



MALMÖ HÖGSKOLA

Globala Politiska Studier, GPS
Mänskliga Rättigheter 61-90 hp
VT 2009

Moraliskt ansvar i privat konsumtion

En studie på Malmö högskola

Johanna Jers

Handledare: Johan Modée

Abstract

The aim of this essay is to find out how students at Malmö University relate to moral responsibility in their private consumption. I am going to test moral theories in order to find out if researchers have a too moral starting point in comparison to everyday use.

Through a critical research, free from valuation, I also aim to raise a discussion about moral responsibility which should lead to fair trade in the long run. My essay discusses the subject out of a Swedish city, Malmö - a place where many stores, cafés and restaurant are using moral responsibility as a step in their marketing.

The results show that students are interested in morality but their financial conditions are their prior factor.

Key words: *Moral responsibility, fair trade, Rättvisemärkt*

And I don't think it's funny, to see us fade away
it's all about the money, and it's all about the dum dum...

I think we got it all wrong, anyway

- Meja, 1998 -

Förord.....	8
Begreppsförklaringar.....	9
1. Inledning.....	11
1.2 Syfte.....	11
1.3 Frågeställning.....	12
1.4 Teori.....	12
1.5 Metod.....	12
1.6 Disposition.....	13
1.7 Uppsatsförfattarens roll.....	13
2. Teoretiskt ramverk.....	14
2.1 Moraliskt ansvar.....	14
2.2 Handel.....	15
2.3 Hållbar marknad.....	16
2.4 Konsumenten.....	17
2.5 Egenintresse.....	18
3. Metod.....	19
3.1 Datainsamling.....	19
3.2 Frågestruktur.....	20
3.3 Urval.....	21
3.4 Val av Rättvisemärkt som praktiskt exempel.....	22
3.5 Metodiska problem.....	22
4. Analys.....	25
4.1 Rättvisemärkt.....	25
4.1.1 Analys.....	27
4.2 Fokus vid inköp.....	29
4.2.1 Analys.....	30
4.2.2 Slutresonemang.....	31
4.3 Primär faktor vid inköp av Rättvisemärktcertifierade produkter.....	31
Majoriteten (44 %) väljer Rättvisemärkt för att varan är producerad under anständiga arbetsförhållande, något som Rättvisemärkt själva lyfter fram. Den näst största svarsgruppen (25 %) väljer Rättvisemärktcertifierade produkter för att känna att de gjort något bra för världen. 19 % av de tillfrågande skulle köpa en certifierad vara för att de anser att de har ett moraliskt ansvar att producenten mår bra. 5,5 % har svarat att de skulle köpa en certifierad vara av ett annat skäl, tyvärr har ingen specificerat vad detta innebär. 1 % skulle aldrig lägga pengar på något sånt och 1 % har ej svarat.	33
4.3.1 Analys.....	33
4.4 Direkt ansvarstagande.....	34
4.4.1 Analys.....	35
4.5 Indirekt ansvarstagande.....	35
4.5.1 Analys.....	36
4.6 Vilket kaffe väljer du?.....	37
4.7 Ansvarstagare för en hållbar utveckling.....	40
4.7.1 Analys.....	41
4.8 Barnarbete.....	45
4.8.1 Analys.....	46
4.9 Ställningstagande till påståenden.....	48
4.9.2 Analys.....	50
4.9.3 Analys.....	51

4.9.4 Analys.....	52
4.9.5 Slutresonemang.....	53
5. Diskussion.....	54
5.1 Generella tendenser.....	54
5.1.1 Oron att förlora sig själv	54
5.1.3 Direkt och indirekt ansvarstagande.....	56
5.2 Diskussion utifrån forskningsfrågor.....	56
5.2.1 Kan studenter tänka sig köpa Rättvisemärktcertifierade produkter?	56
5.2.2 Anser studenter sig ha ett moraliskt ansvar som konsument vs som medmänniska?	57
5.2.3 Vilken inställning har studenter till välgörenhet i form av att skänka pengar?.....	57
5.2.4 Vad är den primära faktorn vid inköp?.....	58
5.3 Vidare forskningsfrågor.....	58
Referenslista.....	60

Bilaga 1 – Enkätformulär –

Förord

I grunden för denna undersökning finns mitt snart 10-åriga intresse för ämnet Mänskliga Rättigheter. Intresset fördjupades under ett utbytesår i ett av världens fattigaste länder, Honduras. Vid flera tillfällen fick jag ifrågasätta min egen syn på moral och etik, efter en uppväxt i ett medelklasshem i ett västerländskt samhälle, i mötet med andra kulturer. Jag umgicks med ungdomar där pengar inte spelade någon roll i deras konsumtionsvanor och samtidigt mötte jag människor vars vardag gestaltade sig efter hur omgivningen såg på välgörelse. Denna erfarenhet har präglat mitt sätt att nu skriva en c-uppsats där moral och etik är en röd tråd. Jag hade redan inledningsvis i skrivprocessen en tanke om att moralteori ofta innefattade en högre moraliskt utgångspunkt än den allmänna som praktiseras. En erfarenhet av det ämne man skriver om ska ses en fördel eftersom man många gånger kan ställa mer meningsfulla frågor som baseras på erfarenheten (Ely 1993: 37ff).

Tack till min handledare Johan Modée för värdefull kritik och respons under två terminer, hösten 2008 och våren 2009.

Johanna Jers
– Höör, 2009 –

Begreppsförklaringar

Aktör i frågan om moraliskt ansvar – De aktörer jag tar upp i min uppsats är staten, företagen, den privata individen, icke-statliga organisationer och Rättvisemärkt eller liknande organ.

Egenintresse – Att själv ha (ekonomiskt) intresse av att något och att man själv gynnas (Nationalencyklopedin: uppslagsord *egenintresse*).

Etik – Med etik avses den teoretiska reflexionen över moralen och dess grund (Nationalencyklopedin: uppslagsord *etik*).

Konsument – Vi är alla konsumenter i den mening att vi förbrukar resurser i vårt dagliga liv. Hur mycket och på vilket sätt vi sedan konsumerar skiljer sig betydligt (Bonnedahl et al 2007: 76).

Marginalnytta – Nyttan av att köpa ytterligare en enhet av en vara (Nationalencyklopedin: uppslagsord *marginalnytta*).

Medmänniska – Med medmänniska menar jag att man som individ hjälper andra individer i samhället för att förbättra deras situation. Allt helt enkelt finnas till när någon behöver en.

Moral – Uppfattningen om rätt och orätt. En individs eller en grups moral visar sig i vad de gör eller underlåter att göra, medan deras *etik* är deras reflektioner över det berättigade i vad de gör eller underlåter att göra (Nationalencyklopedin: uppslagsord *moral*).

Privatekonomi – Jag menar i denna uppsats att privat ekonomi är de ekonomiska tillgångar som den privata individen själv brukar.

Rättvisemärkt – Rättvisemärkt är en oberoende produktmärkning och din garanti för att en produkt uppfyller internationella Fairtrade-kriterier. Rättvisemärkt är den svenska representanten i *Fairtrade Labelling Organizations International* (FLO). (Rättvisemärkt/Fairtrade – Om Rättvisemärkt –).

1. Inledning

Jag utgår från att det finns ett moraliskt ansvar i privat konsumtion och ämnar i denna uppsats ta reda på hur ett antal studenter på Malmö högskola hösten 2008 ställde sig till detta påstående. Det må så vara att studenterna ofta anser sig ha en moralisk ådra men att deras ekonomiska förutsättningar sätter stopp för deras praktiska handlingar. Utifrån detta korta resonemang kan man säga att vad som styr studenter idag är ett egenintresse som sätter den egna individen i centrum. Enligt Peter Singer måste etiken sätta sig över ”jag” och ”du” och istället bli något slags universellt omdöme, den ideala observatörens ståndpunkt (Singer 1996: 22). Singer menar att om detta accepteras, så accepteras också att egna intressen inte väger tyngre än andras bara för att de visar sig vara privata. Så alltså, när man agerar och tänker etiskt bör intressena också omfatta andras intressen. Enligt Singer måste en människa räkna med alla som påverkas av beslutet och att ett sådant beslut kräver att den enskilda människan väger allas intressen mot varandra och genomför det agerande där det är störst sannolikhet att flest påverkas positivt (Singer 1996: 22-23).

Min uppsats grundar sig alltså på en normativ hypotes. En hypotes om att varje individ, omedvetet, är en del av arbetsrättsrelaterad världsproblematik och att varje individ, medvetet, kan göra skillnad genom sina handlingar. Jag har valt att, i min C-uppsats i Mänskliga Rättigheter på Malmö högskolan våren 2009, koncentrera mig på begreppet *moraliskt ansvarstagande i vardagskonsumtion*. Den vardagskonsumtion jag hänvisar till är av det slag att alla läsare av min uppsats ska kunna relatera till den.

1.2 Syfte

Syftet med denna uppsats är att undersöka hur ett antal studenter på Malmö högskola förhåller sig till moraliskt ansvar i sin privata konsumtion. Jag vill prova moraliska teorier på studenter för att nå ett resonemang om framförallt Singer kan ses ha en ”övermoralisk” utgångspunkt. Singer anser att varje människa ska skänka tio procent av sin inkomst till välgörande ändamål. Detta är ett citat jag låter studenter relatera till (se Fråga 9).

Genom att kritiskt granska utan att värdera syftar jag också till att väcka diskussion om moraliskt ansvar och i förlängningen en rättvis handel, vilket är en angelägen fråga i det

nutida samhället, och framförallt Malmö stad, där många butiker, caféer och restauranger kan sägas använda ett moraliskt ansvar som ett led i marknadsföringen.

1.3 Frågeställning

Min frågeställning lyder *Hur förhåller sig studenter till relationen mellan moraliskt ansvar och privat konsumtion?*

Frågeställningen grundar sig i en hypotes om att det finns en länk mellan moraliskt ansvar och privat konsumtion och syftet med uppsatsen är som ovan nämnt att ta reda på hur just studenter i min egen ålder förhåller sig till frågan. För att underlätta mitt eget arbete dels i analysen men även inför skapandet av en enkät sammanfattade jag min kunskap i ämnet och de frågor jag ville få svar på i fyra mer övergripande frågor som i uppsatsen fungerar som mina forskningsfrågor.

1. Kan studenter tänka sig köpa Rättvisemärktcertifierade produkter?
2. Anser studenter sig ha ett moraliskt ansvar som konsument vs som medmänniska?
3. Vilken inställning har studenter till välgörenhet i form av att skänka pengar?
4. Vad är den primära faktorn vid inköp?

1.4 Teori

Det teoretiska ramverk som används består av ett antal begrepp, inom moralteori och konsumtionsteori, som används för att förklara vad resultaten indikerar på (se vidare Teoretiskt ramverk). Stor tyngd har lagts på enkätresultatet.

