe nyt, hvilket informanten ikke ser som en god løsning. Hendes synspunkt kommer til udtryk ved, at hun sætter et minde fra sin barndom i kontrast til den måde, hun oplever forbrugskulturen i dag, hvilket både taler ind i dette tema om reparation og at passe på sine genstande såvel som i temaet om brug-og-smid-væk-kultur. Denne fortælling giver et billede af hendes meningsskabelse i forhold til genbrug og forbrug ved, at hun ser værdien i tingene, hun allerede har. Når hun sætter det i kontrast til en forbrugskultur, hvor man køber nyt tøj hver sæson, giver hun udtryk for sine personlige værdier omkring forbrug - nemlig at hun ikke synes, man bør købe nyt, når man kan passe på og reparere de ting, man allerede har. I fortællingen er “man” subjekt, hvilket tæller både informanten, hendes familie og de bekendtskaber, hun havde dengang. Man kan også sige, at datidens samfund er subjekt. Det at bevare tøjet er objekt, mens modstanderen er det, at tøjet ødelægges eller bliver beskidt, mens hjælperen er menneskerne selv, som kan reparere og passe på deres genstande. Sådan

bliver menneskerne også giver og modtager i samme fortælling, da de selv giver sig det, der ønskes opnået.

En anden informant husker også tilbage til sin familie, der også sørgede for at gemme ting og bruge dem igen på et senere tidspunkt:

”P: Min farfar var tømrer og min far har altid samlet alt, hvad der var af bøjede, rustne søm og banket dem ud og lagt dem i størrelser. Og vi har altid brugt dem, når vi har bygget huse om eller udbygget forskellige ting. Hellere gemme en ting end at stå og mangle den senere. Så det ligger næsten i DNA’et. Og lige sådan med tøj.” (bilag 15, s, 11).

Her ser vi orienteringen i at farfaren præsenteres og det fortælles, at han var tømrer. Komplikationen kan indirekte ses i, hvis man kom til at mangle noget, hvor det at gemme alle søm og banke dem ud virker som fortællingens løsning. Evalueringen ses i, at det ligger i DNA’et. Subjektet er farfaren, og søm, tøj og ting er objektet, hvor der ikke ses en modstander i fortællingen. Man kan se farfaren som både hjælper og giver. “Vi” kan ses som modtager, da det virker som om, at det, at genstandene ikke manglede, gav familien noget. Samtidig kan P ses som modtager, fordi han får vanen med at genbruge af sin farfar. Fortællingen viser, hvordan informanten skaber mening omkring det at genbruge. Han tillægger farfarens vaner med genbrug den betydning, at det var godt, fordi der så ikke manglede noget.

Opsummering

I de ovenstående fortællinger ser vi, at det er meningsfuldt for informanterne at passe på deres ejendele på forskellig vis, og at det at reparere eller upcycle genstande vækker en tilfredshed. Man kan næsten sige, at der er en kærlighed til informanternes ejendele, og at det at værdsætte dem, er værdifuldt for informanterne. Dette hænger sammen med, at flere af informanterne er præget til at genbruge fra familiens side. Fortællingen om at passe på og reparere ens ejendele står i modsætning til brug-og-smid-væk-kulturen i temaet ovenfor.

6) Fællesskab og relationer

Et af de temaer, som informanterne ofte vender tilbage til, er fællesskab i form af familie, lokalmiljø og andre relationer. Genbrug og forbrug af tøj og ting er for dem meget forbundet med at arve ting i barndommen fra andre familiemedlemmer og at få traditionen om genbrug fra sin familie, at deles om tingene, der hvor man bor, og fællesskabet til byttemarkedet.

Familie

Informanten C fortæller, hvordan familiens mønstre generationer tilbage har direkte effekt på, at hun genbruger ting i dag: "Jeg er ud af en skrædderfamilie på 5 generationer på den ene side." (bilag 15, s. 6). Senere i interviewet tilføjer hun:

"C: Det har altid været nål og tråd ikke. Glemte sager. Nå den er ikke hentet, den kan vi lige lave om, ærmerne kan laves til pulsvarmere og hele tiden tænke fordi, det er jo tråden igennem vores familie, at man spinder, man væver. Det skal holde, altså, hvad er bæredygtigheden (...) - det ligger i DNA'et helt tilbage fra min tiptipoldefar." (bilag 15, s. 9).

Denne del af informantens fortælling kan ses som en evaluering af, hvorfor informanten gerne reparerer ting og endda ejer en butik, der gør dette. Her påpeger hun, at hun ser sit forhold til genbrug komme fra familien – at det findes i hendes "baggrund". Samme udtryk om DNA vender en anden informant også tilbage til senere i interviewet (bilag 15, s. 11). I dette ligger også meningsskabelsen af at genbruge og reparere, fordi det ligger i DNA'et og er arbejdet ind gennem en tidlig alder hos informanten.

Vi finder endnu en fortælling, der har fokus på familien som ophavssted for genbrugsmønstre, under fotoeliciteringsøvelsen. Her udpeger informanten F et foto af legoklodser, og han fortæller om, hvordan han har fået genbrugstankegangen ind fra barndommen:

"F: Da jeg var barn, der arvede jeg legoklodser fra fætre og kusiner og nær og fjern i familien. Og købte nærmest ikke nogen eller fik ikke sådan nye legosæt, fordi at der var egentlig en masse klodser og jeg var bare sådan hvad kan man sige en af de yngste i familien, så det gav

mening, at jeg bare sådan fik dem. Og de er så gået i arv til andre øh i familien. Øhm efter. Og det synes jeg, der er noget rigtig fint ved. Det er jo det der med, at... Så kan man jo så tale om, at det er plast og sådan altså det er måske et issue, men i hvert fald så er de så solide, så flere generationer får... Flere... Altså der skabes ligesom sådan en kæde af flere, der har øh gavn af dem og kan bruge dem. Øhm så det var sådan meget intuitivt for mig, at det var forbundet..." (bilag 15, s. 31).

I denne fortælling er orienteringen i form af "da jeg var barn", hvor der ikke ses en egentlig komplikation, men går direkte til en evaluering af det at lade legetøj gå i arv, da F taler om, at han var den yngste i familien, og at det gav mening, at han fik legoklodserne. Codaen ligger i, at det er intuitivt for informanten, hvilket henviser tilbage til det, samtalen tager sit udspring i, nemlig moderatorens spørgsmål om, hvilket foto man forbinder med genbrug og hvorfor.

Vi ser i fokusgrupperne, at flere af informanterne i fokusgrupperne nævner familien i forbindelse med deres fortællinger om genbrug. Udover familien er der også et eksempel på, at de fællesskaber, informanterne har oplevet gennem livet, har indflydelse på deres genbrug. Dette uddybes herunder.

Lokale miljøer

Udover det at genbruge peger fortællingerne også på, at informanterne tænker i at begrænse deres forbrug ved at dele ting imellem sig i deres lokalområde. For eksempel fortæller informanten P om, hvordan de i hans fælles gård deler:

"P: Men da vi så flyttede ind, så havde vi vores fælles gård. Der gik jo ikke 14 dage, så stod der 8 kuglegrille. Fordi hver enkelt part kom med deres kuglegrill. Det fik vi lavet om, så vi købte en stentøjsovn, som en af familierne, der kom fra Italien havde til overs i deres hus i Italien. Så den blev transporteret herop. Så nu er der kun én stenovn øhh i stedet for kuglegrill som ruste og forsvinder og alt mulig andet. Så fællesskabet på den led er rigtig interessant. Lige sådan fælles møbler i stedet for hver sit møbel og alt sådan noget." (bilag 15, s. 12).

Orienteringen ses i placeringen i, da de flyttede ind samt i "den fælles gård". Komplikationen er, at der befinder sig så mange kuglegrille, som kan ruste og forsvinde. Løsningen bliver den

italienske stenovn, som de kan deles om, hvor evalueringen både kan ses i sætningen om, at der nu kun er én stenovn i stedet for de mange griller, samt i det at fællesskabet er interessant. Eftersom samtalen oprindeligt handler om fællesskab (bilag 15, s. 11) kan man også sige, at udtalelsen om dette er coda, der får fortællingen tilbage til samtalens kontekst.

Subjektet i denne fortælling kan siges at være familierne eller informanten, og objektet er det at eje en grill, men implicit kan det også være at have en nydelig gård med velfungerende elementer, som den ene stenovn repræsenterer i kontrast med 8 grill, der kan ruste og forsvinde. Modstanderen kan ses som de 8 grill, og både hjælperen og giveren er familien, der bringer stenovnen til Danmark. Modtageren er således familierne i gården. Her skaber fortællingen mening ved at pege på, hvordan fælleseje er bedre end, at alle ejer hver deres, som så kan være af dårlig kvalitet, eller som kan forsvinde.

En anden informant fortæller også en historie om at dele ting imellem sig i den opgang, hun boede i:

”G: Da jeg flyttede ind på Nørrebro, hvornår fanden var det nu, det var, i 68 eller sådan noget. Lejligheden var sådan en rigtig toværelses halløj, ikke. 112 kroner om måneden var huslejen plus gasvarme. Men det var bare studerende i hele opgangen. Og der fór vi op og ned: Hvem har en støvsuger, ikke?” (bilag 15, s. 15).

I orienteringen ser vi, at fortællingen finder sted på Nørrebro i 1968. Komplikationen ses indirekte i, at de studerende ikke ejede så mange genstande, hvor løsningen blev, at de lånte af hinanden. Subjektet her kan ses som alle, der boede i opgangen, mens objektet er de genstande, man ikke selv ejede - her repræsenteret af en støvsuger. Modstanderen kan indirekte være den lave indtægt, mens både hjælper og giver bliver de andre i opgangen. Modtager bliver den pågældende, der spørger “Hvem har en støvsuger?”. Disse to fortællinger illustrerer, at informanterne ser fællesskabet og det lokale miljø som vigtigt, når det kommer til genbrug, og når man ønsker at begrænse sit forbrug.

I løbet af fokusgruppen bliver relationerne lokalt også fremhævet gennem en fortælling om kunderne i reparationsbutikken hos informanten C. Her fortæller hun om, at kunderne er

interesserede i, hvem der har overtaget deres donerede ting, og at genbruget skaber relationer lokalt:

”C: Når du - lige for at tilføje på den der, når du siger genbrug. Altså i min butik kommer de jo ned. (...) Er den solgt, den jeg kom med? Og så gud jamen Hr. Petersen og så. De har boet på Christianshavn og gået og boet i ja hvad for en gade, det nu er, i alle de år. Og så lige pludselig så vil de snakke sammen, fordi du har købt...

P: Det er relationerne, man opbygger.

C: Det er relationerne, som der kommer ind i genbruget. Så det er jo.” (bilag 15, s. 21).

Orienteringen ses i benævnelsen af butikken, hvorefter resten fungerer som en evaluering af den forrige informant, der taler om fællesskab og fællesbrug, som er repræsenteret i de to forrige fortællinger om stenovnen og støvsugeren. I dette ses en meningskabelse i form af, at det, at genbrug skaber fællesskab, er betydningsfuldt. Denne begivenhed udgør en fortælling, der samtidig kan ses som et eksempel på, hvordan informanterne sammen konkluderer, at relationer er væsentlige i forhold til genbrug.

Andre relationer

I det næste citat ser vi, hvordan en informant fremhæver muligheden for at skabe kontakt med andre mennesker ved byttemarkeder:

”L: Men det er det. Byttemarkeder for eksempel også selvom det er alle mulige forskellige mennesker, der kommer og det er jo egentlig anonymt – især den der i dag, det var så fascinerende – vi snakkede også om i Christianshavns beboerhus. Der var ingen, der havde høretelefoner i. (...) Og folk. Og det kan godt være, man lige skubber til hinanden eller bare siger ej hvor er den fin. Og så kigger den anden og siger, hold da op. Den er virkelig fin. Øhm og det er det. Men skaber menneske-relation.” (bilag 15, s. 55-56).

Her ser vi i orienteringen, at fortællingen finder sted på byttemarkedet, hvor informanten evaluerer ved at fremhæve det fascinerende i, at ingen havde høretelefoner på, hvilket man må gå ud fra, er noget, informanten oplever andre steder. Vi ser en kobling mellem dette og

det, at folk "skubber til hinanden" eller kommenterer positivt på hinandens fund, samt det at informanten siger, at man "skaber menneske-relation". Dette kan tolkes som, at det denne fortælling er meningsgskabende for informanten ved, at byttemarkedene giver mulighed for, at mennesker kan skabe kontakt med hinanden.

En anden informant nævner også, at det er hendes veninde, som i første omgang får hende til at tage til byttemarkeder, og for denne informant spiller relationerne dermed også en rolle:

"T: Men og så vil det som nummer to prioritering for mig, i hvert fald, vil det være fordi jeg var sådan rimelig længe om at komme i gang med at gå byttemarked for jeg .. ku .. jeg tænkt ... ja: "What's the catch." Altså. Hvad er. (...) Kan det virkelig være rigtigt [Griner] altså. Skal jeg ikke yde noget selv eller altså .. ja. Så det er en .. det er en kollega, der har fået mig med. Men Ida hun var sådan: "Nejnej, så gør vi det sammen og". Altså så på den måde så .. fordi jeg var .. jeg var faktisk usikker på, hvad det var, så jeg tænkte for at nå ud til mange, så skal man være ret eksplicit i sådan rent tekstmæssigt, hvad det handler om det her ikke." (bilag 14, s. 46-47).