1.5 Metod

150 enkäter delades ut under hösten 2008 på fyra av Malmö högskolas fem områden. 130 enkätsvar samlades in och har sedan analyserats utifrån följande begrepp; *moraliskt ansvar, handel, hållbar konsumtion, konsumenten och egenintresse*. Studenterna fick drygt 10 minuter på sig att svara på enkätens nio frågor (Se vidare Metodkapitel och Analys).

1.6 Disposition

Kapitel 1 svarar för inledning, syfte, frågeställning och kortfattad genomgång av teori och metod. Kapitel 2 innehåller de teoretiska ramverk som uppsatsen hålls uppe av. Kapitel 3 visar på förståelse för problematiken kring enkätundersökning. Enkätens resultat presenteras och analysen får sin form i kapitel 4 som följs av kapitel 5 – Diskussion.

1.7 Uppsatsförfattarens roll

Jag vill som sista inledande ord kommentera att texten ej syftar på att lägga fram mina åsikter i frågan. Jag är ambassadör för Rättvisemärkt och arbetat aktivt som lokalorganisatör i FIAN (*FoodFirst Information and Action Network*; www.fian.se); två organisationer som arbetar med mänskliga rättigheter och konsumtion. Hur har mitt eget engagemang påverkat uppsatsen? Mitt engagemang har självklart påverkat på så sätt att intresset för uppsatsen väckts men i och med att jag valt att genomföra en enkätundersökning är min roll och risken att ställa ledande frågor mycket mindre än vid intervjuer. Jag ser snarare min lokala kännedom inom ämnet som en fördel då det ger uppsatsen en djupare förståelse än om jag inte varit direkt engagerad.

2. Teoretiskt ramverk

Syftet med denna uppsats är att ta reda hur ett antal studenter på Malmö högskola förhåller sig till moraliskt ansvar i sin privata konsumtion. Stor tyngd har lagts vid respondenternas svar i enkätundersökningen. För att förklara de tendenser jag ser i resultaten har jag använt mig av ett teoretiskt ramverk i form av ett antal utgångspunkter. Detta ramverk står självklart inte för allt som går att hävda men jag menar att beskrivningen är relevant när det gäller aktuell undersökning. De begrepp jag använder mig av är begrepp som kan kopplas både till en moralteori och till ett konsumtionssamhälle. Dessa begrepp är alltså de som senare hjälper mig att resonera kring enkätundersökningen i min analys (se Kapitel 4). Istället för att se dessa begrepp som enskilda teorier är mitt syfte att de ska vävas samman och skapa en helhet.

2.1 Moraliskt ansvar

Min första utgångspunkt är Peter Singers argument att varje individ ska hjälpa sina medmänniskor, så kallat *moraliskt ansvar*. Han menar att ett etiskt tänkande bör omfatta även andras intressen. Resonemanget rör sig kring att etiken och moralen måste sätta sig över ett ”jag” och ett ”du”, och istället bli till ett slags universellt omdöme. Ett omdöme som kan ses som den ideala observatörens ståndpunkt. Singer menar att om mänskligheten accepterar detta så accepteras automatiskt att privata intressen inte väger tyngre än andra bara för de visar sig vara just privata. Som medmänniska måste man räkna med alla som kan komma att påverkas av ens beslut och sedan välja den utgång genom vilken det är störst sannolikhet att flest påverkas positivt (Singer 1996: 22-23).

Det globala samhälle vi idag lever i borde vara kännetecknat av nya inbördes beroenden som ger oss en materiell grund för en ny etik. Om vi tittar tillbaka i historien skulle Marx till exempel ha kallat denna nya etik för en etik som är av intresse för den ledande klassen; det vill säga de rika nationerna och transnationella företag (Singer 2002: 27). Det är alltså inga nya frågor som berörs. Under lång tid har det ansetts moraliskt fel av rika nationer att inte förhålla sig till en etiskt uttalad ståndpunkt, något som dessutom i det långa loppet kan ses som ett hot mot deras säkerhet, menar Singer (Singer 2002: 15, 28). Majoriteten av invånarna i rika nationer har idag ekonomiska förutsättningar att spendera pengar på lyx, det vill säga, saker som vi egentligen inte behöver. Samtidigt skulle vi i hög grad kunna ge pengar till

intresseorganisationer som kan omvandla pengarna till bistånd och medicinsk hjälp åt fattiga (Singer 2002: 140).

Singer ställer sig alltså frågan om hur vi kan prioritera oss själva och materiella ting framför andras överlevnad (Singer 2002: 140).

Enligt Singer finns det två välkända förklaringar om ansvar för dem som har det sämst ställt i samhället. Den ena förklaringen säger att man som människa måste bry sig om de som lever i fattigdom som är skapad av anledningar de själva inte kan påverka, till exempel att de fötts i en fattig familj eller ett fattigt land. Den andra förklaringen säger att vi bör hjälpa fattiga oavsett hur de hamnat i den situation de befinner sig i (Singer 2002: 47).

Vem man bör ta ansvar för är en av moralteorins äldsta frågor. Ett vanligt beteende är att egna landsmän sätts i första rummet, långt framför andra nationers medborgare. Detta anser Singer strider mot det stöd som internationella deklarationer ger. Deklarationer som bland annat uttalat ger alla människor samma rätt till liv. Genom att sätta sina egna landsmän främst fördöms alltså de som säger att någon annans liv är mindre värt på grund av etiskt ursprung eller nationalitet. Som medmänniska måste frågan ställas om detta är tankar som går att förändra och genom att ställa denna fråga menar Singer att det bör övervägas i vilken utsträckning det är möjligt att skapa ett samhälle på en gemensam moralisk norm istället för dagens grund (Singer 2002: 136-137). Frågan är hur studenter ser sig själva som ansvarstagande aktörer?

David Miller gjorde 2001 en undersökning av sin frus shoppingvanor och kom underfull med att så länge etiska produkter än dyrare än konventionella alternativ, hamnar konsumentens moral i konflikt när de ska avgöra vad som är bra och dåligt. Om nu konsumenter ska ses om moraliskt ansvariga kan detta nås genom att staten beslutade och ordande angående etik och konsumenten ansvarade för moral. Denna lösning skulle leda till att den privata konsumenten fick mer restriktivt ansvar (Jacobsen & Dulstrud 2007: 479).

2.2 Handel

Vi lämnar det privata ansvarstagandet för en sekund och koncentrerar oss på min andra utgångspunkt som är *handel*.

Handel och framför allt handelsavtal är handlingar då staten tar en etisk ståndpunkt varje gång de ingår ett avtal med en annan stat. Singer förklarar detta på följande sätt:

Både den konventionella moraliska uppfattningen och uppfattningen enligt folkrätten är att när väl en regering har erkänts som legitim medför automatiskt den legitimiteten rätten att driva handel med landets tillgångar. Den skenbara rimligheten i detta svar vilar på påståendet att den regering som bedriver handeln är "legitim" (Singer 1996: 95).

Jag vill således framhålla att standarduppfattningen om erkännandet av en regering inte har något att göra med hur denna regering kommit till makten, eller för den delen hur den styr, utan det måste istället, som Singer menar, utvecklas en helt ny föreställning om legitimt styre. Lösningen kan vara ett accepterat internationellt organ som utser en tribunal att granska regeringars meriter och om en regering ej förmår att övertyga denna tribunal om att dess legitimitet har sin grund i folkets stöd ska den ej godkännas till att handla med landets naturresurser (Singer 1996: 95-98).

Om den styrande eliten i ett land inte bryr sig om arbetarklassen tar de kanske inte hänsyn till att dessa tvingas arbeta långa skift mot låg betalning. Länder som styrs på detta vis kan i sådana fall konkurrera ut de länder som erbjuder minimum villkor till sina arbetare. Därmed blir resultatet att relationen mellan mänsklig välfärd och ekonomisk tillväxt blir ännu mer urholkad (Singer 1996: 92).

Bonnedahl et al som menar att den primära faktorn inom just etiska ståndpunkter (inom handel) fokuseras det i frågan om ett företags kostnader på materiell och monetär tillväxt istället för kemikaliers farlighet, växthusgaser, undermåliga arbetsförhållande och extrema inkomstskillnader.

Bonnedahl et al menar att det handlar om ekonomiska ståndpunkter såsom lön och materiella tillgångar för individen och om vinst, omsättning och börsutveckling för företagen. Ekonomiskt sett handlar ett samhälle om BNP, konsumtionsutveckling och utrikeshandelsutveckling. Denna jakt efter vinst och framsteg, sammanfattar Bonnedahl et al, bidrar till dåliga relationer mellan lycka, inkomst, livskvalité och materiell tillgång. Författarna ser detta som ett systemfel som orsakats av ett ekonomisk systematiskt tankesätt och dettas förmåga att tränga undan andra variabler (Bonnedahl et al 2007: 54ff).

2.3 Hållbar marknad

Den tredje utgångspunkten i mitt teoretiska ramverk kopplar ihop det moraliska ansvaret med handel och skapar en hållbar marknad. En hållbar marknad har jag här delat i två begrepp – *utveckling* och *konsumtion*. En hållbar utveckling bidrar till en mer hållbar konsumtion och

dess förklaringar är snarlika. En funktionell handel tror jag också kan finna sin lösning i en hållbar konsumtion.

Hållbar utveckling skapas när livskvalité för nutida och framtida generationer tas i akt och när handeln är medveten om de risker som utvecklingsmodeller har i relation till hållbarheten. Vidare resonemang går kring att skapa en ökad ekonomi som förespråkar en social utveckling, miljö och en social process. Det sistnämnda betyder utrotning av fattigdom och förhöjd livskvalité (Morrós & Vidal 2002: 14).

Hållbar konsumtion har en snarlik förklaring som innebär en balansgång mellan miljöskydd, förnuftig användning av naturresurser och ett förespråkande av livskvalitet nu som i framtiden (Yates, 2008: 96). Nya dokument och handlingsprogram, lokalt, nationellt och internationellt, utvecklas och kommer att ge konsumenten en allt större roll i framtiden. Nya frågor bygger på att en hållbar marknad grundas i människans förståelse, och hur hon, privat och kollektivt, närmar sig dessa nya avtal och problem (Yates, 2008: 96). (Se analys i fråga 7).

2.4 Konsumenten

Utgångspunkterna hållbar konsumtion och konsumenten ligger varandra nära och kan lätt användas för liknande resonemang. Konsumenter är ofta låsta till icke-hållbara konsumentmönster då få lutar på andra alternativ. Yates använder som ett exempel återvinningsupphämtning där hon menar att om denna service inte fungerar så bryr sig inte heller konsumenter om att lämna sina burkar och flaskor för just återvinning. Icke-hållbara konsumtionsmönster grundar sig ofta i sociala och kulturella kontexter. Ett exempel är det enorma utbud av varor som finns. Yates menar att det är ohållbart att väga för- och nackdelar med produkter och besluten tas istället utifrån pris, märke, marknadsföring, hyllplacering och förpackning (Yates 2008: 97).

Dock kan nämnas att på jordklotets norra halva har etisk och politisk konsumtion fått ett ökat intresse akademiskt, politiskt och kommersiellt. Den privata konsumtionen fokus har flyttats från konsumentens *rättighet* till *skyldighet* och har utökats med tankar om ett medvetet och individuellt moraliskt omdöme (Jacobsen & Dulrud, 2007: 469). Det har idag gått så långt att det tas för givet att man som konsument är medveten och har ett moraliskt omdöme. Jacobsen och Dulrud menar även att en konsuments attityd, åsikt, värdering och känslor ska vägas in för att nå den optimala konsumenten. Viktigt är även att konsumentens tidigare

(subjektiva) erfarenhet av handel tas i analys och utredning om vad som är det mest optimala (Jacobsen & Dulrud, 2007: 472).

Tidigare genomförda studier visar på att konsumentens identitet och förståelse för etisk handel formar deras konsumentmakt, britter sägs till exempel vara mer etiskt medvetna konsumenter än norrmän (Jacobsen & Dulrud, 2007: 472). Intressant fråga är hur stort inflytande staten och nationen har, dels socialt dels politiskt, i skapandet av en konsument (se vidare 5.3 - Vidare forskningsfrågor).

2.5 Egenintresse

Som sista teoriska utgångspunkt har jag valt att använda mig av begreppet *egenintresse*. Egentligen skulle detta stycke kunnat vävas in i 2.4 men för att förtydliga min mening har jag separerat dem åt. Begreppet innebär ”att själv ha (ekonomiskt) intresse av att ngt sker genom att man i så fall gynnas” (Nationalencyklopedin: uppslagsord *egenintresse*). Det betyder alltså att man som människa prioriterar sina egna önskningar och tankar ur ett, framförallt, ekonomiskt perspektiv (se vidare Analys). Bonnedahl et al menar också att individuella (ekonomiska) förutsättningar varierar starkt och att den ”vilja” som finns för att betala är relaterad till förmågan mer än till behovet (Bonnedahl et al 2007 69).

3. Metod

För att hitta direkta motiv för en undersökning är det bästa sättet att låta fantasin flöda fritt, menar Esaiasson et al (2004: 325). Jag har således utifrån personligt intresse läst in mig på mitt ämne innan jag valde tillvägagångssätt för min undersökning. Det slutgiltiga motivet (se Inledning och Syfte) blev att i denna uppsats ta reda på hur studenter funderar kring ett moraliskt ansvar i sin privata konsumtion. För att nå mest relevanta resultat har jag valt att göra en enkätundersökning, då detta var det bästa sätt som fanns att tillgå där respondenten kunde vara anonym. Resultaten indikerar på att studenter säger sig ha ett moraliskt ansvar inför andra men att det i praktiken är svårt att följa. Utifrån granskning av resultaten kan jag konstatera att många konsumenter gärna uttrycker sitt bekymmer och sitt bryderi kring just dåliga arbetsförhållande för producenten men att få har detta i åtanke när de väl går och handlar.

3.1 Datainsamling

Undersökningen är gjord genom en enkätundersökning. Fördelen att välja en enkätundersökning var att alla respondenter fick samma fråga, de fick ungefär samma tid att besvara dem och de frågor som eventuellt kunde uppfattas som känsliga kunde besvaras anonymt (se vidare Eljertsson 1996: 10-12).

Ett problem med enkätundersökning kan i många fall vara det stora bortfall som kan uppstå (se t.ex. Eljertsson 1996: 11, Trost 2001: 120). Av 150 kopierade enkäter har jag fått tillbaks 130 som bildar underlag för min analys. Intresset kan därför ses som stort att fylla i enkäten och jag bedömer att en bortfallsanalys inte är nödvändig. Av de 130 ifyllda finns ibland kommentarer som visar på intresse eller ointresse för frågan (dessa kommentarer finns att tillgå).

Enkäten består av 9 frågor. Fråga 1 och 6 följs av en hur/varför-fråga. Fråga 9 består av fyra påståenden som respondenten ska ta ställning till. I övrigt är frågorna formulerade med ledande svarsalternativ för att underlätta för respondenten (se under Frågestruktur nedan).

Det är viktigt att anpassa språket i en enkätundersökning till målgruppen (Eljertsson 1996: 42). I den aktuella undersökningen handlade det om ett försök att nå studenter utan att veta något om dem eller deras kunskap i ämnet. För att begrepp och ord inte skulle bli för

avancerade för någon som inte var intresserad eller insatt i ämnet testades enkätfrågorna på en mindre grupp doktorander på Malmö högskola samt tio av mina vänner som både har ett aktivt intresse för mänskliga rättigheter och rättvis handel och vänner som inte har ett så aktivt intresse. Först efter denna mindre pilotundersökning sammanställdes enkäten i slutgiltig form. Huvudtanken har alltså varit att hålla språket på en generell basis utan att orden tappar värde eller blir naiva (se Ejlertsson 1996: 42).

Enkätfrågorna har kommit till i en växelverkan mellan att läsa teori och att formulera frågor. Jag blev efterhand övertygad om att för mycket bakgrundsinformation om mig och mitt intresse för svaren skulle kunna förändra respondenternas sätt att förhålla sig till frågorna. Som jag tidigare skrivit berörs människor av moraliska och etiska frågor och jag ansåg att om jag var närvarande i situationen kunde en risk finnas att respondenterna skulle uppfatta mig som frågeställare som den som visste de rätta svaren och därför inte svara sanningsenligt utan mer fundera på vilka svar de skulle ge för att verka ”duktiga” (se vidare Singer 2002: 162). Ejlertsson menar att det alltid finns en risk för att en enkät inte mäter det den är tänkt att mäta (1996: 86), och därför var min ambition att inte vara närvarande när enkäten delades ut. Ambitionen kunde inte fullföljas helt ut av olika anledningar (se vidare under Metodiska reflektioner), men trots att jag fick vara närvarande vid två tillfällen kan jag inte se att detta nämnvärt ska ha påverkat svaren.

3.2 Frågestruktur

Just att göra en enkät som inte är allt för ledande innebär att frågorna måste vara så neutrala som möjligt (Ejlertsson 1996: 46). Ett exempel där jag har använt mig av denna teknik är i fråga 8. Genom att undvika alternativen ”bra” eller ”dåligt” – till exempel genom att fråga Tycker du barnarbete är *dåligt*? – har jag istället formulerat frågan *Vad tycker du om barnarbete?* Frågan följs av ett antal svarsalternativ för att skapa tankeverksamhet hos respondenten, vilket också rekommenderas av Ejlertsson (1996: 47). Ejlertsson ger till exempel rådet att det ibland kan vara motiverande att använda sig av ledande frågor för att till exempel undvika psykiska hinder vid känsliga situationer eller låsningar vid frågor (1996: 47). Jag har sett det som extra svårt att formulera frågor kring moral och etik eftersom det är lätt att överskrida den subjektiva gräns varje människa har, vilket kan leda till en negativ inställning till enkätfrågorna. Precis som jag har angett ovan, kan det då vara bra att ge respondenten olika svarsalternativ att förhålla sig till vid känsliga frågor.

För att ytterligare utvidga detta med ledande frågor valde jag att som avslutning på enkäten formulera fyra påståenden. Jag ville i enkäten ”tvinga” respondenterna att relatera till svåra frågor som till exempel fråga 9a som handlar om att ge bort 10 % av sin inkomst. Det vanliga är att använda sig av fem eller sju alternativ, där mittenalternativet oftast betyder varken/eller (Ejlertsson 1996: 47). Men i mitt fall ansåg jag det mer intressant att ”tvinga” respondenten välja för eller emot och inte kunna luta sig tillbaka på mittenalternativet. Det skulle kunna mer liknas vid en attitydskala att göra som jag gjort (se t.ex. Trost 2001: 67 ff).

3.3 Urval

Intresset för etisk handel verkar vara generellt stort i Sverige¹. Utifrån detta såg jag hur en intressant analys kring konsumenters agerande kunde genomföras. Studenter som rätt nyligen lärt sig stå på egna ben och att hushålla med pengar, ansåg jag vara en intressant målgrupp att använda mig av och därför var valet att vända sig till studenter på Malmö högskola ett alternativ. Jag valde alltså att använda mig av studenter i min egen omgivning och ta reda på hur deras uppfattning om Rättvisemärkt och moraliskt ansvar är, vad anser de och hur agerar de. Därför kan man säga att respondenterna inte är helt och hållet slumpmässigt valda (se vidare Trost 2001: 29).

För att skapa en bredd i mitt urval på högskolan bestämde jag mig för att vända mig till alla fem områden på Malmö högskola (Kultur och samhälle, Lärarutbildningen, Centrum för teknikstudier (CTS), Odontologiska fakulteten och Fakulteten för Hälsa och Samhälle (HS)). Målet var att få in 30 enkäter från varje område (se ovan). Tanken från början var att dela upp analysen på varje område men tyvärr har varken tid eller utrymme tillåtit detta. Slutresultatet har därför granskats som en helhet och ej särskilt per område.

Jag har valt att fråga efter respondentens ålder för att kunna ringa in min studiegrupp i en allmän kontext. Studenter mellan åldern 21 och 37 deltog i studien. En avvikelse finns – en student uppger en ålder på 67 år. Inkomst är en annan variabel jag efterfrågat för att kunna titta på om studenter med studielån är mer restriktiva i sin konsumtion än de som har lön (se vidare i Analys).

¹ Se till exempel: Letmark, P *Miljön väger lätt vid matköp* 14 december, 2008 DN.se; Törnberg, U *Moralen högre på längre sikt*, 14 maj, 2009 Sydsvenskan; Agerström. J *Temporal distance and morality: moral concerns loom larger in the distant future*. Diss. LUND 2008; Singer, P *Vi kan lösa problemen* 23 maj, 2009 Debatt - Aftonbladet

3.4 Val av Rättvisemärkt som praktiskt exempel

Rättvisemärkt är ett framträdande exempel då det i dagens Sverige finns certifierade produkter i de flesta butiker och caféer. Bland de vanligaste produkterna finns kaffe, te, kakao, bananer, juice, ris, socker och godis. Vidare produkter såsom rosor, fotbollar och kläder av certifierad bomull finns också tillgängligt i Sverige (Rättvisemärkt/Fairtrade – Rättvisemärkt i Sverige). Det finns självklart andra märkningar som skulle fungera likväl som ekologiska märkningar, organisk mat, produkter ej testade på djur och så vidare, men som nämnt ovan är Rättvisemärkt ett medvetet val utifrån en välgenomtänkt samhällsanalys.