I denne fortælling er der en komplikation i, at informanten er i tvivl om, om der er et "catch", altså noget, hun selv skal yde, som implicit kan tolkes som noget, hun ikke vil have lyst til. Løsningen ses i det, at veninden tager hende med og siger, at de gør det sammen. I evalueringen ser vi, at informanten følte sig usikker. I codaen vendes der tilbage til konteksten, som denne fortælling deles i, hvor vi på dette tidspunkt i fokusgruppeinterviewet fremviser kommunikationsopslag fra Miljøpunkt, der omhandler byttemarkeder. I codaen understreger informanten, at det er væsentligt, at kommunikationen omkring byttemarkeder er tydelig, fordi der måske også er andre som hende, der kan blive usikre på, hvad det indebærer. Informanten kan ses som subjektet i fortællingen, og det at gå på byttemarkedet kan ses som objektet. Modstanderen bliver utydeligheden i kommunikationen, mens veninden er både hjælper og giver, og informanten er modtageren. I fortællingen skabes meningen i, at det er vigtigt at kommunikere tydeligt, da dette ellers har afholdt informanten fra at deltage på byttemarkeder - hvilket hun bliver stor tilhænger af, som vi skal høre mere om i det næste tema.

Opsummering

I disse fortællinger lægger informanterne stor vægt på fællesskaber, både lokalt og i familien, som motivation for at genbruge. Det store incitament for at genbruge i disse fortællinger kommer ikke fra et spørgsmål om bæredygtighed, men snarere fra at de fra barnsben af er blevet socialiseret ind i tankegangen om, at genbrug er godt, og det lader til at være blevet en slags vanesag. I nutiden er deres mønstre fra fortiden aktiveret, og dette virker medvirkende til, at informanterne er så aktive indenfor genbrug. Desuden virker fællesskaberne som et fornøjeligt element i fortællingerne, hvor det at være i relation med mennesker gennem genbrug og bytte vækker glæde.

7) Tilfredshed ved genbrug

Som vi har set flere steder, er der mange glædelige aspekter i informanternes fortællinger omkring det at genbruge. I løbet af de to fokusgruppeinterviews giver informanterne også direkte udtryk for en glæde eller tilfredshed ved at give deres ting væk til andre, der kan få glæde af det, ligesom de også udtrykker glæde ved at finde ting selv eller være en del af et byttemiljø. Dette ser vi i det følgende, hvor en af informanterne fortæller om en oplevelse ved et byttemarked:

”T: Men jeg synes faktisk, at forskellen på, at når jeg afleverer noget i en genbrugsbutik, så øh, eller i en container, så er det ligesom out of sight out of mind. Hvis jeg tager det med på et byttemarked, så kan jeg lægge det på et bord, så kan jeg gå halvanden omgang, og når jeg kigger igen, så er min trøje væk. En trøje som som jeg har været glad for øh .. og har nogle tanker omkring, og så nu er der er nogle andre, der får brug af den. Ej men det gør mig helt glad altså.” (bilag 14, s. 10).

I denne del af T's fortælling er komplikationen det, at noget, hun afleverer til genbrug, forsvinder fra hendes bevidsthed, hvor løsningen er at aflevere det på et byttemarked, hvilket vækker glæde, fordi hun med det samme kan se, at hendes tøj får en ny ejer. I evalueringen ser vi sætningen om, at det gør hende helt glad. Her bliver informanten subjekt, og objektet er at komme af med tøjet på en glædesfuld måde, hvor byttemarkedet kan siges at være hjælper, og den der har taget tøjet er giver til T, som er modtager af følelsen af at give tøjet væk med glæde. Meningskabelsen består i, at det, at man direkte

kan se, at en trøje er væk, betyder, at en anden har taget den, og at trøjen nu vil blive brugt af et andet menneske. Vi ser her, at gruppen også kommenterer på fortællingen. De lader til at være enige i, at der er en tilfredshed ved, at andre kan få glæde af ens ting:

“Th. Det er da en mega dejlig tanke.

K: Det er en fin tanke.

T: Altså

Th: At andre kan få glæde af den!” (bilag 14, s. 10).

Dette efterspil efter T's fortælling kan ses som et bidrag til evalueringen om, at det gør informanten glad, da de italesætter, at det er en dejlig og fin tanke. Her kommer det til udtryk, hvordan fortællingen samskabes mellem informanterne. Denne fortælling illustrerer, hvordan informanten finder mening i at gå på byttemarked, fordi hun kan se med det samme, at hendes ting er gået videre til en anden. Det oplever hun ikke på samme måde, når hun afleverer ting i en genbrugsbutik. Det er der også flere af deltagerne til byttemarkedet, der nævner overfor os under vores observationer. I vores feltnoter skriver vi blandt andet:

“En sagde, at det var rart, at man kunne se direkte, at en anden blev glad for de ting, man donerede. Hun fortalte for eksempel om et stykke legetøj, hun havde haft med, som hun allerede havde set et barn gå rundt med. Det gjorde hende glad, at ting, som hun selv var glad for, men ikke havde brug for mere, kunne få liv et nyt sted, fortalte hun.” (Bilag 7, s. 3)

Her skabes den mening, at det at hun med det samme kan se, at et barn går rundt med et stykke legetøj, hun har haft med, gør hende glad. En informant fra fokusgruppeinterviewet har også en fortælling om at dele værdien ud til andre, når de giver ting videre til familien og andre i omgangskredsen.

”P: Og i, i vores sammenhæng der er det sådan, at vi lige siden vores tre børn begyndte at flytte hjemmefra, der har vi downsizet konstant. Vi flyttede fra et hus ude - vi flyttede fra et

bofællesskab, så flyttede vi, fordi familien blev større til et hus i et klyngebyggeri og så flyttede vi fra et hus ind i en lejlighed herinde i Vendersgade og så har vi downsizet den lejlighed nu i et mageskifte inden for gårdlauget. Downsizet 40 procent i kvadratmeter. Og det betyder, at så bliver der jo altid noget til overs. Og alt det, der er tilovers, det er noget, der indeholder værdi og den værdi, den er så spredt ud til vores familie eller den er spredt ud til andre i gårdlauget eller den er flyttet over på familiens fælles ferie-fristedovre på Sønderho på Fanø. Så de samme ting spadserer videre, så det er en deleøkonomi, som egentlig bygger på, at det, der er blevet produceret. Det er blevet produceret, så det kan holde i mange, mange år.” (bilag 15, s. 19-20).

Manglen på plads efter at være flyttet til en ny bolig skaber for informanten et behov for at downsize. Dette gør, at han har ting til overs, hvilket kan ses som en komplikation. Den løses ved at dele ud af værdien ved at dele genstandene ud til familie og venner. Ud fra citatet er det svært at vurdere, hvilken værdi han mener tingene har – altså om der er tale om økonomisk værdi eller en form for affektionsværdi, men den værdi, han ser i dem, ser han spadserer videre fra sig selv til andre, når han ikke længere har plads til det eller brug for det. Det, at det spadserer videre, kan også ses som evaluering. Her er “vi”, som måske dækker over P og hans hustru, subjekt, hvor det at downsize bliver et slags objekt, eller man kan sige, at det at beholde og bevare genstandene bliver objekt. Downsizing er en slags modstander, fordi der ikke er plads til disse ting. Hjælperen og giveren her bliver deleøkonomi, og modtager bliver de venner, bekendte samt sommerhuset, som modtager disse genstande af værdi. Det, at genstandene spadserer videre og beholdes i familie og omgangskreds, gør, at informanten oplever, at værdien forbliver i hans nære omgangskreds og ikke forsvinder.

Udover disse mikrofortællinger om, at det kan vække glæde hos giveren, når en genstand overgår til andre, er der flere andre fortællinger, hvor glæde over genbrug er et centralt tema. Her ser vi også, at informanterne oplever glæde ved at være en del af byttesituationer, hvor de selv finder genstande eller oplever andre bytte. Informanten T kommenterer på en anden informants udtalelser om, at hun ikke kan lide at finde tøj på byttemarkeder, fordi hun ikke har lyst til at stå og prøve tøjet dér (bilag 14, s. 15). T giver et modperspektiv til dette, da

hun peger på, at byttemarkeder er gratis, og at man derfor i højere grad kan lege med sin tøjstil gennem byttemarkeder:

“T: Jeg var jo sjovt nok også på Christianshavns byttemarked. (...) netop det der med, at det jo er en free ride ik. Det er jo gratis, så jeg har muligheden her for virkelig at lege altså med tingene og med en stil. Altså så hvis jeg har en tanke om, at det kunne måske være meget fedt til noget andet, jeg har derhjemme. Det giver mig mulighed for kvit og frit at prøve nogle ting af som jeg måske aldrig nogensinde ville have lagt nogle penge i en butik altså. Så på den måde så ... Ja for mig. Det fordrer også bare noget kreativitet. Altså det rejser virkelig mange ting i mig ... (...) At gå på de der byttemarkeder. Og så kan det godt være, at jeg kommer hjem med noget, der er for stort eller for småt eller sidder dårligt, men så ryger det jo så i den pose. Du ved til næste byttemarked [Griner], og så har vi jo så rotationen ik. (...)” (bilag 14, s. 15-16).

K's fortælling om ikke at bryde sig om at prøve tøj på byttemarkeder kan ses som en komplikation, hvor T's fortælling kan fungere som en løsning på denne udfordring: tøjet er gratis og kan bare tages med hjem, og så kan det afleveres igen til næste byttemarked, hvis det ikke passer. Vi ser en evaluering i, at “så har vi jo rotationen (...), som peger på, at hun og gruppen taler ind i det gode ved genbrug. Informanten er subjekt, hvor tøj der passer ses som objekt, og modstanderen kan være det, at tøj ikke passer, som mest af alt kommer fra K's fortælling. Hjælperen her bliver byttemarkedet eller den kreativitet og leg med stil, der kan opstå i dette rum, fordi tingene er gratis. Giveren bliver informanten selv, som kan medbringe og aflevere tøjet uden at betale for det, og informanten eller dem, der går på byttemarked, bliver således også modtager. Denne fortælling skaber mening for informanten ved, at hun kan tillade sig at lege og være kreativ, fordi det er gratis at tage tøjet med hjem, og at hun bare kan aflevere det, hun ikke bryder sig om eller kan passe til næste byttemarked.

I den anden fokusgruppe fortæller en informant om en sjov byttesituation i forbindelse med sin datters fødselsdag, som selve informanten blev glad af:

“G: Jeg vil bare fortælle, da min datter blev 18 år. Det er 100 år siden. Så holdt vi hendes 18 års fødselsdag ude i Christianshavns beboerhus. Der skulle alle gæsterne have et stykke tøj

med. Et eller andet de ville forære væk. Som vi lagde på et langt bord. Det blev den fedeste fest. (...) Fordi folk de syntes, det var så skideskægt. (...) at stå at prøve alle de klude.” (bilag 15, s. 54-55).

Her ser vi en orientering, da fortællingen placeres i “da min datter blev 18 år” for “100 år siden”. Der ses ikke en komplikation, hvor løsningen kan ses i det, at alle gæster har et stykke tøj med hver, som alle kan bytte indbyrdes, hvor evalueringen ses i “folk syntes, det var så skideskægt”. I fortællingen ligger der meningskæbelse i, at det at prøve og bytte tøj med bekendte i et festligt lag skaber glæde, hvilket ses, når hun taler om at tøjbytningen gjorde, at det “blev den fedeste fest”, og at “folk syntes det var skideskægt”. Fortællingen bidrager også til en fælles meningskæbelse omkring det glædesfyldte aspekt, da en anden informant tre gange kommenterer, at det er “genialt” (bilag 15, s. 55).

Opsummering

Overordnet kan man sige, at der for informanterne er en glæde eller tilfredshed ved genbrugs- og byttesituationer. Dette er, når de selv giver ting til nogen, de ikke kender, og når genstandene forbliver i deres omgangskreds. Fælles er, at der knyttes værdi til genstandene, og at det er meningsfuldt for dem ikke at miste adgangen til at vide, hvad der sker med denne værdi ved enten at aflevere det til genbrug, hvor man ikke ser, hvem der får genstanden efterfølgende, eller at smide det ud. Glæden omkring at bytte og genbruge også i fortællinger, hvor informanterne selv får brugte ting, som andre har givet væk, samt når de er medskabere af rammerne for genbrugssituationer.

8) Barrierer for at genbruge

I fokusgruppeinterviewene opstår der også fortællinger omkring barrierer for at genbruge. Her taler informanterne om grænserne for, hvilke ting de vil genbruge, samt hvordan samfundet kan opsætte barrierer for, at de og andre kan have let adgang til at genbruge.

For informant F er der en barriere omkring genbrug ved, at det er svært at skaffe brugte løbesko:

“F: Øhm jeg er der, hvor at, hvad hedder det, alt tøj er genbrug øhm... Ej, underbukser, der trækker jeg faktisk øh grænsen, der hvad hedder, det køber jeg nyt. Der er også noget sportstøj, som ikke er særlig godt med genbrug. Jeg har sådan et issue. Jeg løber rigtig meget. Og bruger eller forbruger øh hvad hedder det, løbesko ret hurtigt. Det er noget, jeg sådan er meget optaget af i øjeblikket, fordi jeg løber så mange kilometer, flere tusinde om året, så hvad hedder det, så bruger jeg typisk 2-3-4 par løbesko på et år (...) Fordi at på et eller andet tidspunkt, så bliver det der skum, der er i, det bliver så hvad hedder det, hårdt, at, hvad kan man sige. At det stødabsorberer ikke særligt godt. (...) og man kan ikke købe eller sådan, man kan jo godt købe brugte løbesko, som andre måske har nyindkøbt, men det er jo stadigvæk nyproduceret. Så det er faktisk det største issue for mig. At der ikke er et godt alternativ til det.” (bilag 15, s. 18-19).