Rättvisemärkt är en oberoende produktmärkning och när man som konsument väljer certifierade produkter bidrar man till att:

- Odlare och anställda får förbättrade ekonomiska villkor
- Barnarbete och diskriminering motverkas
- Demokratin och organisationsrätten främjas
- Lokalsamhället utvecklas socialt och ekonomiskt
- Miljöhänsyn och ekologisk produktion främjas

(Rättvisemärkt/Fairtrade – Om Rättvisemärkt –)

Dessa kriterier är något jag återkommer till i fråga 1, 3, 7 och 8 (se vidare Analyskapitel).

3.5 Metodiska problem

Viktigt att fundera över i en metodanalys är om varför aktören agerar som han/hon gör. Att ställa sig frågor som: *Vad vill aktören åstadkomma? Vilka intentioner finns? Vilka är avsikterna? Vilka är målen?* Dessa frågor kan ge svar på medvetna överväganden vid ett beslut. När dessa medvetna överväganden samlats efter en undersökning har man som skribent också svarat på frågan om varför aktören handlade som den gjorde (Esaiasson et al. 2004: 319). Dessa frågor har kommit mig väl till pass då det är lätt i ett ämne som moralteori att ha en subjektiv röd tråd. Esaiasson et al (2004) nämner att med hänvisning till relationen egennyttiga och mänskliga handlingar bör en trovärdig motivanalys använda sig av begreppet egennyttiga. Detta ej för att avvisas utan för att satsa på förhandsdefinierade motiv (Esaiasson et al. 2004: 321). Jag märkte tidigt att det var lätt att stirra sig blind på de ”negativa” resultaten, det vill säga att respondenten hela tiden satt sig själv i första rummet, så som egennyttiga,

egenintresse och privat ekonomi, något som bidrog till att jag hade svårigheter att nå en övergripande analys. För att underlätta för mig själv valde jag därför att avbryta mitt skrivande och fokusera på läsandet i ett antal dagar. Detta läsande bidrog till att jag fick nya infallsvinklar och kunde se mitt resultat med nya glasögon. Det var också svårt att använda ett par moralteoretiska glasögon i frågan om resultaten då jag hela tiden hade tankar om tillförlitlighet i åtanke. Uppsatsen har satt mig själv på uddens spets då jag i början var en oerfarenhet skribent som präglades av ”rätt” och ”fel” och lätt kunde bli frustrerad när jag inte såg det jag ville se. Jag fokuserade ett tag på att lära mig mer om enkätanalys och om hur en ambitiös och medveten forskare arbetar. Genom ett reflekterande arbetssätt i skrivprocessen fick jag mer kunskap om hur analysen bäst borde genomföras.

Mina bryderier ser jag inte bero enbart på mig själv utan att när det gäller just enkätundersökning kan det bli problem med sanningsenliga svar. Att avgöra om respondenten är sanningsenlig eller ej är troligen svårare än vid ett intervjutillfälle. Dock har jag medvetet valt en enkätanalys för att låta de tillfrågade vara anonyma i sitt svar och jag hoppades då också på att få ett mer sanningsenligt resultat i och med att den subjektiva individen lämnas utanför resultaten även för mig. Esaiasson et al menar att det är svårt med trovärdigheten så länge man som forskare intresserar sig för en samhällsvetenskaplig analys (2004: 319). Men jag valde, som tidigare nämnts, att utgå från mina forskningsfrågor för att ej tappa fokus och även från de exempel frågor som Esaiasson et al gav – *vad vill aktören åstadkomma? Vilka intentioner finns? Vilka är avsikterna? Vilka är målen?* Esaiasson et al menar alltså att när dessa övervägande gjorts (när man som forskare använt sig av uteslutningsfrågor) kan man också förklara varför aktören handlade som den gjorde (se vidare Analyskapitel) (Esaiasson et al 2004: 319).

Att jag skulle göra en enkätundersökning för att kunna besvara mina forskningsfrågor var dock ett beslut jag tog tidigt under terminen. Jag borde alltså ha haft god tid på mig att formulera, distribuera, samla in och analysera enkäterna. Det finns dock ett antal hinder som påverkat mig till metodiska beslut jag inte kunde förbereda mig på och som därmed betydligt förkortat tiden jag haft till förfogande efter att enkäterna blivit besvarade. Jag började med, per e-post, att kontakta anställda på högskolans fem områden för att fråga om de kunde hjälpa mig med att dela ut en enkät till studenter. Jag gjorde ett slumpmässigt urval bland lärare, studieadministratörer och kursansvariga. En svarade direkt. Veckorna gick utan svar trots upprepade försök och jag fick då välja en annan väg. På mitt eget område tog jag personlig

kontakt med lärare jag haft under terminen, på Lärarutbildningen använde jag privata kontakter för att nå grupper. Ytterligare två områden fick jag kontakt med genom att åter använda andra privata kontakter. Ett område har fortfarande inte svarat och finns därför inte med i undersökningen.

De hinder jag råkade ut för i samband med att vilja distribuera enkäterna fick den konsekvensen att jag dels fick använda privata kontakter som jag helst sett att jag kunde ha bortsett ifrån eftersom inte alla studenter har den möjligheten, dels fick jag vid två tillfällen vara med när studenter svarade på min enkät – ett alternativ jag helst valt bort (se ovan).

Vissa frågor har avrundat så att sammanräkningen haft en differens på 0,5 % (se fråga 2, 7, 9c och 9d). Detta beror på att jag avrundat när exempelvis 44,1 % av respondenterna har kryssat i ett svarsalternativ.

4. Analys

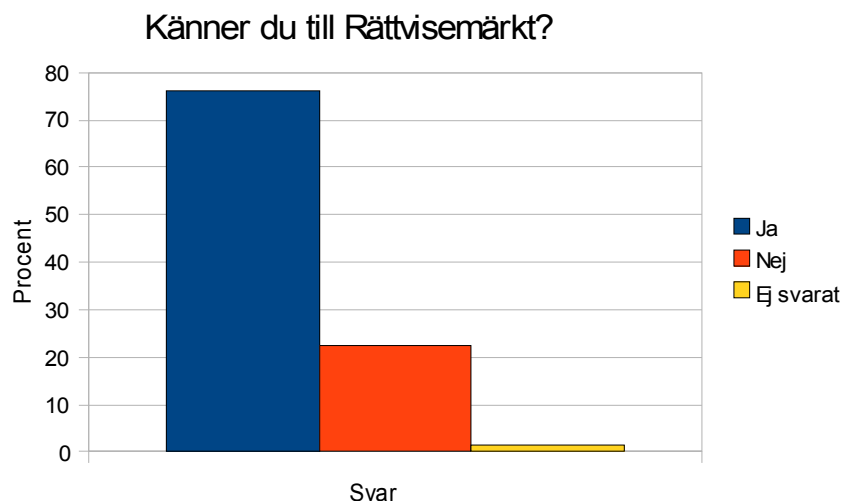
I detta kapitel redovisas resultatet av den genomförda undersökningen, följt av analys i förhållande till teori. Jag har tittat på resultaten med kritiska glasögon och använt min teori för att förklara det jag ser.

Studiegruppen är mellan 21-37 år, en avviker med en ålder på 67 år. Tre fjärdedelar av respondenterna (72,5 %) lever på studiemedel. De har alltså en begränsad inkomst på dryga 7800 kr per månad. Enkäten efterfrågade inte kön. Detta för att undvika en genusrelaterad diskussion, en sådan diskussion lämpar sig bättre i en annan typ av uppsats.

4.1 Rättvisemärkt

I Storbritannien verkar få medvetna om vad hållbar konsumtion egentligen betyder (se Yates, 2008: 97). Då forskning visar på att en kulturell kontext och olika nationer har olika uppfattningar om rättvis handel ville jag prova tanken var Sverige befinner sig. Så för att på bästa sätt relatera och koppla detta till tidigare forskning fann jag det relevant ställa frågan *Känner du till Rättvisemärkt? Och Om ja, hur skulle du kortfattat förklara Rättvisemärkt för någon annan?* till min studiegrupp. Syftet är alltså att skapa en uppfattning om min studiegrupps kunskap om Rättvisemärkt.

a) Tabell I: Känner du till *Rättvisemärkt*?



Majoriteten känner till *Rättvisemärkt* (76 %). 22,5 % av respondenterna känner inte till *Rättvisemärkt* och 1,5 % av dem har ej svarat på frågan.

b) Om ja, hur skulle du kortfattat förklara *Rättvisemärkt* för någon annan?

Förespråkare för *Rättvisemärkt* använder sig att något de kallar ”hisstal”, vilket går ut på att en person ska kunna göra en definition som inte tar längre tid än att åka hiss;

Rättvisemärkt är en oberoende produktmärkning. När du väljer *Rättvisemärkt* bidrar du till förbättrade arbets- och levnadsvillkor för odlare och anställda i utvecklingsländer (*Rättvisemärkt*/Fairtrade – *Rättvisemärkt* –).

Av dem som svarat att de är medvetna om *Rättvisemärkt*s existens (76 %) visar tendenser på förståelse för certifieringens grundläggande syfte (se ”hisstal” ovan). Exempel på dessa kommentarer är

”Varor producerade utifrån rättvisa förhållanden på arbetsplatsen.”

”Dom produkter som är rättvisemärkta har producerats under rättvisa förhållanden ex. skäliga löner, arbetstider, inget barnarbete”

”Produkter som gjorts av människor under goda arbetsförhållanden”

”Att alla varor har vissa krav på sig inom mänskliga [sic!] rättigheter och sånt”

”Konsumering för moralen”

4.1.1 Analys

Fråga 1 i undersökningen handlade alltså om att *känner till* Rättvisemärkt, något man faktiskt kan göra utan att veta vad det innebär. Det går att se tendenser på att ett flertal av de tilltalade ej har uppmärksammat vad certifieringen egentligen betyder utan bara lagt märke till logotypen eller namnet:

”Känner endast till ‘Rättvisemärkt’ till namnet, vet ej tanken bakom, även om namnet antyder något om rättvisa”

”En våg”

”Ser till att bönder som ej har råd att konkurrera [sic!] prismässigt ändå kan det”

”Livsmedelsprodukter som kommer från djur som behandlats väl”

Produktmärkningen är alltså en garanti för konsumenten att en produkt uppfyller *kriterierna* (se Metodkapitel för mer utförlig beskrivning av dessa). Primärt är respekt för mänskliga rättigheter och främjandet av en bättre framtid för människa och miljö (se vidare Rättvisemärkt/Fairtrade – Kriterier för Fairtrade –). Resultatet i fråga 1 kan ses som högt i förhållande till en allmän uppfattning bland konsumenter. I december 2007 genomfördes en undersökning vars resultat visade att majoriteten av de tillfrågade kände till Rättvisemärkt (70 %) (Rättvisemärkt/Fairtrade – Undersökningar –). Liknande undersökningar genomförs varje år och 25 mars, 2009 skickade Rättvisemärkt, Sverige, ut ett pressmeddelande i vilket det redogörs för att försäljningen av Rättvisemärktcertifierade produkter ökat med 75 % under 2008. Ökningen beror främst på ett ökat utbud av varor och bättre spridning av varorna i handeln och att allt fler känner till certifieringen (Rättvisemärkt/Fairtrade – Starkt 2008 för Rättvisemärkt – 75 % ökad försäljning –).