Her ses orienteringen i forhold til emnet genbrug, og vi får at vide, at “alt tøj er genbrug”, hvilket han kommer med modsigelser til efterfølgende. Komplikationen ses i form af, at han slider flere par løbesko op om året, og at det er svært at finde løbesko som genbrug. I denne fortælling kommer han ikke frem til en løsning, andet end at han må købe løbesko fra ny, hvori vi ser evaluering, at det er et “issue” for ham. Informanten selv er subjekt, hvor genbrugte løbesko er objekt, og modstanderen kan være, at man ikke kan finde så mange brugte løbesko om året. Der findes ingen hjælper, giver og modtager i fortællingen, fordi det ikke lykkes F at indkøbe løbeskoene brugt. Informanten giver udtryk for, at han har brugt tid på at undersøge, men at det ikke er muligt, at finde en måde, hvor han her kan begrænse sit forbrug af nye ting, som er vigtigt for ham, hvilket vi ser i orienteringen samt i fortællingen om sammenflytningen med kæresten, hvor de gør det til et dogme, at alt skal være brugt. Meningsskabelsen her består i et dilemma om at have værdier om kun at eje brugte ting og så at have dette specifikke behov, som ikke kan løses gennem genbrug.

I fortællingen ser vi, at F siger, at han “trækker øh grænsen” ved at købe brugt undertøj. Samme udtalelse ser vi i den anden fokusgruppe, hvor informanten Th heller ikke vil købe sit undertøj i en genbrugsforretning:

“Th: I de der genbrugsbutikker altså. Øh, og så har jeg det også, og det kan også være, at det er noget fis. Men undertøj det gider jeg. Det vil jeg ikke købe i en genbrugsforretning altså.” (bilag 14, s. 10).

Udtalelserne om undertøj ser vi ikke som fortællinger, men som relevante inputs til, hvad der kan begrænse genbrug, hvor det brugte undertøj i disse udtalelser lader til at stå som problemer uden umiddelbare løsninger indenfor genbrug.

Informanterne fortæller også, at en væsentlig barriere for at få flere mennesker til at genbruge er de høje huslejer for butikker i Indre By og på Christianshavn. Dette resulterer i, at det at gøre noget billigt eller gratis som butik er svært. Dette ser vi, da informanten C italesætter erhvervslejeloven, som ifølge hende har skabt højere huslejer, da hun siger: "Lejeloven var på vores side. Men erhvervslejeloven. Fra næste dag skal du bare betale dobbelt husleje. Du stiger til 100.000. Fra den ene dag til den anden, hvad sker der!" (bilag 15, s. 36), og senere kommenterer G, hvordan økonomien er styrende, da hun siger "Det er fandme penge, der styrer biksen, ikke." (bilag 15, s. 37). Til dette spørger moderatoren, hvad der kunne være et fremtidsperspektiv i stedet for dette scenarie, hvorefter informanten deler en fortælling om, at de høje huslejer er en barriere for eksempelvis at åbne flere genbrugsbutikker:

"G: Nu er den gået nedenom og hjem, den der croissant-butik, der lå oppe i Frederiksborggade, det første stykke af Frederiksborggade overfor slagteren. De betalte 83.000 om måneden i husleje. Der skal eddermame langes noget kaffe og nogle croissanter over disken for at det kan hænge sammen. Så, så. Så, så, så det er pengenes lov, der styrer, hvem der er. Og det vil sige, at dem, der eventuelt ville gøre noget gratis eller meget billigt, sådan noget genbrug og sådan noget, de har ingen chance. Og det kunne være min drøm, ikke." (bilag 15, s. 39).

Orienteringen ses i form af croissant-butikken på Frederiksborggade, og komplikationen ses i fortællingen ved, at den nævnte butik måtte lukke på grund af en høj husleje. I fortællingens evaluering kobler hun fortællingen om en butik i sit nabolag til gruppens aktuelle samtale omkring drømmescenarier for genbrug, og giver udtryk for, at "det er pengenes lov, der styrer". Der kommer der ikke en løsning på komplikationen i fortællingen, men indirekte kan man sige, at drømmen og dermed en løsning kunne være lavere husleje til for eksempel genbrugsbutikker. Vi ser, at andre informanter er en del af den meningskabelse, der opstår i

forbindelse med fortællingen, da der op til denne fortælling er dialog om høje huspriser og effekterne deraf. Fortællingens meningskabelse er, at disse forretninger, som ifølge informanten kan skabe endnu større motivation for at genbruge, ikke tjener mange penge. Derfor har de ikke mulighed for at få grobund i Indre By og på Christianshavn på grund af de høje huslejepriser.

Opsummering

I dette tema ser vi fortællinger om, at der er grænser for, hvilke genstande informanterne har lyst til at genbruge, og at der er en udfordring i at genbruge gennem strukturelle udfordringer i mangel på butikker, som kan skabe grobund for at skabe en større kultur for at genbruge, bytte og reparere.

Opsummering

I disse temaer ser vi forskellige fortællinger om at genbruge. Vi ser fortællingerne om, at det er billigere at genbruge, at genbrugsting er af god kvalitet, og at det er meningsfuldt at værdsætte ejendele i en sådan grad, at man reparerer og passer på dem fremfor at smide dem ud. Vi ser fortællingen om, at brug-og-smid-kultur vækker harme måske både på grund af førnævnte ønske om at passe på ting, men også på grund af klimaet. Vi ser, at fællesskaber kan være styrkende i forhold til genbrug, og at det at bytte kan skabe et tilfredsstillende og glædeligt element, og vi ser fortællingen om, at der er en glæde ved at se ens egne ting gå videre og have værdi for andre. Vi ser, at genstande, som har fortællinger hæftet på sig, vækker større værdi end nye, anonyme genstande, og sidst ser vi udfordringen i at genbruge genstande som undertøj og løbesko, samt problemet ved at genbruge, når det er mindre tilgængeligt.

Særligt elementerne komplikation og løsning bidrager til at pege på, hvilke udfordringer og løsninger informanterne oplever: vi kommer for eksempel frem til, at genbrug ofte er en løsning på et problem, informanterne har, hvilket kan bidrage til Miljøpunkts strategiske kommunikation om genbrug fremadrettet. Evaluering viser informanternes refleksioner og meningskabelse, og det er her, de bygger videre på hinandens fortællinger.

I disse temaer berører informanterne bæredygtighed og klima flere gange, men dette virker ikke som et overordnet tema, som vi har kunnet analysere informanternes fortællinger indenfor. Og dog: I det næste skal vi se, hvordan de analyserede mikronarrativer taler ind i et metanarrativ om netop bæredygtighed.

Meta- og mikronarrativer

I denne del af analysen vender vi tilbage til mikro- og metanarrativer, som er præsenteret i teorikapitlet. Mikronarrativer relaterer sig til konkrete, kontekstualiserede fortællinger, mens metafortællinger er lig samfundsmæssige diskurser (Warming, 2019). I det følgende fremsætter vi, hvordan vi ser, at informanterne taler ind i et metanarrativ om bæredygtighed. Vi ser i den tematiske analyse, at der er en del fortællinger, der kobler genbrug til andre ting end bæredygtighed - som for eksempel økonomi, nostalgi, kvalitet og fællesskab. Både disse og andre mikronarrativer i informanternes fortællinger, tegner dog et billede af bæredygtighed som en stor del af motivationen for og tankerne bag informanternes nutidige handlinger indenfor genbrug. Disse præsenterer vi herunder.

Udsagn og fortællinger om bæredygtighed

I fokusgruppe 1 spørger moderatoren informanterne, om de tænker over bæredygtighed i deres hverdag, hvortil to af informanternes mikrofortællinger viser et entydigt "ja". Th siger, at han er:

"Th: (...) meget konsekvent i forhold til indkøb altså (...). det jeg oplever her nogen gange det er, at hvis jeg så ikke lige kan finde noget, der er økologisk, og jeg tager det i min kurv, så når jeg nærmer mig kassen, så tager jeg det sgu ud igen. Så vil jeg egentlig heller undvære, så der .. øh jeg kan mærke, at jeg virkelig er blevet konsekvent med det sådan ja." (bilag 14, s. 19).

Denne mikrofortælling om at handle ind og være så konsekvent inden for økologiske madvarer, at konventionelle varer fjernes fra kurven, kan tegne et billede af en forbruger med en stærk bæredygtig ideologi. Det, at fortællingen startes af et spørgsmål om bæredygtighed kan være et tegn på, at denne mikrofortælling taler ind i en metafortælling om bæredygtighed.

Informanten K svarer til samme spørgsmål, at personen ikke flyver så meget længere:

“K: Jeg havde en snak med nogen om man skulle et eller andet sted hen, kan jeg huske. Flyve et eller andet sted hen. Så sagde jeg: ”Det kan jeg ikke. Jeg kan ikke flyve”. (...) Jeg var ude og flyve i foråret ik, og på et eller andet tidspunkt, så sagde jeg til mig selv: ”En flyvetur om året”. Eller når folk spørger: ”Flyver du? Nej kun en gang om året eller sådan et eller andet. Bare for at sige noget. Ikke for at være fanatisk antiflyver eller sådan et eller andet ik, men folk de smutter jo lige til London og lige til Sydfrankrig og lige til et eller andet sted, og man skal bare sidde der og smile til dem ik. Der har jeg det rigtig skidt kan jeg mærke.” (bilag 14, s. 19-20).

Her hører vi om en decideret kropslig reaktion på andre menneskers miljøbelastende handlinger, dog uden at informanten benævner det således. Dette kan igen ses som en mikrofortælling, der taler ind i metafortællingen om bæredygtighed, og det, at miljøbelastning ikke nævnes eksplicit, kan ses som, at informanterne allerede har skabt fælles konsensus for forståelsen af, at det er vigtigt at tænke bæredygtigt. Dette slås an i starten af fokusgruppeinterviewet, hvor moderatoren spørger, hvad informanter tænker på, når de præsenteres for ordet ”genbrug”, hvortil B prompte svarer: ”Besparelser og ressourcer. (...) Specielt sådan noget som plastik. Når man ser billeder fra verdenshavene, så det jo rædselsfuldt at se på.” (bilag 14, s. 3). Denne mikrofortælling taler ind i en metafortælling om miljøbevidsthed eller bæredygtighed, fordi hun nævner ressourcer, plastik og verdenshavene. De andre informanter taler også ind i en metafortælling om bæredygtighed her, hvor informanterne efter at have talt om trends og normer indenfor genbrugstøj (beskrevet under temaet af samme navn herover) (bilag 14, s. 4-5) kommer ind på brug-og-smid-væk-kultur (ligeledes beskrevet i temaer herover), hvor B siger: ”Og derfor blev forbruget større. Og det er jo så det, at man nu er begyndt at sige: ”Kære venner. Nu bliver vi nødt til at få det ned.” efterfulgt af Th, der siger: ”Ja, men hele den her brug og smid-væk-kultur. Det. Jeg kan mærke sådan inde i mig, at den gør noget negativt ved mig.” I denne del af interviewet responderer T to gange med ”Mmh”, der virker anerkendende af de andres ytringer, og K afbryder til sidst og siger: ”Det er virkelig øv ik.” (bilag 14, s. 5-6).

Denne opstart af interviewet fastlægger informanternes position i forhold til bæredygtighed, hvor de opnår fælles konsensus om, at bæredygtighed og miljøbevidsthed er at foretrække. Citaterne ovenfor er ikke fortællinger i den forstand, vi har arbejdet med fortællinger, og de skal ses som holdninger i stedet. Disse er med til at sætte rammen for informanternes indbyrdes enighed og indforståethed for resten af interviewet.

I interviewet med fokusgruppe 2, kommer informanten C ind på affaldssortering og madspild, når hun fortæller:

“C: Så da jeg kom tilbage efter 12 år derovre og fandt ud af, at der ikke var sket så meget med miljøet her i København. Der var ikke noget, der hed grønt kompostspand. Jeg kom tilbage i 97. Så var det udfordrende at være lige pludselig eks-landmand. (...) Så da den kom i nul - i 18 eller hvornår det var den grønne spand kom, så var det bare - så er jeg færdig med at køre rundt i byen og hælde mit affald ind under buske..” (bilag 14, s. 6-7).

Dette taler også ind i en metafortælling om, at vi skal passe på miljøet, hvilket anskueliggøres gennem fortællingen om, hvordan hun kører rundt i København og lægger sit bioaffald under buske.

Sidst nævner vi her endnu en ytring, der ikke klassificeres som en fortælling. Den medtages for at vise et sidste perspektiv fra fokusgruppe 2, der taler ind i metafortællingen om bæredygtighed, miljø og klima. P peger på et ønskeligt fremtidsperspektiv, når han siger:

“(...) lad os så tage en diskussion om, hvordan vi udveksler viden indbyrdes med Miljøpunkt som videnscenter på grøn bæredygtig udvikling, undskyld ordet bæredygtig. Men grøn udvikling, der sikrer at træerne, der vokser her, de bliver ved med at vokse her også de næste 300 år.” (bilag 15, s. 44).

Den ønskelige udvikling, som P italesætter, med benævnelse af Miljøpunkt som grøn aktør og ordene “grøn” og “bæredygtig” samt fokus på ønsket om træers lange levetid taler alle ind i en metafortælling om bæredygtighed.

De viste mikrofortællinger, der både nævner bæredygtighed direkte og nævner temaer om økologi, flyvning, affaldssortering eller kompostering taler alle ind i et metanarrativ om, at vi skal passe bedre på planeten på forskellig vis.

Sidst skal det nævnes, 5 ud af 9 informanter har en tilknytning til Miljøpunkt og det lokale miljøarbejde, hvilket vi kan antage betyder, at de har en interesse i at tænke i bæredygtige tanker.

Mikrofortællingerne taler ind i metafortællingen

Gennem den tematiske del af analysen ser vi nogle mikrofortællinger, der kan siges at have rod i en metafortælling om, at klima og miljø er belastet, og at vi som mennesker har et ansvar i forhold til at modvirke dette. Dette kommer blandt andet til udtryk i F's mikrofortælling om, da han flytter sammen med kæresten, som vi præsenterer under temaet *Økonomi*, hvor han - udover at nævne den økonomiske fordel ved at købe genbrug - kommenterer på, at der findes mange ting overalt (bilag 15, s. 13). Senere taler han om overproduktion hos virksomheder og foreslår, at der skal regulering til, hvis der skal ske en større ændring i forhold til genbrug og bæredygtighed i fremtiden (bilag 15, s. 42).