• Miljö

Flertalet respondenter har beskrivit Rättvisemärkt som ett miljövänligt alternativ. Rättvisemärkt själva säger att när någon köper en certifierad vara så bidrar konsumenten till ökad miljöhänsyn men att målet är att producentorganisationer måste

Arbeta systematiskt med att minska sin miljöpåverkan och att integrera miljöhänsyn i hela verksamheten (Rättvisemärkt/Fairtrade – Kriterier för Fairtrade –)

Enligt kriterierna ska producenten alltså arbeta aktivt med miljöfrågor men att det är en vidare och inte en primär certifiering att sträva efter. En ekologisk certifiering bidrar dock enligt Rättvisemärkt till en ökad försäljning och majoriteten av certifierade produkter i Sverige är ekologiskt odlade (se vidare resonemang kring ekologiska alternativ i fråga 3). Dock vill jag här påpeka att jag resonerar kring ekologiska och miljöaspekter utifrån enkätresultatet.

• Barnarbete

Kampen mot barnarbete har blivit en hjärtefråga för Rättvisemärkt, och många respondenter i undersökningen har angett kampen mot barnarbete som definition när det gäller beskrivningen av Rättvisemärkt (se fråga 1b) och Rättvisemärkt själva säger att

Barnarbete och diskriminering motverkas (Rättvisemärkt/Fairtrade – Kriterier för Fairtrade –)

Jag väljer att inte utveckla resonemanget vidare här utan återupptar frågan i kapitel 4.8 där en mer grundlig analys genomförs.

• Skälig lön

Många respondenter anger att skälig lön är ett av Rättvisemärkt kriterier. Ordet skälig betyder rättvis eller riktig (Svenska Akademiens ordbok ”skälig”). Äldre litteratur och informationsblad ifrån Rättvisemärkt nämner detta begrepp som ett av kriterierna för rättvis handel:

Ett rättvis pris täcker kostnader för en skälig inkomst... (Rignell 2002: 208).

Detta begrepp har dock ersatts med begreppet *minimilön* då skälig betyder rättvis, något som är svårt att relatera till i u-länder. Detta har alltså ersatts med begreppet *minimilön* som då snarare pekar på att utbetalning ska ligga i nivå med minimilönen i respektive land. Dessa löner ska även öka kontinuerligt till motsvarande ”levnadslön” (Rättvisemärkt/Fairtrade – Kriterier för Fairtrade –). Intressant faktor är i detta fall hur många respondenter påpekar just

begreppet skälig i förhållande till Rättvisemärkt. En brist i organisationens informationsarbete skulle vara en variabel att diskutera.

Sammanfattningsvis kan sägas att det finns en stor medvetenhet om Rättvisemärkt men att flera respondenter tvekar på vad certifieringen primärt betyder.

4.2 Fokus vid inköp

För att på bästa sätt närma mig och skapa en förståelse för hur respondenten som konsument funderar, ställdes frågan (2) *Vad är det viktigaste för dig i dina inköp?* Svartalternativen är till för att underlätta för mig i min analys då jag kunde dra generella slutsatser och placera in respondenterna i konsumentgrupper efter deras val. Självfallet är svartalternativen också till för att hjälpa respondenten på rätt spår, det vill säga för att undvika att de väljer att ej svara på frågan.

Tabell II: Vad är det viktigaste för dig i dina inköp?



Drygt hälften (52 %) av respondenterna reglerar sina inköp utifrån sina ekonomiska förutsättningar. Som näst största svarsgrupp hamnade de som ansåg att bra kvalitét (16 %) var

det primära faktum att fundera kring och den tredje största gruppen var de som handlar på impuls (10 %), det vill säga ett egenbegär som styr inköpen.

4.2.1 Analys

Ovanstående tre svarsalternativ grundar sig alla i ett egenintresse, alltså att i första hand är det konsumenten själv som gynnas. Peter Singer menar att handlingar som utförs på detta sätt måste vara förenliga med än bredare moralprinciper för att kunna försvaras etiskt. Om man ska försvara en handling kan man inte bara påvisa sina egna fördelar, utan måste snarare rikta handlingarna mot en större målgrupp (Singer 1996: 21).

Bonnedahl et al menar att andra perspektiv, så som värderingar och prioriteringar trängs åt sidan för ekonomiska aspekter. (Det framgår inte vad författarna menar med andra prioriteringar, men jag kan tänka att de menar prioriteringar så som ekologiska alternativ, icke djurtestade produkter osv.). Istället sätts intressen som i huvudsak påverkar konsumenten i fokus, så som ekonomiska intressen i form av pris (Bonnedahl et al 2007: 120-121). Bonnedahl et al menar att beroende av hur mycket pengar en människa har, värderas en krona olika mycket. Det vill säga att det tas mer hänsyn till förmågan att betala (*har jag råd?*) än till marginalnyttan (*behöver jag denna vara?*) (Bonnedahl et al 2007: 69).

De tre dominerande svarsalternativen i undersökningen visar alla på ett egenintresse; privat ekonomi (52 %), bra kvalitet (16 %) och impulsinköp (10 %). Ett ekonomiskt fokus har trängt under andra värderingar och prioriteringar.

Vanligt är att skylla icke-handlingar på brist på information men även om tillräckligt med information skulle finnas betyder det inte att konsumenters beteende förändras. Yates menar att dilemmat med alternativa produkter är att de är svåråtkomliga och dyrare. Lösningen är enligt henne att låta ”gröna alternativ” bli en del av vardagen och mer lättåtkomliga för konsumenten (Yates, 2008: 97).

• Trendaspekten

Få respondenter säger att dagens trender är det som avgör vad man köper och inte köper (2,5 %). Detta är ett förvånansvärt lågt resultat om man tittar på hur marknaden ser ut i dag och hur många olika märken och modeller det finns. Att mode inte skulle ha någon primär betydelse är intressant. (Se vidare i diskussionsavsnitt).

Om inte mode skulle vara en avgörande faktor vid inköp faller hela konceptet med reklam och marknadsföring. Min fråga är om respondenterna inte vill medge att de styrs av mode i sina handlingar.

• Den ekologiska aspekten

Två svarsalternativ har en ekologisk utgångspunkt, sammanlagt var det 3,5 % av respondenterna som ansåg dessa alternativ var avgörande faktorer vid inköp (Miljövänligt val, 2,5 %; lokalproducerade varor, 1 %).

Ordet ekologi har grekiska rötter där *oikos* står för hus och *logos* för lära (Nationalencyklopedin: uppslagsord *ekologi* och *eko*). Att tänka ekologiskt kan alltså sägas vara att lära sig mer om människans hus, det vill säga jorden alla lever på och av. Att tänka ekologisk kan också innebära en medvetenhet och omsorg inför naturens möjligheter men framförallt dess begränsningar och utifrån denna kunskap ta ställning och välja sina handlingar.

Den moraliska aspekten i ett ekologiskt tänkande vill jag hävda syns när konsumentens medvetet konsumerar på så sätt att han/hon bidrar till en renare och naturligare miljö, en biologisk mångfald, ett skydd för odlare nationellt som internationellt och en resurssparande produktion.

4.2.2 Slutresonemang

Vi är alla konsumenter som förbrukar olika resurser i vårt dagliga liv. Bonnedahl et al menar att konsumtionen idag har blivit så central i västerländska samhällen att den ofta blir förknippad med tankar hur jag som individ förstår mig själv och hur andra ser på mig. Vad som är nytta och behov har skilts från vad som är nödvändigt och konsumtion handlar idag om personifiering (Bonnedahl et al 2007: 78).

4.3 Primär faktor vid inköp av Rättvisemärktcertifierade produkter

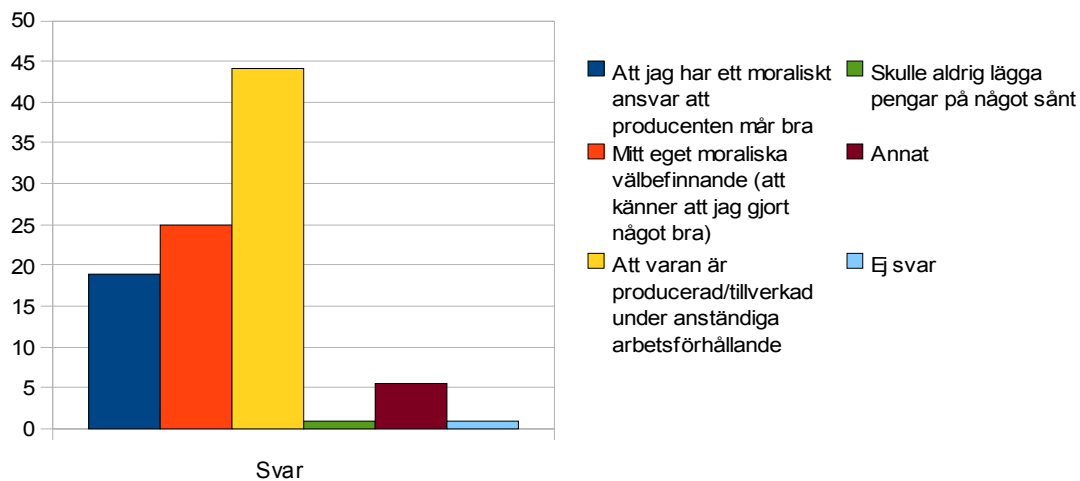
I enkätundersökningen ställs frågan *Om du skulle köpa ett Rättvisemärktcertifierat eller motsvarande alternativ, vad tror du påverkar dig i ditt val?*

Syftet med frågan är att måla upp en uppfattning om på vilket sätt en kulturell kontext visar sig. Det finns starka kulturella kontexter som måste tas i akt vid analys av rättvisemärkt och

konsumenters handling (se vidare resonemang Varul 2009). Jag har således skapat ett antal svarsalternativ som jag tror skulle kunna vara avgörande variabler om man som konsument väljer en certifierad vara. För att inte låsa respondenterna vid ett svarsalternativ fick de kryssa för två variabler som påverkar dem i deras val av produkt.