I en samtale om overforbrug kommer det frem i en mikrofortælling, at Th får "ondt i maven" og bliver påvirket af "plastiklort" på markeder, og senere i samtalen, hvor gruppen taler om Black Friday italesætter han, at det er "ulækkert" (bilag 14, s. 49). Vi har placeret fortællingerne her under temaet *Brug-og-smid-væk-kultur*, som vi har vist, at flere andre informanter også har stærke, negative holdninger til det. Det ubehag, de oplever, kan betyde, at disse mikronarrativer taler ind i en større metafortælling om, at vi skal passe på miljøet.

Opsummering

Vi ser gennem analysen, at der findes et væld af mikrofortællinger, der taler ind i en metafortælling med bæredygtighed som centrum. Dette kommer til udtryk gennem mikronarrativer om genbrug og i højere grad ser vi det gennem informanternes hverdagsliv i form af frivilligt arbejde og relationen til Miljøpunkt samt gennem mikrofortællinger om andre bæredygtighedsspørgsmål end genbrug.

Hvilken type fortællinger fylder mest?

For at kunne bruge informanternes fortællinger som bidrag til anbefalinger til Miljøpunkt, definerer vi i kodningen, hvilken type fortælling, der er tale om (bilag 13). Her trækker vi på forskning om, henholdsvis positive og negative fortællinger og faktuelle fortællinger påvirker modtageren mest (Morris et al., 2019; Wong-Parodi og Feygina, 2021). Da resultaterne i disse artikler er varierende i stedet for at komme med entydige konklusioner, laver vi en analyse med afsæt i disse teorier. Hvordan de er anvendt defineres i analysen af den enkelte type fortælling herunder. Dette er ikke et kvantitativt studie, men opdelingen og overblik over antal af forskellige typer fortællinger giver alligevel noget at tale ud fra. Overblikket ses i tabel 1.

Positive fortællinger om årsagen til at genbruge	Negative fortællinger om årsagen til at genbruge	Neutrale fortællinger om årsagen til at genbruge	Faktuelle fortællinger om årsagen til at genbruge
36	12	7	1
Der er knyttet positive følelser til 25 af disse	Der er knyttet negative følelser til 7 af disse	Der er ikke knyttet følelser til disse	Der er ikke knyttet følelser til disse

Tabel 1. Overblik over positive, negative, neutrale og faktuelle fortællinger.

Positive fortællinger

Vi definerer positive fortællinger som fortællinger, der omhandler positive årsager til, at informanterne genbruger. Dette ser vi, når informanterne oplever glæde ved det sociale samvær omkring genbrug under temaet *Fællesskab og relationer*, da P fortæller om den jakke, der blev genbrugt af flere børn i bofællesskabet, og han afslutter med sætningen: "Så det, det er berigende." (bilag 15, s. 11). Ordet "berigende" peger på rigdom, og her er det ikke i materiel forstand, men det peger snarere på en indre, følelsesmæssig rigdom.

Det viser sig også under temaet *Genstandes historik*, hvor informanterne værdsætter tingene, fordi der er hæftet en fortælling på genstanden, som højner dens værdi for ejeren.

Dette kommer til udtryk, når han taler om udelukkende at købe brugte ting til hans og kærestens nye lejlighed "F: Og tingene får også tillagt en helt anden betydning, synes jeg, når de er fra genbrug. Det at der følger en historie med (...)." (bilag 15, s. 13). Det, at der kan følge en betydning og historie med til en genbrugt genstand ser vi som en positiv fortælling, som motiverer F til at købe genbrugt.

Der er også tale om en positiv fortælling, når der genbruges, fordi det er trendy at gå i det aflagte tøj, som vist under afsnittet *Trends og normer*. Her nævner P, at hans kone gik i sin bedstefars undertrøje og fremhæver, at det var "(...) smart at gøre det. Og det var jo en markering af individualitet og historie og alt muligt andet." (bilag 15, s. 11). Det, at handlingen var smart samt en markering af individualitet og historie, tillægger det at genbruge en positiv årsag.

Selvom disse fortællinger alle rummer positive årsager til at genbruge, er nogle af fortællingerne fortalt neutralt, uden vi kan spore nogen følelser. Vi ser dog større følelsesmæssige reaktioner, når vi hører informanterne sætte ord på deres følelser. Det viser sig under temaet *Brug-og-smid-væk-kultur* i en samtale om det at købe størstedelen af sine ting genbrugt, hvor det kan tage tid at finde de rigtige ting. Her siger informanten L: "Men til gengæld bliver man så glad, når man så har fundet det rigtige." hvortil F svarer: "Og det gør man." (bilag 15, s. 14). Her viser ordet "glad" direkte den positive følelse ved at finde en brugt genstand, og tilføjelsen af ordet "så" foran understreger glæden i dette.

Glæde viser sig også ved temaet *Tilfredshed ved genbrug*, hvor T oplever glæde ved at give sine egne brugte ting væk: "Ej, men det gør mig helt glad altså. (...)", og Th svarer: "Det er da en mega dejlig tanke." (bilag 14, s. 10). Igen går ordet "glad" igen, og Th's respons med ordene "mega dejlig" virker anerkendende og fremhæver glæden i at give egne ting væk, mens det peger på, at Th er enig i denne glæde.

Her ser vi, at de positive fortællinger fylder mere i antal, og at der er forskellige veje at gå med personlige fortællinger, herunder både det fællesskabsbetonede, glæden ved at finde "det helt rigtige" og genstandes historik.

Negative fortællinger

Der er tale om negative fortællinger, når det at købe nye ting vækker negative reaktioner for informanterne. Dette ser vi under temaet *Brug-og-smid-væk-kultur*. Dette viser sig under samtalen om Black Friday, hvor B siger: "Og jeg må indrømme den der Black Friday, den får den til at løbe koldt ned af ryggen på mig.", hvortil Th senere siger: "Jeg synes bare, det er ulækkert." (bilag 14, s. 49-50).

Ordene "løber koldt ned af ryggen på mig" og "det er ulækkert" henviser til stærke kropslige reaktioner, som peger på, at det føles negativt for B og Th at tænke på overforbrug.

T kommer også ind på, at det at købe for 5.000 kroner nye ting hver måned er: "(...) elitært. Øh og utiltalende." (bilag 14, s. 7), mens B siger, at "(...) man er omhyggelig med netop ikke at smide ting ud, som ikke behøver at blive smidt ud .. øh fordi det er umoralsk på en eller anden måde." (bilag 14, s. 19).

Disse dele af fortællinger er eksempler på, hvordan der findes fortællinger, der kan påvirke følelserne negativt og dermed motivere informanterne til at genbruge. En del af motivationen stammer altså fra, at der sker noget negativt, når man ikke genbruger. Det drejer sig om et langt mindre antal fortællinger i vores kodede materiale, og vi vurderer de negative fortællinger som mindre væsentlige i forhold til fremadrettet kommunikation.

Neutrale fortællinger

Der er tale om neutrale fortællinger, når årsagen til at genbruge er af praktisk karakter, for eksempel når det hænger sammen med, at det er billigere eller nemmere. Dette kommer til udtryk under temaet *Økonomi*, for eksempel når Th taler om en årsag til at købe genbrug, da hans børn var små: "Vi kørte selvfølgelig genbrug. Vi havde sgu ikke råd til at købe nyt børnetøj hele tiden." (bilag 14, s. 4). Denne udtalelse ledsages af ordene "selvfølgelig" og "sgu", hvilket påvirker, at fortællingen indebærer en understregning af, at der ikke var andre muligheder for familien. Det lader til at være en praktisk foranstaltning, der gør, at Th købte genbrug dengang. Denne fortælling rummer altså hverken en decideret negativ eller positiv årsag.

Faktuelle fortællinger

Sidst peger vi på, hvordan de faktuelle fortællinger kommer i spil. Dette er, når informanter inddrager faktisk viden om genbrug som en af årsagerne til, at de handler, som de gør. P siger: "80 procent af det tøj, der bliver produceret, det bliver aldrig nogensinde brugt. Altså 80 procent bliver destrueret direkte." (bilag 15, s. 32). Dette kan være tegn på, at inddragelsen af fakta er medvirkende til P's syn på genbrug. Der er kun denne ene faktuelle fortælling i alt datamaterialet, og vi ser derfor denne underrepræsenterede form for fortælling som mindre relevant i formidlingen.

Opsummering

Analysen viser, at de positive årsager til at genbruge fylder langt mere end de negative og neutrale årsager til at genbruge. Kun en af informanternes fortællinger er præget af faktuelle forklaringer på årsager til genbrug.

Dette kan betyde, at informanterne af forskellige årsager ikke kender til de faktuelle årsager inden for bæredygtighed og genbrug, for eksempel fordi de ikke interesserer sig for dem, eller fordi der ikke formidles så meget om dem. Det kan være svært at pege på, hvad der kan forklare dette.

Resultaterne af analysen foranlediger os til at gå videre med positive fortællinger som et bud på, hvordan man kan kommunikere til borgere omkring genbrug og bæredygtighed fremadrettet. Dette ligger hertil fint i forlængelse af, at der er mange negative fortællinger om klima og miljø, og at dette kan medvirke til handlingslammelse, hvilket ikke bidrager til at ændre de klimabelastninger, der finder sted i verden pt.

Svaret på, hvordan de positive fortællinger vil påvirke borgere til at genbruge i højere grad end negative og faktuelle, kræver en efterprøvning. Dette kommer vi ind på i vores diskussion.

Det sociale aspekt af narrativer

I løbet af fokusgrupperne ser vi flere steder eksempler på, at informanterne sammen skaber fortællingerne. Dette er karakteristisk for narrativer, der ifølge Ochs og Capps (1996) er situationelt forankret, og som ifølge Kjærbeck (2005) forhandles mellem deltagerne, hvor modtageren bliver en medskaber af fortællingen.

Vi ser, at informanterne indbyrdes reagerer på hinandens fortællinger og på den mening, de forhandler socialt mellem hinanden. Det sker for eksempel i F's fortælling om at flytte sammen med kæresten, som vi kommer ind på i temaerne *Brug-og-smid-væk-kultur* og *Økonomi*. Han fortæller, at de har valgt kun at købe genbrug, selvom det kan tage længere tid. Her reagerer flere af de andre informanter på hans fortælling. For eksempel mener L: "Men til gengæld bliver man så glad, når man så har fundet det rigtige." (bilag 15, s. 14). Dette er F enig i, og det giver ham yderligere nogle refleksioner over fortællingen, hvor han siger: "Og det gør man. Hele den der proces med, at finde det, diskutere frem og tilbage, synes jeg. Det gør, at man tilvælger ting, på en hvad hedder det... Fordi ting har det også med at eje en." (bilag 15, s. 14). Her ser vi, hvordan fortællingerne skabes gennem informanternes behandling af enighed, som vi også beskrev under *Fokusgruppeinterviews med borgere fra Indre By og Christianshavn* i metodekapitlet.

Vi ser et andet eksempel på modtagerens rolle i skabelsen af fortællingerne, når de taler om de forskellige temaer og minder hinanden om emner og pointer, de synes, er relevante at have med. Blandt andet siger L, efter P er kommet med en fortælling om fællesskab:

"L: Og så er der den del, du siger fællesskab. Og det synes jeg nemlig også, at genbrug er fællesskab. Nu har jeg siden 2015 været meget aktiv i tøjbyttemarked regi og er besøgende hos mange frivillige, men har også selv holdt en del. (...) Men folk falder i snak og folk falder i snak, mens man kigger på ting." (bilag 15, s. 12).

I citatet ser vi, hvordan fokusgrupper som metode giver mulighed for at undersøge, hvordan fortællingerne bliver skabt gennem gruppeinteraktion (Halkier, 2016). Dette har vi beskrevet i metodekapitlet. Interaktionen og den fælles skabelse af fortællingerne sker løbende gennem begge interviews, hvor det tydeliggøres, at fortællingerne er situationelt

forankrede. Udover at fortællingerne samskabes ved, at de eksplicit taler videre ud fra hinandens fortællinger, kan det også siges, at andre elementer i situationen kan være med til at skabe fortællingerne, selvom dette ikke eksplicit italesættes. Det gælder for eksempel sammensætningen af personer, rummet, vores spørgsmål med mere, hvilket vi reflekterer over i kapitlet *Metoderefleksioner*. Hele processen med at samskabe narrativer blandt informanterne sker ud fra fænomenologien intersubjektivt i den situationelle og sociale sammenhæng i fokusgrupperne.

Opsummering

I temaanalysen ser vi forskellige mikrofortællinger om at genbruge, herunder økonomi, trends og normer, genstandes historik, brug-og-smid-væk-kultur, reparation, omtanke og upcycling, fællesskab og relationer, tilfredshed ved genbrug og barrierer for at genbruge. Disse temaer ser vi på i relation til metanarrativet om bæredygtighed, miljø og klima, hvor vi kan påpege, at flere af disse taler ind et bæredygtighedstema, selvom det ikke altid fortælles eksplicit. Dette metanarrativ kan ses som en ramme for temaerne, og kan være med til at uddybe informanternes forhold til genbrug. Vi analyserer også informanternes udsagn ud fra, om der er tale om positive, neutrale eller negative fortællinger. Her finder vi en overvægt af positive fortællinger. Vi betragter narrativerne som skabt i situationen og ser flere eksplicitte eksempler på, hvordan informanterne skaber og videreudvikler hinandens fortællinger i løbet af interviewet.

Diskussion

I vores diskussionskapitel stiller vi skarpt på de to led i specialets problemformulering, der henholdsvis indeholder en teoretisk og en praktisk del. Dette gør vi for at nuancere specialets analyse med henblik på at trække tråde hen mod vores anbefalinger til Miljøpunkt baseret på undersøgelsen, som vi præsenterer efter dette kapitel. I den henseende starter vi med en diskussion af, hvilke fortællinger vi ser komme frem i den narrative analyse. Efterfølgende diskuterer vi anvendelsen af fortællinger til optimering af Miljøpunkts kommunikation. Diskussionen omkring anbefalingerne inddrager vi løbende.

Borgernes fortællinger

I den første del af vores undersøgelse får vi et indblik i borgernes fortællinger omkring genbrug og bæredygtighed. Undersøgelsen indeholder to fokusgrupper med borgere fra Indre By og Christianshavn, hvor vi gennem den narrative interviewmetode får et rigt datamateriale med informanternes fortællinger omkring genbrug. Gennem dette materiale analyserer vi os frem til, at der findes nogle mønstre blandt disse fortællinger. I dette afsnit diskuterer vi pointer fra analysen med udgangspunkt i de positive, negative, neutrale og faktuelle fortællinger, temaerne, aktantanalysen, fortællingernes struktur og sammenhængen mellem fortællingerne på mikro- og metaplan.

Typer af fortællinger til formidling af genbrug

I den forskning om formidling af bæredygtighed gennem storytelling, som vi præsenterer i afsnittet *Narrativer om bæredygtighed*, ser vi, at der er forskellige resultater af, hvilke fortællinger der påvirker modtageren mest muligt. Hvor der er enighed om, at fortællinger er effektive, finder Morris et al. (2019), at den negative fortælling påvirker mest, men at den også kan føre til handlingslammelse, mens Wong-Parodi og Feygina (2021) ser, at både negative, positive, neutrale og faktuelle fortællinger påvirker lige meget. Song og Jones (2014) konkluderer - som man kan argumentere for kan fungere som forklaring på disse modsatrettede perspektiver, at en fortællings effektivitet er kontekstafhængig. I tråd med risikoen for handlingslammelse pointerer Ojala (2018), som nævnt i *Problemfelt*, at et

pessimistisk syn på fremtiden i forhold til klimaforandringer kan føre til mangel på handlekraft (Ojala, 2018, s. 14). Dette kan underbygge behovet for positive fortællinger omkring genbrug.

I analysen ser vi, at vores informanter både har positive og negative fortællinger om at genbruge. Der er tre gange så mange positive fortællinger omkring det at genbruge, og dette kan foranledige tanken, at de navnligt genbruger af positive årsager såsom, at det er fornøjeligt, skaber fællesskab og nostalgisk velbehag. På den anden side kan overvægten af positive fortællinger betyde, at informanterne påvirker hinanden i interviewet, og at de derfor blot får fremhævet de positive fortællinger fremfor de negative. Samtidig peger antal af fortællinger ikke nødvendigvis på, hvilken vægtning de enkelte fortællinger har - den positive fortælling kan principielt vægte langt lettere end den negative, når informanterne skal træffe beslutning om at genbruge eller ej. Derudover betyder det, at de har flest positive fortællinger ikke, at det nødvendigvis er dem, som vil påvirke dem mest. Når dette er sagt, vil vores første skridt i retningen mod at forbedre Miljøpunkts kommunikation gennem fortællinger være primært at integrere borgeres positive fortællinger i den strategiske kommunikation.

Fortællingernes temaer

I analysen kommer vi frem til 8 temaer, der viser de mønstre, vi ser i kodningen af empirien. Den tematiske analyse giver os indsigt i, hvilke fortællinger informanterne har om genbrug, og derigennem kan vi pege på, hvad der kan siges at motivere borgerne til at genbruge. Denne viden kan pege på, hvad der kan være givtigt for Miljøpunkt at kommunikere om. På den anden side kunne en anden tilgang, hvor vi kiggede på den enkelte informants fortælling én ad gangen, have givet os en dybere forståelse af den enkeltes overvejelser og sammenhængen mellem personens udtalelser i løbet af interviewet. I den nuværende analyse anvender vi dele af informanternes samlede fortællinger, hvilket på grundig vis giver os indsigt i, hvor informanterne har ensartede fortællinger om samme tema - men det bliver også en smule fragmenteret. I kapitlet *Metoderefleksion* kommer vi yderligere ind på, hvordan en anden tilgang til interview af borgerne kunne have bidraget til indsigterne. Analysen af temaerne giver os dog mulighed for at undersøge gruppens konstruktion af

fortællinger fremfor at fokusere på individets. Dette er i tråd med vores teoretiske udgangspunkt, hvor fortællinger ses som situationelt skabte, og hvor fortæller og modtager er fælles om at skabe fortællingen.

Med vores teoretiske udgangspunkt ser vi temaerne som udtryk for, hvordan informanterne skaber mening i forhold til genbrug og forbrug. Nogle temaer taler i højere grad ind i de positive fortællinger, andre i de negative eller neutrale. I forlængelse af ovenstående diskussion anbefaler vi primært, at Miljøpunkt benytter temaerne, der taler ind i de positive fortællinger. Vi argumenterer samtidig for, at de andre fortællinger ikke skal udelukkes, da de ud fra analysen stadig er væsentlige, men blot er mindre fremtrædende end de positive. Kommunikation kan for eksempel handle om, at genbrug i fællesskab vækker glæde, tilfredshed ved at passe på sine ting og reparere dem, visuelt vise genbrugstøj, som følger nogle af de nuværende trends eller en fortælling fra en borger om, hvor glade de er for at genbruge og bytte. Det kan være fortællinger om genstande, der har en særlig betydning for en person, eller når man kan se en anden blive glad for den ting, man lige har givet væk på et byttemarked.

Fortællingernes opbygning

I analysen benytter vi os af forskellige analyseredskaber og teorier til at belyse informanternes fortællinger. Blandt andet benytter vi Greimas' aktantmodel (1974) og Labov og Waletzky's 5 elementer (1997) til at analysere struktur og aktanter i fortællingerne. Aktantanalysen giver os et indtryk af, hvordan informanterne opfatter mål, begrænsninger og muligheder i forhold til genbrug. Samtidig kan den sige noget om, hvor de placerer sig selv i forhold til emnet genbrug. Elementerne komplikation og løsning (Labov & Waletzky, 1997) giver os et blik for, hvor informanterne ser problemer, som genbrug kan løse, mens evalueringen er en essentiel del af informanternes meningsgælbelse. Disse modeller giver os samlet set mulighed for at komme dybere ind i fortællingerne og se på, hvilken meningsgælbelse fortællingerne rummer. Vi mener, at Labov og Waletzky's analyseramme er anvendelig til at analysere fortællingerne i vores fokusgrupper, fordi den netop er udviklet på baggrund af mundtlige fortællinger fra mennesker om deres personlige erfaringer og konkrete oplevelser indsamlet under interviews.

Labov og Waletzky har dog ikke det fremtidsorienterede perspektiv, der peger i retning af, hvordan man kan anvende fortællingerne fremadrettet. Vi kommer for eksempel til kort, når vi skal anbefale Miljøpunkt en struktur til formidlingen af fortællingerne. Vi kan ikke anbefale Miljøpunkt at skabe narrativer opbygget omkring modellen, fordi den ikke er beregnet til at sige noget om, hvordan fortællinger bør struktureres.

Hvor aktantmodellen hjælper os til at analysere essentielle dele af fortællingerne frem, har den også sine begrænsninger. Analysen af relativt korte fortællinger gør, at det ind i mellem kan være udfordrende at præcisere, hvilke aktanter der fremgår i den pågældende fortælling. På den ene side fungerer aktantmodellen måske bedst til at analysere eventyr fremfor fortællinger fra hverdagens kontekst, men på den anden side giver den os væsentlige resultater i analysen af temaer. Modellen kan dog danne grundlag for en anbefaling om at inddrage forskellige aktører og roller i fortællingerne. Hertil kan vi pege på helterejsen som en nyttig struktur at bygge fortællinger op omkring, fordi den opstiller et transformativt hændelsesforløb, som er anvendt i mange kulturer gennem menneskets historie (Kudler, 2020). Derudover kan vi benytte Bayer og Hettingers (2019) 5 krav til effektive fortællinger, som vi har defineret i teorikapitlet under *Narrativer om bæredygtighed*. Disse krav kan bruges til at skabe effektive fortællinger, mens analyserammen i højere grad er anvendelig til at belyse de fortællinger, som mennesker har om deres liv.

Betydningen af metafortællingen

I den narrative analyse fokuserer vi primært på mikrofortællinger, fordi vi interesserer os for de konkrete og kontekstspecifikke fortællinger, borgerne har om deres hverdag i relation til emnet genbrug. Fordelen ved dette er, at vi får et indblik i nogle hverdagsnære tanker i forhold til deres motivation til at genbruge. I disse hverdagsnære fortællinger ser vi flere gennemgående temaer, som har betydning for deres motivation, og som ikke direkte har et fokus på miljø, klima og bæredygtighed. Det kan have forskellige forklaringer. Disse begreber kan opleves for abstrakte til, at informanterne inddrager dem i lige så høj grad i fortællinger om en hverdagssituation. Samtidig kan det også skyldes, at hensynet til disse ting ligger

implicit i mange af de mikrofortællinger, vi præsenterer i analysen. Dette kan inddragelsen af metafortællinger give et perspektiv på gennem et syn på, at informanternes mikrofortællinger taler ind i en metafortælling om hensyn til miljø, klima og bæredygtighed.

I forlængelse af dette kan vi diskutere, i hvor høj grad metafortællingen om bæredygtighed skal inddrages i vores anbefalinger til Miljøpunkts kommunikation. På den ene side, er det ikke en fortælling, der direkte ses i mange af mikrofortællingerne, og man kan derfor argumentere for, at andre emner taler mere til borgernes motivation end bæredygtighed. På den anden side kan denne metafortælling ses som en ramme for de fleste af mikrofortællingerne, hvilket kan pege på en høj grad af væsentlighed. Vi anser som følge af vores analyse bæredygtighed for at udgøre en stor del af motivation og tanker bag informanternes handlinger inden for genbrug. Derfor mener vi også, at det er relevant at inddrage metafortællingen i vores anbefalinger til Miljøpunkt. Her anbefaler vi, at metafortællingen inddrages i fortællinger om temaerne, så metafortællingen ikke indgår som et hovedfokus i formidlingen, men bliver en del af fortællingerne. Eksempelvis kan man kommunikere om tilfredsheden ved at give noget væk til andre og så komme ind på, at det også bidrager positivt til klimaet.

Metafortællingen om bæredygtighed kan også være relevant at inddrage, fordi Miljøpunkt er en miljø- og klimaorganisation. Vores analyse er baseret på et fokus på de involverede borgeres perspektiv uden at tage højde for Miljøpunkts profil og formål. Så selvom analysen af mikrofortællingerne peger på et mindre fokus på bæredygtighed, ønsker vi at nuancere anbefalingerne ved også at tage overvejelser om Miljøpunkt som afsender med i betragtning. På grund af Miljøpunkts profil vil det være relevant fortsat at kommunikere om klimahensyn, selvom de identificerede temaer ikke indikerer et fokus på dette. En vigtig del af organisationens arbejde er at være bindeled mellem kommunen og andre interessenter og at vidensdele på miljøområdet, hvorfor der også er et behov for, at kommunikationen understøtter organisationens troværdighed på dette område. Med dette in mente kan det også være relevant at inddrage metafortællingen om bæredygtighed i anbefalingerne til kommunikationen.

Anvendelsen af fortællingerne i Miljøpunkts kommunikation om genbrug

I dette afsnit diskuterer vi, hvordan fortællingerne kan bruges til at optimere kommunikation om genbrug, og hvordan dette kan munde ud i nogle anbefalinger til Miljøpunkts kommunikation. Dette gør vi ved at diskutere fortællingers anvendelse generelt og analysens indsigter om informanternes fortællinger.

Fortællinger kan ikke stå alene

For at diskutere om fortællingerne i vores undersøgelse kan bidrage til en optimering af Miljøpunkts kommunikation, finder vi det relevant først at diskutere den generelle anvendelse af fortællinger. I det følgende præsenterer vi vinkler på, at fortællinger ikke nødvendigvis kan stå alene. Gundelach og Hauge (2012) peger på, at værdier om hensyn til klimaet ikke nødvendigvis er årsagerne til menneskers klimavenlige handlinger. I en undersøgelse af unge mellem 18-35 konkluderede de, at de unges bæredygtige handlinger også beror på vaner eller bestemte præferencer (Gundelach & Hauge, 2012, s. 56). For eksempel kan det at slukke lys være vanebaseret, mens det at tage kortere bade kan bero på økonomiske incitamenter fremfor værdier om bæredygtighed. Katan og Gram-Hanssen (2021) undersøger i samme retning, hvorfor danskere affaldssorterer og konkluderer, at deltagerne mener, at affaldssortering er den rigtige måde at komme af med affaldet på, fordi det er mere miljøvenligt, og at de i hverdagen har veletablerede vaner med at affaldssortere (Katan & Gram-Hanssen, 2021, s. 8). Dette afviger deltagerne dog fra, når de har gæster. Katan og Gram-Hanssens undersøgelse peger på, at deres ønske om at bruge tid med deres gæster opvejer ønsket om at affaldssortere, som opfattes som tidskrævende (Katan & Gram-Hanssen, 2021, s. 5). Både Gundelach og Hauge (2012) og Katan og Gram-Hanssen (2021) peger her på nogle helt andre ting, der kan påvirke adfærden. Dette kan betyde, at borgerne i Indre By og på Christianshavns handlinger ikke alene kan ændres gennem fortællinger, da adfærden også kan påvirkes af andre faktorer som økonomiske incitamenter, vaner, sociale eller strukturelle omstændigheder. Der kan derfor være behov for at kigge på andre faktorer som årsager til deres handlinger, der kan have betydning. Nogle af udtalelserne i vores fokusgruppeinterviews kan forstås i den ramme, eksempelvis når

informanterne fortæller om økonomi og normer. Her kan fortællingerne være udtryk for, at det netop er de økonomiske incitament eller sociale omstændigheder, der har indflydelse på deres valg, mere end det handler om nogle særlige værdier eller en indre motivation.