Tabell III: Om du skulle köpa ett Rättvisemärktcertifierat eller motsvarande alternativ, vad tror du påverkar dig i ditt val?

Om du skulle köpa ett Rättvisemärktcertifierat eller motsvarande alternativ, vad tror du påverkar dig i ditt val?



Majoriteten (44 %) väljer Rättvisemärkt för att varan är producerad under anständiga arbetsförhållande, något som Rättvisemärkt själva lyfter fram. Den näst största svarsgruppen (25 %) väljer Rättvisemärktcertifierade produkter för att känna att de gjort något bra för världen. 19 % av de tillfrågande skulle köpa en certifierad vara för att de anser att de har ett moraliskt ansvar att producenten mår bra. 5,5 % har svarat att de skulle köpa en certifierad vara av ett annat skäl, tyvärr har ingen specificerat vad detta innebär. 1 % skulle aldrig lägga pengar på något sånt och 1 % har ej svarat.

4.3.1 Analys

Jag har i analysen valt att göra en genomgång av de olika svarsalternativen som angetts för att sedan väva ihop dessa i en slutkommentar (se även liknande upplägg i fråga 1, 2 och 7).

Majoriteten (44 %) väljer Rättvisemärkt för att varan är producerad under anständiga arbetsförhållande, något som Rättvisemärkt själva lyfter fram. Den näst största svarsgruppen (25 %) väljer Rättvisemärktcertifierade produkter för att känna de gjort något bra för världen. Konsumenten tänker alltså här i första hand på sig själv men genom detta beslut gynnar han/hon också andra. (Se vidare Diskussion).

Enligt Singer handlar moraliskt ansvar om att inkludera alla som påverkas av ett beslut. Ett sådant beslut kräver att konsumenten väger allas intressen mot varandra och gör den handling där det är störst sannolikhet att flest påverkas positivt. Att man som människa måste, i sitt etiska tänkande, utgå från den handling som flest blir lyckliga av, och man bör inte prioritera sina egna intressen bara för de tillhör en själv (Singer 1996: 23).

Handlingens innehåll, vad som faktiskt görs, är viktigare än motivet fortsätter Singer i sitt resonemang – det faktum att människor räddas undan, till exempel, svält kommer att gynnas i samma utsträckning oavsett motivet (Singer 1996: 284).

Dock anser Singer att om man som människa försvarar sina moraliska handlingar med hjälp av ett egenintresse så har etikens grundtanke missförstått (Singer 1996: 283).

Singer påvisar att människans föreställning om etik har förändrats och missvisats på så sätt att samhället anser en moralisk handling får ett värde endast om den är rätt, utan något ytterligare motiv (Singer 1996: 285-286).

Singer framhåller ”fair trade” (jag förmodar han i denna text syftar på rättvis handel i allmänhet och ej certifieringen Rättvisemärkt) och att inhandla varor från producenter som får ett bättre utgångspris för sin produkt. Dock ställer Singer sig frågan vad som gör störst

skillnad. Att skänka 100 dollar till rättvis handel eller att skänka 100 dollar till en hjälporganisation. Han svarar på sin egen fråga och menar att det handlar om att individen bör göra något oberoende vad för handling det är (Kuper red. 2005: 175).

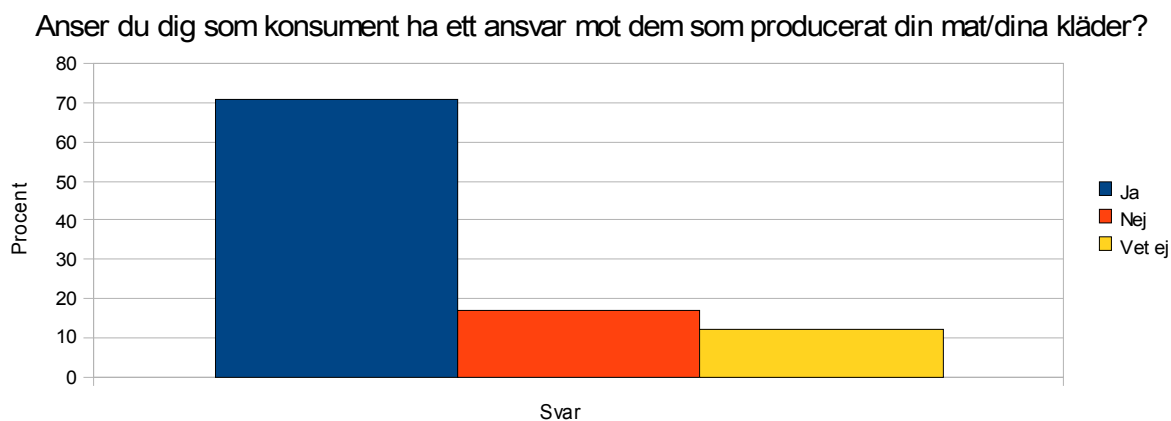
4.4 Direkt ansvarstagande

Konsumenter som föredrar Rättvisemärktcertifierade produkter skapar med sina val en politisk, moralisk och etisk ståndpunkt. Undersökningar indikerar på att kulturella kontexter har stor inverkan hur dessa val ter sig.

Varul har gjort en undersökning över britters och tyskars vanor inom etiskt handel. De tillfrågade britterna visade tendenser på ett mer individuellt val och smak och de tyska (Fairtrade) konsumenterna visade tendenser på att följa mer regelrätta riktlinjer. Enligt Varul beror dessa skillnader på olika konsumentkulturer, nationell ekonomimoral och kolonialtidens inflytande (Varul, 2009: 183).

Jag har valt att ställa fråga 4 (och 5) för att skapa en grundläggande tanke om hur svensktalande studenter på Malmö högskola funderar kring moraliskt ansvar som medmänniska, det vill säga om ansvaret visar sig vara större när den ansvarstagande kallas för *man som medmänniska* än för *du som konsument*.

Tabell IV: Anser du dig som konsument ha ett ansvar mot dem som producerat din mat/dina kläder?



Resultat kan ses som positivt då tre fjärdedelar (71 %) av respondenterna ser sig ha ett ansvar för dem som producerat deras mat/kläder. Majoriteten anser här att man som konsument ska handla etiskt (jämför fråga 2 och 3). 17 % av de tillfrågade svarade att de inte har ett personligt ansvar mot producenterna och 12 % av dem visste inte om det fanns ett sådant personligt ansvar som konsument, det vill säga att de valde att ej ta ställning i frågan.

4.4.1 Analys

Resultatet indikerar alltså på att majoriteten av respondenterna anser att *du* som konsument har ett ansvar mot producenter (jämför med resultatet i fråga 5). Genom att ställa detta resultat vid sidan av resultatet från fråga 2 (*Vad är det viktigaste för dig i dina inköp?*) där drygt hälften (52%) av respondenterna anser ekonomin är den primära faktorn vid inköp uppstår frågor kring vad ett moraliskt ansvar att hjälpa genom handel betyder när ekonomiska förutsättningar syns vara viktigare för konsumenten. Jag hävdar här att egenintresset besestrar moralen.

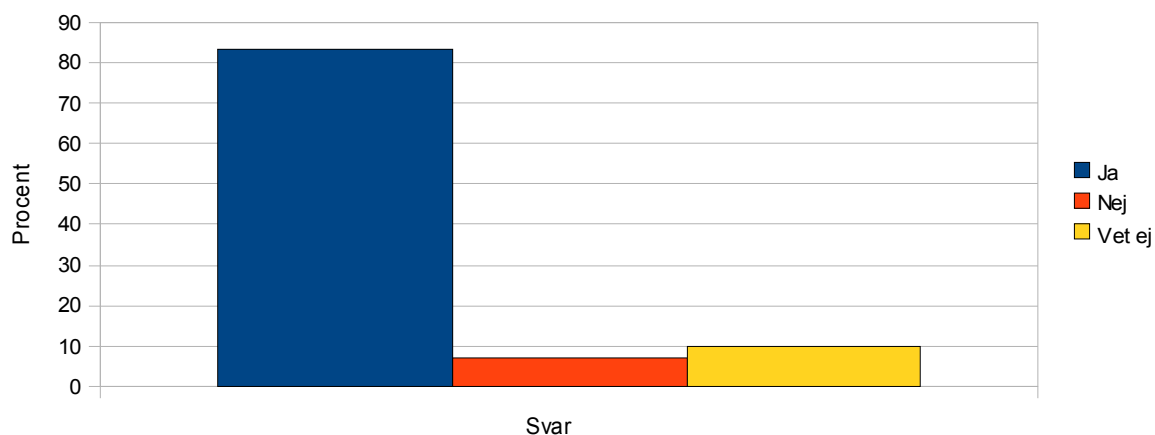
Jag väljer att inte utveckla detta resonemang mer i fråga 4 utan hänvisar vidare till analysen i fråga 5 där resultaten i fråga 4 och 5 ställs i relation till varandra och resonemanget blir mer utvecklande.

4.5 Indirekt ansvarstagande

Fråga 5 ska ses som en parallell fråga till föregående fråga. Skillnaden är att jag bytt pronomen från första person (jag) till tredje person (man). Det vill säga nu efterfrågas om respondenten anser det lättare/mer självklart att svara ja på fråga 5 (*Har man som människa ett moraliskt ansvar att hjälpa andra till bättre arbetsvillkor?*) än på fråga 4 (*Anser du dig som konsument ha ett ansvar mot dem som producerat din mat/dina kläder?*).

Tabell V: Har man som människa ett moraliskt ansvar att hjälpa andra till bättre arbetsvillkor?

Har man som människa ett moraliskt ansvar att hjälpa andra till bättre arbetsvillkor?



Resultatet indikerar på än tydligare tendenser till ett ansvarstagande (83 %) när det efterfrågas om *man* har ett moraliskt ansvar, än i fråga 4 där respondenten måste ta ett mer subjektivt beslut. 7 % av de tillfrågade i ovanstående fråga anser inte att *man* har ett moraliskt ansvar och 10 % av dem har valt att ej tagit ställning.

4.5.1 Analys

Fråga 4 och 5 indikerar på samma ansvarstagande men således skiljer sig aktörerna åt. När ett indirekt moraliskt ansvar inför producenter efterfrågas av tredje person (se vidare resultatet i fråga 5) blir resultatet alltså högre än när ett direkt moraliskt ansvar inför producenter efterfrågas (se vidare resultatet i fråga 4).

Ovanstående kan förtydligas med hjälp av Peter Singers resonemang som hävdar att hjälpa människor inte ska ses som en välgörenhetshandling utan som något som alla borde göra. Som medmänniskor har vi alltså en skyldighet att hjälpa (Singer 1996: 204).

Första premissen: Om vi kan hindra något ont utan att offra något av jämförbar betydelse, bör vi göra det.