Bennetsen (2021) peger også på, at det ikke kun handler om vilje og motivation til at ændre adfærd, når hun undersøger københavneres klimavenlige valg. Her peger hun på, at københavnerne vælger det klimavenlige valg, når det er det letteste, sundeste og det billigste (Bennetsen, 2021, s. 219). Dette taler på sin vis imod muligheden for at påvirke borgernes adfærd gennem fortællinger, fordi fortællingerne ikke kan ændre på, om noget er let eller sundt at gøre. Det kan dog bidrage til indholdet i de fortællinger, som kan bruges til at kommunikere til borgerne. For eksempel kan fortællingerne om temaet økonomi tale ind i, at genbrug er et billigt alternativt til at købe nyt.

Det ovenstående viser, at selvom fortællinger kan have en effekt i forhold til at forandre adfærd og skabe motivation hos borgerne, kan de ikke stå alene. Der skal også være nogle strukturelle rammer, der giver mulighed for at benytte genbrug for at det er muligt.

Resultaternes bidrag til at besvare problemformuleringen

Vi ser flere måder, hvorpå undersøgelsens resultater kan bidrage til at optimere Miljøpunkts kommunikation. Blandt andet kan indsigterne fra analysen ses som en målgruppebeskrivelse, der giver et dybere kendskab til borgernes interesser, motivation, holdninger til og erfaringer med genbrug, som kan bruges i udformningen af kommunikationen. Ved at benytte en tilgang nedefra og op kan vi bruge borgernes egne fortællinger til at skabe relevans i kommunikationen. Dette peger Almegaard (2005) på kan have en positiv effekt på kommunikationen, fordi det kan medvirke til mere konkret, livlig og troværdig formidling, hvilket vi kom ind på i teorikapitlet under *Anvendelse af borgernes fortællinger i formidling*. Det kan også skabe større betydning for modtageren, hvilket kan højne muligheden for, at kommunikationen bliver mere effektiv. I dette perspektiv og ud fra teorien om samskabelse ser vi et potentiale i at benytte borgernes fortællinger direkte i kommunikationen. Dette kan skabe tilfredshed hos borgerne og øge følelsen af at kunne bidrage (Nabatchi et al., 2017; Pedersen et al., 2022). For at flest mulige borgere kan spejle

sig i formidlingen og for at inddrage forskellige perspektiver, er det vigtigt at inkludere forskellige typer af borgere, så der dermed er diversitet i forhold til alder, køn og etnicitet.

Teorien om samskabelse viser, hvorfor det er relevant at inddrage borgere og støtter op om den praksis, Miljøpunkt har i forvejen (Bilag 2, s. 4). Vi kan dog diskutere, hvor godt vi rent faktisk får inddraget borgerne i forbindelse med udvikling af kommunikationen til Miljøpunkt. I praksis havde det været nærliggende at have flere runder med grupper af borgere, hvor vi kunne få deres reaktioner og feedback på kommunikationen, hvor de anbefalinger, vi giver nu er uafprøvede og derfor mindre valide. Hertil kommer, at de konkrete borgere, vi arbejder med, har stærke holdninger til genbrug og bæredygtighed, hvor det antages, at dette ikke gør sig gældende for alle borgere i al almindelighed. Dette relaterer sig til Bovaird og Löfflers perspektiv på, at borgere oftest kun engagerer sig indenfor områder, der har betydning for dem (2012). Da det er et mål, at genbrug øges for flere end blot de engagerede borgere, giver denne undersøgelse os ikke svar på, hvad vi kan gøre for at motivere andre typer af borgere. Med andre ord vurderer vi, at informanterne i fokusgrupperne ikke er repræsentative for Miljøpunkts målgruppe, da den udover de engagerede rummer alle borgere i Indre By og på Christianshavn. Dog peger Wong-Parodi og Feygina (2021) på, at borgere, der afviser, at klimaets forandringer er menneskeskabte, alligevel påvirkes af fortællinger om klima. Et andet perspektiv kan derfor være, at de fortællinger, engagerede borgere har om genbrug og bæredygtighed, måske også er de typer af fortællinger, som andre borgere vil blive påvirkede af. Dette er dog en tese, som med fordel kan afprøves. Dette leder os videre til den næste del af diskussionen, hvor vi peger på vigtigheden af receptionsanalyse.

Test af kommunikationens effekt

Når vi undersøger, om fortællingerne kan bidrage til at optimere kommunikationen, afhænger det af, om kommunikationen har den ønskede effekt på modtageren. Stuart Hall (1973) introducerer begreberne encoding og decoding og peger på, at både produktionen og modtagelsen af en meddelelse er bestemmende for kommunikationen (Hall, 1973, s. 2). Decoding skal altså også ses som en del af produktionsprocessen (Hall, 1973, s. 3). For at vi kan vide om kommunikationen har en effekt skal budskabet decodes på en meningsfuld

måde hos modtageren (Hall, 1973, s. 3). Dette indikerer, at vi med denne undersøgelse ikke entydigt kan sige, at borgernes fortællinger kan være med til at optimere Miljøpunkts kommunikation, fordi vi mangler indblik i den del af processen, der omhandler decoding. For at kunne få indblik i dette mener vi, at der i udarbejdelsen af Miljøpunkts kommunikation om genbrug - såvel som ved andre emner - er behov for en afprøvning af de udarbejdede kommunikationsprodukter. Vi argumenterer for at teste kommunikationen på borgerne på forskellig vis. For eksempel ved at teste budskaberne og måle på kommunikationens effekt. Vi ser her en mulighed for at få overblik over, hvordan positive fortællinger fungerer bedst i kommunikationen fra Miljøpunkt til Indre By og Christianshavns borgere ved at afprøve denne tankegang. Man kunne også måle på, hvor mange mennesker, der dukker op til de forskellige events efter en kommunikationsindsats i forhold til antal deltagere ved tidligere events eller se på andre mål, Miljøpunkt kunne have for deres kommunikation. Dette ser vi som det næste skridt i forlængelse af undersøgelsen i dette speciale.

Opsummering

I dette afsnit har vi diskuteret og nuanceret vores analyses resultater med udgangspunkt i vores problemformulering. Vi ser et potentiale i at benytte fortællingerne til at optimere Miljøpunkts kommunikation, selvom fortællingerne ikke kan stå alene om at forandre borgernes adfærd i forhold til genbrug. Samtidig ser vi et behov for at teste og løbende evaluere kommunikationen for at sikre en effekt.

Analysens resultater og nuanceringen fra diskussionen er udgangspunktet for vores anbefalinger til at optimere Miljøpunkts kommunikation i det følgende kapitel.

Anbefalinger til Miljøpunkt

På baggrund af vores undersøgelse præsenterer vi her vores 5 anbefalinger til at optimere Miljøpunkts kommunikation.

Vi anbefaler, at Miljøpunkt primært formidler positive fortællinger

Vi anbefaler, at Miljøpunkt primært benytter positive fortællinger om genbrug i deres kommunikation. Dette kan for eksempel gøres ved at lave et opslag med en positiv fortælling på Facebook eller Instagram.

Vi anbefaler at bruge borgernes fortællinger direkte

I denne anbefaling råder vi Miljøpunkt til at inddrage borgernes fortællinger direkte i kommunikationen. Det kan for eksempel være gennem en kort video med et interview med en borger, som deler en fortælling om genbrug.

Vi anbefaler, at de kommunikerer omkring temaerne fra vores analyse

Denne anbefaling lyder på at benytte fortællinger, der berører temaerne fra vores analyse til at formidle om genbrug.

Vi anbefaler, at metafortællingen om bæredygtighed formidles direkte, men ikke er i fokus

Vi anbefaler Miljøpunkt at inddrage metafortællingen i deres kommunikation, men at denne ikke er hovedfokus. Eksempelvis ved at have et slogan, der taler for bæredygtighed, i en video, der ellers fokuserer på et af temaerne.

Vi anbefaler, at Miljøpunkt formidler borgeres fortællinger i en narrativ struktur

Vi anbefaler at Miljøpunkt benytter sig af opbygningen om den effektive fortælling eller helterejsen, som vi tidligere har beskrevet, når de formidler via fortællinger.

Konklusion

Formålet med dette speciale er at undersøge, hvordan narrativ forskning kan bidrage til at forandre menneskers adfærd i forhold til genbrug via formidling. Ønsket er at hjælpe konstruktivt med klima- og miljøvenlige handlinger gennem formidling til borgere i Indre By og på Christianshavn med fokus på genbrug. Ud fra specialets undersøgelse kan vi nu besvare problemformuleringen:

Hvilke fortællinger har borgerne i Indre By og på Christianshavn i relation til forbrug og genbrug? Kan denne viden bidrage til en optimering af Miljøpunkts kommunikation?

Vi ser i analysen, at informanternes fortællinger kan inddeles i 8 overordnede temaer, der ses som et udtryk for deres forhold til genbrug og forbrug. Disse har vi identificeret som 1) Økonomi, 2) Trends og normer, 3) Genstandes historik, 4) Brug-og-smid-væk-kultur, 5) Reparation, omtanke og upcycling, 6) Fællesskab og relationer, 7) Tilfredshed ved genbrug samt 8) Barrierer for at genbruge. Her ser vi, at særligt elementerne komplikation og løsning kan give et billede af, at informanternes fortællinger ofte indeholder genbrug som en løsning på fortællingens komplikation og dermed på et problem, de fremstiller i deres fortællinger. Vi ser, at disse mikrofortællinger i temaanalysen taler ind i en metafortælling med fokus på bæredygtighed, klima og miljø, og at mikrofortællingerne primært er positive omkring det at genbruge, men at informanterne også har neutrale og negative fortællinger.

Det teoretiske grundlag for specialet peger på, at fortællinger kan bruges til at påvirke borgeres adfærd i forhold til bæredygtighed, hvilket er med til at underbygge potentialet i, at disse fortællinger kan medvirke til at motivere borgerne i Indre By og på Christianshavn til at benytte genbrug. Derfor ser vi et potentiale i, at fortællingerne og specialets resultater kan medvirke til at optimere Miljøpunkts kommunikation. Om det i praksis kan optimere kommunikationen, kræver en større grad af testning af produkter, receptionsanalyse og evaluering af kommunikationen for at vide, hvilken effekt det har på målgruppen.

På baggrund af specialets analyse og diskussion kan vi dermed komme med 5 anbefalinger til Miljøpunkts fremtidige kommunikation i form af at formidle positive fortællinger, bruge

borgernes fortællinger direkte, at kommunikere om analysens temaer, at inddrage metafortællingen om bæredygtighed og at formidle borgernes fortællinger i en narrativ struktur.

Metoderefleksion

I det følgende reflekterer vi over vores videnskabsteoretiske tilgang, valget af den narrative tilgang og vores metodevalg. Herunder kommer vi ind på udførelsen af vores fokusgrupper og sammensætningen af fokusgrupperne.

Den fænomenologiske tilgang

Denne del af specialet diskuterer vores videnskabsteoretiske positions rolle og betydning for specialets udformning. Her kommer vi omkring, hvordan den særligt er genkendelig forskellige steder under specialet, samt hvor vi mener, den med fordel kunne være udfoldet mere i praksis.

Ud fra den ontologiske betragtning har vi gennem specialet undersøgt fortællinger om genbrug fra en gruppe borgere fra Indre by- og Christianshavn. Ud fra epistemologien har vi haft kontakt med borgerne ved at være bevidste om at opnå objektiv erkendelse gennem borgernes oplevelsesverden. I praksis er vi gået til undersøgelsen ved at sætte vores forforståelser i parentes og være åbne i de forskellige faser af specialet. Under specialet har vi ud fra den fænomenologiske position været bevidste om først at nedskrive rene udsagn, og først senere nærmet os analyse af stoffet, hvilket fremgår af vores kodningssystemer af empirien. I arbejdet med teorien har vi ligeledes flere steder nedskrevet teorien ved at inkludere citater.

Vores anvendte kodningssystem er med til at styrke validiteten af vores undersøgelse, og de begreber vi har konstrueret såsom de analytiske temaer. Men er der steder, hvor vi har været mere systematiske end andre? Vi ser, at hvor vi ved planlægning af interview og fokusgruppe samt analyse af særligt sidstnævnte har været gennemsigtige i vores tilgang. I henhold til deltagerobservationen lagde vi os i skrivningen af feltnoterne op af Szulevics (2020) som beskrevet i metodekapitlet, men efter skrivningen blev vi opmærksomme på konkrete fremgangsmåder i forhold til afrapportering af resultater. Dette betyder, at

feltnoterne blev nedskrevet på tre individuelle måder, dog efter en klarlægning af, hvilke typer observationer, vi ønskede at bibeholde.

Fænomenologien hjælper os til forstå sociale fænomener ud fra borgernes egne perspektiver og beskrive deres oplevelse af verden ud fra antagelsen om, at det vigtigste er, hvordan de opfatter den. Her finder vi frem til temaer i borgernes fortællinger, hvor vi er opmærksomme på at forholde os til de rene udtalelser i definitionen af temaerne. Der er flere udfordringer forbundet med at arbejde med fænomenologien. Hvordan kan vi for eksempel møde borgerne og være helt åbne uden at have nogle teoretiske forestillinger og dermed lade alt komme frem ligebyrdigt? Det er vigtigt, at vi inden for fænomenologien er åbne og beskriver ved at sætte parentes om vores forforståelser. Samtidig er det også vigtigt, at vi bestræber os på ikke at være rent deskriptive, således at vores undersøgelse ikke kan bidrage til en udvikling af begreber til at forklare fænomenet.

Den narrative tilgang

I vores speciale har vi fokus på narrativer og er nysgerrige på, hvordan den narrative tilgang kan bidrage til at undersøge borgernes forhold til genbrug, samt hvordan fortællingerne kan bruges i Miljøpunkts kommunikation. Dette fokus giver os en forståelse af, hvad fortællinger kan i denne sammenhæng. Det giver os dog også en blind vinkel i forhold til de udsagn og erfaringer, som ikke udtrykkes via narrativer, og de andre kommunikationstilgange, der kunne være relevante til at optimere Miljøpunkts kommunikation. For at kompensere for denne blinde vinkel vælger vi for eksempel også at inddrage udsagn, som informanterne ikke udtrykker gennem fortællinger, i vores analyse. Dette gør vi for at forholde os så åbent som muligt til empirien.

Valg af metode

Vi vælger i dette speciale at fokusere på kvalitative metoder som interview, observationsstudie og fokusgrupper for at få en dybdegående forståelse af borgernes fortællinger. Vi vælger at benytte fokusgruppeinterviews, der tillader mindre grad af styring. Ulempen ved dette er, at vi ikke har mulighed for at spørge ind til de enkelte fortællinger og

bede informanterne udfolde deres fortællinger. Dette resulterer ofte i korte fortællinger med få detaljer eller holdningstilkendegivelser uden fortællinger. Et alternativ til fokusgruppen er enkeltpersonsinterview, hvor vi har mulighed for at styre samtalen mere og få flere fortællinger frem. Særligt den øgede mulighed for selv at stille de opfølgende spørgsmål til fortællingerne kan bidrage til at få uddybet informanternes udsagn.

Sammensætning af informanter i fokusgrupperne

Sammensætningen af vores informanter i de to fokusgrupper har betydning for, hvilke fortællinger der træder frem, og hvilke emner de indbyrdes interesserer sig for. I vores fokusgrupper har vi primært informanter, der allerede benytter genbrug og går op i bæredygtighed. Dette kan påvirke de fortællinger og de normer, der skabes under interviewet. Samtidig kan man også stille spørgsmålstejn ved, om informanterne føler, at der er plads til at give udtryk for, at man ikke benytter genbrug, er imod det eller ikke tænker så meget over det. Dette kan påvirke vores empiri i en retning af at være mere positivt stillet over for genbrug.

Et interessant aspekt i analysens konklusioner findes i det lokale fokus. Emnet bæredygtighed bevæger sig på mange forskellige planer – både globalt, europæisk, nationalt og lokalt. Det spænder bredt, og derfor er det interessant, at informanterne fokuserer på de lokale løsninger og aktører såsom gårdlaug, andelsforeninger, lokale byttehylder med mere. Dette kan muligvis skyldes sammensætningen af informanterne og samarbejdet med Miljøpunkt. Særligt i fokusgruppe 2 er informanterne engageret i Miljøpunkt og andre lokale aktiviteter, hvilket kan medføre et større lokalt fokus, end man ville have set med en anden sammensætning af informanter.

I vores analyse er der nogle informanter, der inddrages mere end andre. Dette skyldes både, at nogle informanter dominerer interviewet, og dermed får mere taletid. Samtidig giver vores fokus på fortællinger et øget fokus på de informanter, der udtrykker sig mere via fortællinger.

Fokusgrupperne har en mangel på unge deltagere, hvor kun en enkelt informant er under 30. Dette mener vi, kan have en indflydelse på de fortællinger, der kommer frem. En af de gennemgående metafortællinger, vi ser i vores analyse, er før-nu perspektivet. I dette ser informanterne tilbage på en anden tid, for eksempel i deres barndom eller i deres børns barndom. Dette kan ses som, at alderen på nogle af informanterne gør, at deres fortællinger går flere årtier tilbage i tiden, hvilket kan give et uforholdsmæssigt stort fokus på fortiden. Spørgsmålet er også, om en gruppe med yngre informanter for eksempel ville have større fokus på nutiden eller fremtiden.

Hvordan får vi fortællingerne frem under interviewet?

Efter udførelsen af det første fokusgruppeinterview, vælger vi at ændre vores interviewguide. Vi observerer til det første fokusgruppeinterview, at det første startspørgsmål er væsentligt i forhold til at sætte tonen i interviewet – særligt, når vi vælger en ikke-styrende tilgang. Derfor vælger vi at italesætte mere eksplicit, at vi er interesserede i deres historier om genbrug i det første startspørgsmål i stedet for at starte mere åbent, som vi først beslutter os for. Der kommer en del flere fortællinger frem i fokusgruppe 2 end i fokusgruppe 1. Dette kan skyldes ændringerne i vores interviewguide. På den måde kan det diskuteres, om vi i for høj grad har påvirket informanterne til at udtrykke sig gennem fortællinger i fokusgruppe 2. Når vi i vores problemformulering har fokus på, hvilke fortællinger de har, frem for hvorvidt de benytter fortællinger eller ej, argumenterer vi for, at denne tilgang ikke har været for styrende. Særligt, når vi i høj grad forsøger at lade informanterne tale med hinanden uden for mange opfølgende spørgsmål fra vores side, og på den måde forsøger at minimere vores indflydelse på fortællingerne mest muligt. Dog ser vi dette som et ideal, hvor vi ikke kan undsige os at blive medskabere af fortællingerne idet de er situationelt forankret.

Litteraturliste

Links

a21 (2022a). *Miljøpunkt Indre By & Christianshavn*. Lokaliseret den 23.12.2022 på

<https://a21.dk/om-os/>

a21 (2022b). *Lokalt miljøarbejde i Københavns Indre By og på Christianshavn*. Lokaliseret den 23.12.2022 på <https://a21.dk/>

a21 (2022c). *Renere luft i byen*. Lokaliseret den 23.12.2022 på

<https://a21.dk/projekter/ren-luft/>

a21 (2022d). *Mindre støj i byen*. Lokaliseret den 23.12.2022 på

<https://a21.dk/projekter/mindre-stoej/>

a21 (2022e). *Grøn by, klimatilpasning og bæredygtighed*. Lokaliseret den 23.12.2022 på

<https://a21.dk/projekter/groen-by/>

a21 (2022f). *Bedre affaldssortering og affaldsudnyttelse*. Lokaliseret den 23.12.2022 på

<https://a21.dk/projekter/mere-genbrug/>

a21 (2022g). *Nyhedsbrev arkiv*. Lokaliseret den 23.12.2022 på

<https://a21.dk/nyhedsbrev-2/>

a21 (2022h). *Årsplan*. Lokaliseret den 7.8.2022 på

<https://a21.dk/wp-content/uploads/2022/03/Aarsplan-for-det-lokale-miljoearbejde-i-Indre-By-og-paa-Christianshavn-i-2022.pdf>.

Facebook (2022). *Miljøpunkt Indre By & Christianshavn*. Lokaliseret den 23.12.2022 på

<https://www.facebook.com/MiljopunktIndreByChristianshavn>

Instagram (2022). *miljopunktindreby*. Lokaliseret den 23.12.2022 på <https://www.instagram.com/miljopunktindreby/>

IPCC (2022). *Climate Change 2022: Impacts, Adaptation and Vulnerability*. IPCC. Lokaliseret den 23.12.2022 på <https://www.ipcc.ch/report/ar6/wg2/>, s. 121-130.

Københavns Kommune (2019). *Cirkulær København - Ressource- og Affaldsplan 2024*. Lokaliseret den 21.8.2022 på: https://kk.sites.itera.dk/apps/kk_pub2/index.asp?mode=detalje&id=1990

Overshootday (2022a, 28.7). *About Earth Overshoot Day*. Overshootday. Lokaliseret den 23.12.2022 på <https://www.overshootday.org/about-earth-overshoot-day/>

Overshootday (2022b). *Power of Possibility*. Overshootday. Lokaliseret den 23.12.2022 på <https://www.overshootday.org/power-of-possibility/>

WWF (2022, 27.7). *Jordens ressourcer er opbrugt for i år*. wwf.dk. Lokaliseret den 23.12.2022 på <https://wwf.dk/nyhed/jordens-ressourcer-er-opbrugt-for-i-aar/>

Litteratur

Almegaard, J. (2005). *Vision og værdier i praksis*. I: Kjærbeck, S. (red.), *Historiefortælling i Praktisk Kommunikation*. Roskilde Universitetsforlag, 1. udgave, 2. oplag, s. 99-112.

Aristoteles. (2022). *Poetikken*. I: *Poetikken*. Hans Reitzel, 1. udgave, 1. oplag, s. 49-111.

Agger, A., & Hoffmann, B. (2008). *Borgerne på banen* I: Agger, B. & Hoffmann, B., *Håndbog til borgerdeltagelse i lokal byudvikling*. (1. udgave) Velfærdsministeriet, s. 9-40.

Bamberg, M. (2004). *Talk, Small Stories, and Adolescent Identities*. *Human Development*, 47(6), s. 366–369.

Bamberg, M. (2007). *Introductory remarks*. I; Bamberg, M. (red.) *Narrative – State of the Art*. John Benjamins Publishing Company., s. 1-5.

Bayer, S., & Hettinger, A. (2019). *Storytelling: A Natural Tool to Weave the Threads of Science and Community Together*. *The Bulletin of the Ecological Society of America*, 100(2), s. 1-6.

Bennetsen, N. M. (2021). *Everyday life in a changing climate: Exploring young Copenhageners' small stories about experiencing and responding to climate change in everyday life*. Roskilde Universitet. Afhandlinger fra Ph.d.-skolen for Mennesker og Teknologi.

Bovaird, T. (2007). *Beyond Engagement and Participation: User and Community Coproduction of Public Services*. *Public Administration Review*, 67(5), s. 846–860.

Bovaird, T., & Loeffler, E. (2012). *From Engagement to Co-production: The Contribution of Users and Communities to Outcomes and Public Value*. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 23(4), s. 1119–1138.

Bracke, A. (2019). *Living to Tell the Story: Characterisation, Narrative Perspective, and Ethics in Climate Crisis Flood Novels*. I: Rudrum, D., Askin, R & Beckman, F. (red.), *New Directions in Philosophy and Literature*. Edinburgh University Press, s. 321-337.

Brinkmann, S. (2020). *Etik i en kvalitativ verden*. I: Brinkmann, S. & L., Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder: en grundbog*. Hans Reitzel, 3. udgave, s. 581-600.

Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2020). *Interviewet: samtalen som forskningsmetode*. I: Brinkmann, S. & L., Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder: en grundbog*. Hans Reitzel, 3. udgave, s. 33-63.

Bundgård, P. (1997). *Indledning*. I: E. Husserl, *Fænomenologiens idé: Fem forelæsninger*. Hans Reitzel, s. 7-67.

Campbell, J. (2020). *The Hero with a Thousand Faces*. New World Library, electronic edition, s. 43, 62-230.

Caracciolo, M. (2022). Radical Environmental Storytelling in Video Games. I: Caracciolo, M., *Slow Narrative and Nonhuman Materialities*. University of Nebraska Press, s. 161-188.

Carragher, V., O'Regan, B., Peters, M., & Moles, R. (2018). *Novel resource saving interventions: the case of modelling and storytelling*. *Local Environment*, 23(5), s. 518–535.

Dahl, C. & Lech, M. (2022). *Indføring*. I: Aristoteles, *Poetikken*. Hans Reitzel, 1. udgave, 1. oplag, s. 7-47.

De Fina, A. & Georgakopoulou, A. (2011). *Narrative definitions, issues and approaches*. I: *Analyzing Narrative: Discourse and Sociolinguistic Perspectives*. Cambridge University Press, s. 1-25.

De Meyer, K., Coren, E., McCaffrey, M., & Slean, C. (2020). *Transforming the stories we tell about climate change: from 'issue' to 'action'*. *Environmental Research Letters*, 16(1), s. 1-13.

De Weger, E., Drewes, H. W., Van Vooren, N. J. E., Luijkx, K. G., & Baan, C. A. (2022). *Engaging citizens in local health policymaking. A realist explorative case-study*. *PLOS ONE*, 17(3), s. 1-15.

Faber, S. T. & Nielsen, H. P. (2016) *Visuelle data og metoder i narrativ forskning*. I: Thomsen, T. L., Bo, I. G. & Christensen, A. (red.) *Narrativ forskning: Tilgange og metoder*. Hans Reitzels Forlag, 1. udgave, 1. oplag, s. 167-184.

Fischer, J., Dyball, R., Fazey, I., Gross, C., Dovers, S., Ehrlich, P. R., Brulle, R. J., Christensen, C., & Borden, R. J. (2012). *Human behavior and sustainability*. I: *Frontiers in Ecology and the Environment*, Vol. 10, No. 3, s. 153–160.

- Flyvbjerg, B. (2020). *Fem misforståelser om casestudiet*. I: Brinkmann, S. & L., Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder: en grundbog*. Hans Reitzel, 3. udgave, s. 621-655.
- Greimas, A. J. (1974). *Strukturel Semantik*. Borgens Forlag, s. 275-290.
- Gundelach, P. & Hauge, B. (2012). *For klimaets skyld?*. Dansk Sociologi, 23(1), s. 51-72.
- Halkier, B. (2016). *Fokusgrupper*. Samfundslitteratur, 3. udgave.
- Hall, S. (2007) *Encoding and decoding in the Television Discourse*. CCCS selected working papers. Vol. 2 (Abingdon), s. 386-398.
- Harcourt, R., Bruine de Bruin, W., Dessai, S., & Taylor, A. (2020). *What Adaptation Stories are UK Newspapers Telling? A Narrative Analysis*. Environmental Communication, 14(8), s. 1061–1078.
- Hartvigson, G. (1974). *Forord & Indledning*. I: Greimas, A. J., *Strukturel Semantik*. Borgens Forlag, s. 13-38.
- Jacobsen, B., Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2020). *Fænomenologi*. I: Brinkmann, S. & L., Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder: en grundbog*. Hans Reitzel, 3. udgave, s. 281-308.
- Jones, M. D. & Song, G. (2014). *Making Sense of Climate Change: How Story Frames Shape Cognition*. I: *Political Psychology*, 35(4), s. 447–476.
- Juul, S. (2012). *Fænomenologi*. I: S. Juul & K. Bransholm Pedersen (red.), *Samfundsvidenskabernes videnskabsteori - en indføring*. Hans Reitzels Forlag, s. 65-106.
- Katan, L. & Gram-Hanssen, K. (2021). *'Surely I would have preferred to clear it away in the right manner': When social norms interfere with the practice of waste sorting: A case study*. Cleaner and Responsible Consumption, 3, s. 1-9.