Andra premissen: Absolut fattigdom är något ont.

Tredje premissen: Det finns viss absolut fattigdom som vi kan hindra utan att offra något av jämförbar moralisk betydelse.

Slutsats: Vi bör hindra viss absolut fattigdom.
(Singer 1996: 205)

Argumentationen lyder att den första premissen är en påtaglig moralisk premiss som allt vilar på och att den kan accepteras av människor med olika moraliska åsikter. Inte heller den andra premissen i ovanstående citat ska ifrågasättas, enligt Singer. Tredje premissen hävdar att viss absolut fattigdom kan förhindras utan att man som människa kan göra skillnad genom ett bidrag. Vad Singer menar med detta resonemang är att på andra premissen skriver *absolut fattigdom* och inte *den* absoluta fattigdomen, det vill säga att om man som människa kan, utan att offra något i jämförbar moralisk betydelse, kan hjälpa någon att komma ur absolut fattigdom är premiss tre och slutsatsen klar (Singer 1996: 205).

Enligt Singer så håller de flesta i industriella länder med om den tredje premissen och anser att det överflöd dessa människor innehar betyder att de flesta kan använda sitt ekonomiska överflöd (pengar som ej betyder liv eller död i bokstavlig mening) till att minska absolut fattigdom (Singer 1996: 205) (Se vidare fråga 9a).

4.6 Vilket kaffe väljer du?

Allt fler caféer har Rättvisemärktcertifierat kaffe (se vidare Metod) och jag ansåg det intressant att se hur de tillfrågade i undersökningen ställde sig till att välja mellan Rättvisemärktcertifierat kaffe och vanligt kaffe. Frågan löd *Om du på ett fik kan köpa antingen en liten Rättvisemärktcertifierad kaffe eller en stor vanlig kaffe för samma pris – vilket köper du?*

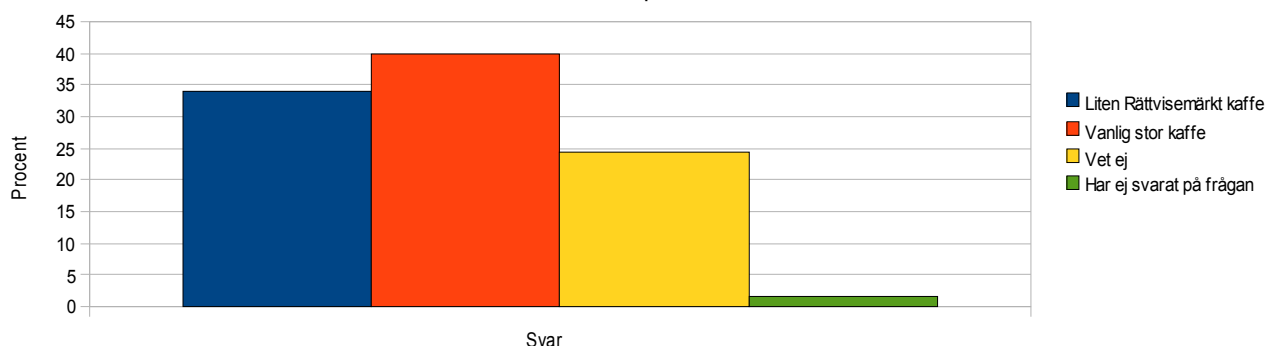
För att göra analysen än mer intressant och mer utförlig valde jag att ställa en följdfråga där de tillfrågade fick ange vilken faktor som avgör deras val av kaffe. Ett antal svarsalternativ angavs för att underlätta sammanställningen av svaren och även för att hjälpa respondenten med alternativ. Det fanns även möjligheten att själv skriva en egen anledning till varför respondenten väljer som han/hon gör.

Om du på ett fik kan köpa antingen en liten Rättvisemärktcertifierad kaffe eller en stor vanlig kaffe för samma pris,

a) Tabell VI: Vilket köper du?

Om du på ett fik kan köpa antingen en liten Rättvisemärktcertifierad kaffe eller en stor vanlig kaffe för samma pris,

Vilket köper du?

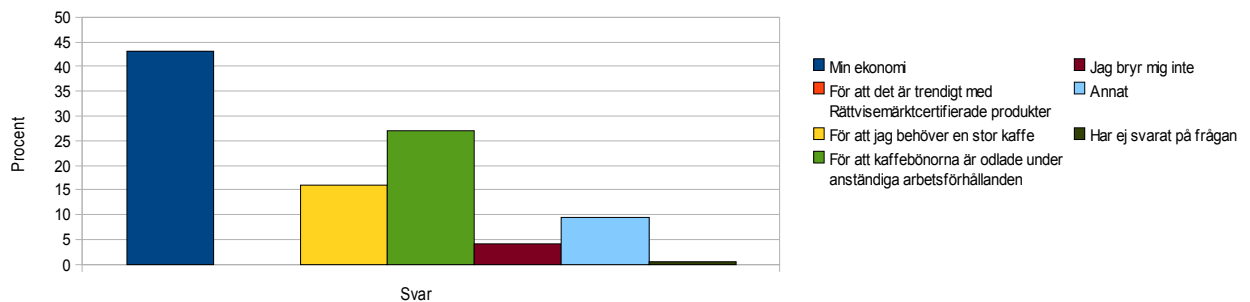


Differensen är i detta fall inte så stor. Majoriteten (40 %) väljer konventionellt kaffe. De som prioriterar Rättvisemärktcertifierat kaffe är 34 % av de tillfrågade. En fjärdedel av respondenterna (24,5 %) har svårt att välja och kryssade i vet ej. Vad det kan bero på att så pass stor grupp har valt att svara ”vet ej” har jag ställt mig frågor kring. Kanske är det så att de skulle vilja men att ekonomin ej tillåter?

Resultaten blir intressanta när det ställs i förhållande till resultaten i fråga 6b nedan och analysen utvecklas ifrån detta förhållande av de två komponenterna i fråga 6.

b) Tabell VII: Varför väljer du som du gör?

Om du på ett fik kan köpa antingen en liten Rättvisemärktcertifierad kaffe eller en stor vanlig kaffe för samma pris,
Varför väljer du som du gör?



Majoriteten (43 %) anser att deras ekonomiska förutsättningar får avgöra vilken kaffe de köper. Knappt en tredjedel (27 %) av respondenterna väljer det certifierade alternativet för att bönorna är odlade under anständiga arbetsförhållande. 16 % anser sig behöva en stor kaffe. Förhållandevis många (9,5 %) väljer sitt kaffe utefter andra förutsättningar, tyvärr är det fåtalet som angett vad dessa andra förutsättningar skulle vara (se kommentarer nedan). 4 % bryr sig inte vilket alternativ de köper. Ingen (0 %) väljer det certifierade alternativet för det kan anses trendigt. 0,5 % har ej svarat på frågan.

Kommentarer som lämnats vid svarsalternativ ”annat” visar bland annat tendenser på egenintresse

det beror på min ekonomi för dagen

om vanligt kaffe smakar bättre

Som tidigare diskuterats prioriteras egennyttnan före andras (det vill säga i detta fall producentens) intresse. Egenintresset har alltså även här en betydande variabel.

4.6.1 Analys

Resultaten har visat på mycket intressanta resonemang som kan analyseras ur flera vinklar. Jag har nedan valt ett par av dessa och försökt återskapa en dialog av den debatt som idag pågår mellan förespråkare av ”rättvisare” produkter och de som motsäger sig alternativa produktcertifieringar. I min analys använder jag ordet konventionellt alternativ istället för ”vanlig”, och syftar därmed på samma produkt.

Genom att jämföra svaren i fråga 6a och 6b syns det att flertalet som väljer en Rättvisemärktcertifierad produkt anger som anledning till sitt val att de anser mänskligheten

bör se till mer anständiga arbetsförhållanden för producenter, detta står dock i relation till att den egna ekonomin är hållbar.

Vid val av en större kopp kaffe spelar det egna behovet och den egna ekonomin stor roll, varav 43 % svarade att ekonomin styr vilken kaffe de köper och 16 % anser sig behöva mycket kaffe. I enkäten är orden samma pris fetmarkerade för att respondenten ska uppmärksamma denna information. Frågan utgår alltså från att konsumenten har den summa som behövs vid inköp men att produkten finns i olika storlek till samma pris. Trots detta anser flera respondenter, 43 %, att ekonomin styr deras val.

Förklaringen skulle kunna vara att man får mer kaffe för pengarna, det vill säga mer valuta för pengarna. Detta hade varit en följdfråga att diskutera vid intervju.

4.7 Ansvarstagare för en hållbar utveckling

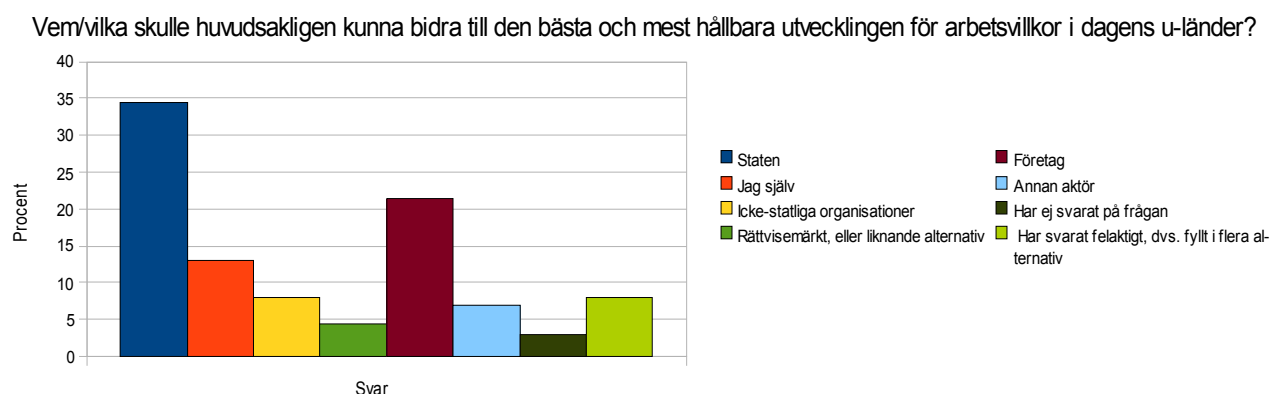
Begreppet *hållbar utveckling* handlar främst om ett ekologiskt, ekonomiskt och socialt utvecklingsarbete och att man ser långsiktigt på detta (Elliott, 2006: 9ff). Morrós och Vidal menar att hållbar utveckling visar på ett agerande som tillfredsställer både den nuvarande och den kommande generationen (Morrós & Vidal 2002: 13ff). Dock kan begreppet vidgas och precis som Starkey och Walford (2001) gjort inkludera en moralisk aspekt som söker att finna en rättvis och schysst (*fair and just*) utveckling (se vidare Elliott, 2006: 14).