- Kim, J-H. *Narrative data analysis and interpretation: "Flirting" with data*. I: Kim, J-H., *Understanding Narrative Inquiry*. Sage Publications, s. 185-224.
- Kjærbeck, S. (2005). *Indledning*. I: Kjærbeck, S. (red.), *Historiefortælling i Praktisk Kommunikation*. Roskilde Universitetsforlag, 1. udgave, 2. oplag, s. 7-19.
- Kudler, D. (2020). *Editor's Foreword*. I: Campbell, J., *The Hero with a Thousand Faces*. New World Library, electronic edition, s. 12-16.
- Kvale, S. & Brinkmann (2015) *Interviewvariationer* I: Kvale, S. & Brinkmann. *Interview*. Hans Reitzels Forlag. 3. udgave, 2. oplag, s. 197-217.
- Lindberg, M. R. & Scavenius, T. B. B. (2016). *Klimaadfærd og klimaholdninger blandt danskerne*. Aalborg Universitet.
- Labov, W., & Waletzky, J. (1997). *Narrative Analysis: Oral Versions of Personal Experience*. *Journal of Narrative and Life History*, 1997 7(1-4), 3-38.
- Law, M. et al. (2020). *The Last Hurrah (and The Long Haul): co-creation of theatre as climate change education*. *Journal of Geography in Higher Education*, 45 2021 (4), s. 549-562.
- Moezzi, M., Janda, K. B. & Rotmann, S. (2017). *Using stories, narratives, and storytelling in energy and climate change research*. *Energy Research & Social Science*, 31, s. 1-10.
- Morris, B., Polymeros Chrysochou, P., Christensen, J. D., Orquin, J. L., Barraza, J., Zak, P. J. & Mitkidis, P. (2019). *Stories vs. facts: triggering emotion and action-taking on climate change*. *Climatic Change*, 154, s. 19-36.
- Nabatchi, T., Sancino, A., & Sicilia, M. (2017). *Varieties of Participation in Public Services: The Who, When, and What of Coproduction*. *Public Administration Review*, 77(5), s. 766-776.
- Ochs, E. & Capps, L. (1996). *Narrating the Self*. *Annual Review of Anthropology*, 25, s. 19-43.

Ojala, M. (2018). *ECO-ANXIETY*. *RSA Journal*, 164(4 (5576)), s. 10–15.

Pedersen, J. F., Overgaard, C., Egilstrød, B., & Petersen, K. S. (2022). *The added value and unintended negative consequences of public involvement processes in the planning, development and implementation of community health services: Results from a thematic synthesis*. *The International Journal of Health Planning and Management*, 37(6), s. 3250–3268.

Propp, V. (1968). *Morphology of the Folktale*. University of Texas Press, s. 25-65.

Ricoeur, P. (1980). *Narrative Time*. *Critical Inquiry*, 7 (1), s. 169–190.

Rienecker, L., Jørgensen, P. S., Gandil, M. (2017) *Den faglige artikel - "forhold dig til brugen"*
I: *Skriv artikler - om videnskabelige, faglige og formidlende artikler*. 2. udgave.
Samfundslitteratur, s. 99-122.

Rosholm, G. & Højberg, J. (2005). *Historier, der overbeviser*. I: Kjærbeck, S. (red.),
Historiefortælling i Praktisk Kommunikation. Roskilde Universitetsforlag, 1. udgave, 2. oplag,
s. 21-52.

Szulevics, T. (2020). *Deltagerobservation*. I: Brinkmann, S. & L., Tanggaard (red.), *Kvalitative metoder: en grundbog*. Hans Reitzel, 3. udgave, s. 97-115.

Thomsen, T. L., Bo, I. G. & Christensen, A. (2016). *Narrativ forskning: tilgange og metoder*. I:
Thomsen, T. L., Bo, I. G. & Christensen, A. (red.) *Narrativ forskning: Tilgange og metoder*.
Hans Reitzels Forlag, 1. udgave, 1. oplag, s. 13-33.

Tortzen, A., & Agger, A., (2015). *Forskningsreview om samskabelse*, UC Lillebælt.

Von Mossner, A. W. (2017). *Epilogue: Environmental Narrative Across Media*. I: Von Mossner, A. W., *Affective Ecologies: Empathy, Emotion, and Environmental Narrative* Ohio State University Press, s. 190-196.

Warming, H. (2019). *Narrative interviews*. I: C. Kristensen & M. Hussain (red.), *Metoder i samfundsvidenskaberne*. Samfundslitteratur, 2. udgave, s. 118-129.

Wong-Parodi, G. & Feygina, I. (2021). *Engaging People on Climate Change: The Role of Emotional Responses*. *Environmental Communication*, 15(5), s. 571–593.

Zahavi, D. (2014). *Fænomenologi*. I: F. Collin (red.), *Humanistisk videnskabsteori* (3. udgave.). Lindhardt og Ringhof, s. 243-290.

Zahavi, D. (2018). *Videnskab og livsverden*. I: D. Zahavi, *Fænomenologi: en introduktion*. Samfundslitteratur, s. 57-68.



Brug positive fortællinger i din kommunikation om klima

Hvordan kan vi **motivere til klimahandling** uden at skabe **frygt og handlingslammelse**? En del af svaret kan være at bruge **positive fortællinger** i formidlingen. Positive fortællinger kan nemlig **forandre** vores handlinger, viser en undersøgelse af københavnernes motivation til at benytte **genbrug**.

Tekst / Amalie Byberg, Rico Burchardt
& Sif Munch Svejgaard
Illustration / Canva
Udgivet / December 2022

Klimakommunikation og nyhedsdækningen om klima har længe været præget af frygt. Selvom der er god grund til at være bekymret, har kommunikation baseret på frygt den risiko, at det kan skabe handlingslammelse. Så hvad gør vi som kommunikatører, når vi ønsker at bruge formidling til at forandre adfærd på en mere håbefuldst måde?

Der mener vi, at fortællinger har et stort potentiale til at skabe nye muligheder for formidlingen – navnlig de positive fortællinger. Vi ser i vores undersøgelse af en gruppe københavnernes forhold til genbrug, at det faktisk er de positive fortællinger, der fylder mest for dem.

Hvorfor positive fremfor negative fortællinger?

Fortællinger har et potentiale til at skabe motivation hos modtageren ved at tale til vores følelser og gøre, at vi lettere husker budskabet. Der er inden for forskningsområdet omkring fortællinger forskellige holdninger til, om det er de positive eller negative fortællinger, som har den bedste virkning på vores motivation. Nogle mener, at de negative fortællinger har bedst effekt, men faren ved dem er, at forskning også peger på, at det kan skabe handlingslammelse. Når formålet med formidlingen netop er at skabe forandringer i adfærden hos borgerne, er denne risiko uhensigtsmæssig at løbe. Derfor er der et behov for et alternativ.

Brug de positive fortællinger aktivt

Baseret på vores resultater foreslår vi at benytte positive fortællinger aktivt i kommunikation om genbrug. Den undersøgte gruppe går generelt op i genbrug og finder mening og glæde i genbrug. For eksempel fordi de ejer noget, der får en særlig betydning, fordi genstanden bærer en fortælling med sig, når den har været brugt før. Det kan bruges, når vi skal kommunikere for at skabe motivation til at genbruge mere.

**Baseret på vores resultater
foreslår vi at benytte positive
fortællinger aktivt i
kommunikation om genbrug**

Genbrug og forbrug af tøj og ting er et lille område af de mange områder, hvor almindelige forbrugere og hverdagslivet kan gøre en forskel på klimaområdet, og hvor der er behov for forandringer i adfærden. Men selvom vores undersøgelse kun fokuserer på fortællinger i dette område, er det interessant både i forskningen og i praksis fremadrettet at afprøve, hvor stort et potentiale fortællingerne har i klimakommunikation på andre områder.

Fortællinger om fællesskab, relationer og glæde

Københavnerne fortællinger fokuserer på forskellige aspekter af genbrug, og hvordan genbrug hjælper dem i hverdagen. De fokuserer i høj grad på fællesskab og

relationer, når det kommer til at mindske deres forbrug. Det kan være, når de har arvet en stol fra deres bedstemor, eller når de deler ting på kryds og tværs med andre i gården, hvor de bor.

Vores resultater viser, at der er en stor overvægt af positive fortællinger, selvom også de neutrale og negative har en plads. Det kan vi for eksempel se, når deres motivation for at genbruge for eksempel ligger i det økonomiske. Der er perioder i deres liv, hvor de har haft et stramt budget, og hvor det har været en oplagt mulighed at købe genbrug, bytte sig til ting og arve fra venner og familie.

Dermed siger vi ikke de forskere og praktikere, hvis erfaringer peger på de negative fortællingers effekt, direkte imod, men vi ønsker at nuancere billedet og give plads til muligheden for at kommunikere på en mere positiv og håbefuldst måde.

Om undersøgelsen

En specialegruppe fra Roskilde Universitet har udført en undersøgelse af, hvordan kommunikation gennem fortællinger kan øge brugen af genbrug. Undersøgelsen tager udgangspunkt i, hvilke fortællinger borgerne har om genbrug og forbrug, og hvordan disse fortællinger kan bruges i strategisk kommunikation. Undersøgelsen bygger primært på to fokusgruppeinterviews med lokale borgere fra Indre By og Christianshavn i København og undersøgelsen er udført i et samarbejde med den lokale organisation, Miljøpunkt Indre By og Christianshavn.

Hvad er fortællinger?

Fortællinger, narrativer, storytelling - indenfor kommunikation betegnes dette område ofte med forskellige begreber. I denne artikel betegner vi fortællinger som "Et handlingsforløb, der indeholder tidsligt perspektiv, og som fungerer som gengivelse.". Når vi nævner positive fortællinger, mener vi fortællinger, hvor der er knyttet positive følelser til, for eksempel når en person bliver glad for at kunne give noget væk, som andre kan bruge.

Redegørelse for artikel

Vi vælger at skrive en faglig artikel til Kommagasinet med fokus på den del af vores resultater, der handler om at formidle positive fortællinger. I overvejelserne omkring artiklen tager vi udgangspunkt i pentagonen for faglige artikler (Rienecker et al., 2017, s. 109).

Vi vælger at benytte dette medie, da emnet er relevant for professionelle, der arbejder med kommunikation til dagligt, og fordi specialet har et praktisk fokus, som kommunikatører, der arbejder med kommunikation om bæredygtighed og genbrug, kan få inspiration fra.

1. Vores budskab, pointe og forslag til målgruppen:

Vores budskab i artiklen er, at positive fortællinger kan gøre en forskel i den grønne omstilling og at positive fortællinger vækker motivation til at handle miljøvenligt. Da målgruppen er mennesker, der arbejder med kommunikation til dagligt, sætter vi fokus på anvendelsen af disse fortællinger og vores forslag til, hvordan undersøgelsens resultater kan bruges i praksis.

2. Hvem er målgruppen - hvem kan bruge artiklen og til hvad?

Målgruppen for Kommagasinet er mennesker, der arbejder med kommunikation, markedsføring og formidling. Læserne af magasinet er medlemmer af fagforbundet Kommunikation og Sprog. Det vil primært være de kommunikatører, der arbejder med formidling omkring bæredygtighed og klima, der kan få gavn af artiklen.

Målgruppen kan bruge artiklen til at få inspiration til, hvordan man kan formidle om bæredygtighed via positive fortællinger. Dem, der kommunikerer specifikt om genbrug, kan få mere konkrete forslag til, hvilke temaer, der kan være værd at fortælle om. Derudover kan de få konkrete værktøjer til at formidle via narrativer og om, hvad fortællinger kan, og hvordan de kan bruge det i deres arbejde.

3. Hvilke facts, informationer, data, viden har målgruppen brug for?

Målgruppen har brug for viden om, hvad positive fortællinger kan, og hvorfor vi argumenterer for at bruge disse fremfor de negative. Der er også behov for et fokus på praksis. Derudover har målgruppen behov for viden om, hvordan undersøgelsen er udført.

4. Hvilke nøgleord, modeller, begreber m.fl. vil fremme målgruppens forståelse og brug?

Da målgruppen er fagprofessionelle, kan vi gå ud fra at de har en grundlæggende viden om kommunikation, narrativer og videnskabelige undersøgelser. Vi vurderer, at der er behov for at definere fortællinger, herunder positive, neutrale og negative, sådan som vi har benyttet begrebet, da begrebet kan ses på forskellige måder. For at skabe klarhed om, hvordan artiklens pointer er blevet til, er det også relevant kort at beskrive vores fremgangsmåde. Begge ting beskriver vi i faktabokse.

5. Hvilke fremstillingsformer og virkemidler (sprog, stil, illustrationer, grafik) harmonerer med dit budskab, mediet og målgruppens brug?

For at vores artikels layout stemmer overens med det, Kommagasinet benytter på deres artikler, vælger vi at benytte en orange rubrik, fremhævede ord med rødt i citaterne og fremhævede ord i artiklens manchet. Derudover vælger vi at benytte faktabokse. Sprogligt har vi fokus på et letlæseligt, direkte og professionelt sprog. Vi vælger for eksempel at tiltale læseren direkte i rubrikken, da Kommagasinet ofte gør dette i deres artikler.