Med tiden har nya ansvarstagare dykt upp, aktörer så som transnationella företag och sociala organisationer. Dessa bidrar till att nya utmaningar och möjligheter inom miljöfrågor och utvecklingsarbete skapas (Elliott, 2006: 1ff).

En moralisk aspekt inom ansvarstagande och den utveckling som gör att det tillkommer nya aktörer, bidrog till att jag ställde frågan *Vem/vilka skulle huvudsakligen kunna bidra till den bästa och mest hållbara utvecklingen för arbetsvillkor i dagens u-länder?*

Syftet med frågan var att ta reda på hur samhället ser på de olika aktörerna och vad som kan anses vara relevant för var aktör att ta i akt när de agerar.

Tabell VIII: Vem/vilka skulle huvudsakligen kunna bidra till den bästa och mest hållbara utvecklingen för arbetsvillkor i dagens u-länder?



Staten är den aktör som enligt de tillfrågade har det primära ansvaret för att bidra till hållbar utveckling (34,5 %). Inte alls förvånansvärt anser 21,5 % av de tillfrågade att det är företagen som bäst kan bidra till hållbar utveckling. 13 % av de tillfrågade anser att ”jag själv” har det primära ansvaret, alltså att de själva bäst kan påverka en hållbar utveckling i rätt riktning. 8 % av de tillfrågade säger att icke-statliga organisationer har det primära ansvaret. 7 % anser att ”annan aktör” bäst kan bidra till hållbar utveckling. Annan aktör är enligt de tillfrågade organ som FN eller alla svarsalternativ tillsammans. Rättvisemärkt eller liknande organ är en aktör som enligt de tillfrågade inte kan bidra till någon vidare hållbar utveckling (4,5 %).

3 % har ej svarat på frågan och 8 % har fyllt i frågan felaktigt (det vill säga kryssat för flera svarsalternativ).

Resultatet indikerar alltså på att staten och företagen är de två aktörer som syns ha störst ansvar när det gäller hållbar utveckling (34,5 % respektive 21,5 %).

4.7.1 Analys

Analysen är uppdelad utefter de olika svarsalternativen. Jag börjar med den aktör som enligt de tillfrågade bäst kan bidra till hållbar utveckling. Detta för att undvika en hoppande text och framförallt för att lättare få en överblick över vem och vilka som är aktörerna.

• Statsansvar

En tredjedel av respondenterna (34,5 %) anser att staten gör det bästa arbetet för hållbar utveckling. Jag menar att denna utveckling skulle kunna vara ett starkare och mer effektivt ansvarstagande från statens sida när det gäller utvecklande av handelsavtal.

Peter Singer anser att staten bör ta ett etiskt ställningstagande vid handel. Han förtydligar sitt påstående med att skriva att till exempel när ett företag eller en utomstående nation accepterar en diktators rätt att sälja landets resurser accepterar de också dennes auktoritet över dessa resurser. Detta är inte en neutral handling, utan en handling som faktiskt kräver ett etiskt rättfärdigande (Singer 1996: 94, 101).

Singer anser att ofta sägs det generellt att ansvaret bör ligga hos staten och inte hos privata aktörer. Han menar dock att om det satsas för mycket på privat hjälp så undslipper staten automatiskt sitt ansvar. För att slippa detta anser Singer att statsansvaret bör öka och att staten måste hjälpa till att finna bättre handelsvillkor mellan rika och fattiga länder (Singer 1996: 214).

Elliott, som fokuserar främst på miljöfrågor, skriver att staten ska ses som ansvariga för att skapa policydokument, regulatorer och institutionella ramverk inom nationen som är till för att utveckla ett bra ledarskap inom hållbar naturresurshantering. Ett ledarskap i vilket de också ska ses som viktiga ansvarstagare (Elliott, 2006: 125).

Ratner och Abrams menar att statsansvaret syns först då staten misslyckas med att fullfölja de mänskliga rättigheterna eller humanitär lag. Misslyckandes ses antingen genom att individer kränks genom nationell lag eller att åtal inte väcks mot en gärningsman som kränkt statens medborgare (Ratner & Abrams 2001: 15).

• Företagsansvar

En femtedel (21,5 %) av respondenterna anser att företag är den aktör som kan bidra till mest hållbar utveckling. Just företagsansvar är ett vagt men stort ämne, det vill säga att vad företagsansvar egentligen innebär kan vara svårdefinierbart. Bonnedahl et al argumenterar för att man som individ måste fundera över det ansvar som företagen egentligen har i och med sitt inflytande på sin omgivning men att ett slutgiltigt ansvar faktiskt ligger hos den privata individen, det vill säga konsumenten. Företag kan ses som förebilder för andra företag,

myndigheter och som måttstock när standarder för marknaden sätts, något författarna menar kan vara ett argument för att ansvaret ökar (Bonnedahl et al 2007: 128-129).

Longinos et al menar att information och en medvetenhet hos konsumenten angående ett företags sociala handling och engagemang stärker företagets identitet hos konsumenten. Dock är fortfarande den primära faktorn vid inköp pris, kvalitet och fabrikat. Konsumenter prioriterar sig själva i sina inköp (Longinos et al 2008: 66).

• **Rättvisemärkt**

Den aktör som respondenterna anser inte har något större ansvar för hållbar utveckling är Rättvisemärkt eller liknande alternativ (4,5 %).

Rättvisemärkt menar att handel kan vara – och är ofta – ett effektivt verktyg för att bekämpa fattigdom och främja välfärdsutveckling. Dock ser det idag ut som att mänsklig utveckling motverkas av handelsregler och strukturella orättvisor. Genom att handla Rättvisemärktcertifierade produkter motverkas dessa orättvisor och ett förverkligande av de mänskliga rättigheterna underlättas betydligt. Målsättningen för Rättvisemärkts handelsavtal är att marginaliserade producenter i världens fattiga länder får en möjlighet att förbättra sin ekonomiska och sociala situation (Handbok för ambassadörer 2009: 5 ff).

Rättvisemärkt kan alltså sägas ha ett visst ansvar i frågan om hållbar utveckling men dock inte det primära. De kan motverka faktorer som bidrar till sämre levnadsstandard men att de behöver hjälp i form av till exempel staten eller företagen (se resonemang ovan). Så precis som respondenterna anser så har stat och företag ett mycket större ansvar för hållbar utveckling än aktörer som Rättvisemärkt.

• **Jag själv**

Jag själv i detta sammanhang är den privata konsumenten som deltagit i undersökningen. Enligt Bonnedahl et al så har konsumenten makt i produktionssammanhang i och med att efterfrågan är det som styr och inte utbudet längre. Konsumenten har alltså störst makt och då också störst ansvar (Bonnedahl et al 2007: 79).

Majoriteten av invånarna i rika nationer har idag ekonomiska förutsättningar att spendera pengar på lyx, samtidigt skulle dessa pengar i hög grad kan ges till intresseorganisationer som kan omvandla pengarna till bistånd och medicinsk hjälp åt fattiga (Singer 2002: 140).

Icke-hållbara konsumtionsmönster grundar sig ofta i sociala och kulturella kontexter och Yates menar att det är ohållbart att väga för- och nackdelar med hos produkter och besluten tas istället utifrån pris, märke, marknadsföring, hyllplacering och förpackning (Yates 2008: 97). En konsuments attityd, åsikt, värdering och känslor ska vägas in för att nå den optimala konsumenten. Viktigt är även att konsumentens tidigare (subjektiva) erfarenhet av handel tas i analys och utredning om vad som är det mest optimala (Jacobsen & Dulstrud, 2007: 472).

• **Icke-statliga organisationer**

Det finns ingen universell legitim förklaring på vad en icke-statlig organisation är men det finns vissa kriterier som återkommer. Sådana kriterier är att organisationen inte är vinstdrivande, arbetar ideellt, har frivilligt medlemskap och att de arbetar självständigt ifrån staten (det vill säga tar ej emot statliga bidrag). Denna typ av organisationer sägs idag vara de mänskliga rättigheternas samvete (Nowak 2002: 257-259).

Endast 8 % av respondenterna ser organisationerna som primära ansvarstagare i frågan om hållbar utveckling. Då icke-statliga organisationer inte har någon legitimitet att skriva under eller ratificera konventioner eller vara mål för rättsliga frågor på samma sätt om stater har, är den låga procentsatsen ifråga om ansvar helt relevant. Vad som dock ska påpekas är att icke-statliga organisationer har stor makt inom lobbying för att utkräva exempelvis statsansvar genom påtryckningar, medialt och genom aktioner. De arbetar på så sätt med ratificeringar genom att de trycker på stater att skriva under för till exempel hållbar utveckling (Elliott 2006: 132; Nowak 2002: 257ff).

• **Annan aktör**

7 % har svarat att annan aktör, det vill säga, en ytterligare aktör som skulle vara den primära i arbetet mot hållbar utveckling. Flertalet kommentarer har lämnats.

”ETT gemensamt ansvar”

”FN”

”Påtryckningar från alla håll”

”U-länderna själva”

”Inte bara jag utan alla konsumenter”

”Samarbete stat och organisation”

”Alla tillsammans men med start på individnivå”

Att ansvaret skiljer sig ifrån vilken aktör som handlar syns ganska snart i min analys. Ansvaret inom aktörens handlingsområde kan också skilja sig (se t.ex. Statsansvar).

En intressant slutsats är att aktörer visar sig ha olika ansvar i frågan och det mest optimala är en sammanslutning av dem alla, nästan som en kedja där de påverkar varandra. Alla aktörer i frågan måste ses som länkar i en kedja och inte som enskilda, oberoende aktörer, utan de måste samarbeta för att nå maximal effekt. Se till exempel Yates (2008) resonemang om att var konsument påverkas och tar beslut utifrån till exempel pris och tillgänglighet. Dessa två faktorer är något som företagen reglerar.

Vidare går icke-statliga organisationers största ansvarsområde ut på att lobba för hållbar utveckling, de är alltså den aktör som bäst kan trycka på en stat i fråga om ansvarstagande.

Resultaten indikerar alltså att staten skulle vara den aktör som kan bidra till det största ansvaret för hållbar utveckling för producenter i tredje världens länder. Vad som här är rätt eller fel är subjektivt och inte min mening att finna svar på. Alla aktörer måste ses som viktiga och det bästa är nog att utgå från att de kan påverka på olika sätt.

Frågan om ett privat moraliskt ansvar ligger i svarsalternativ *jag själv* (13%) en, enligt mig, relativt hög siffra i jämförelse med övriga frågor på blanketten. Intressant för vidare forskning är att fråga respondenterna på vilket sätt de privat hade kunnat påverka den hållbara utvecklingen i rätt riktning.

4.8 Barnarbete

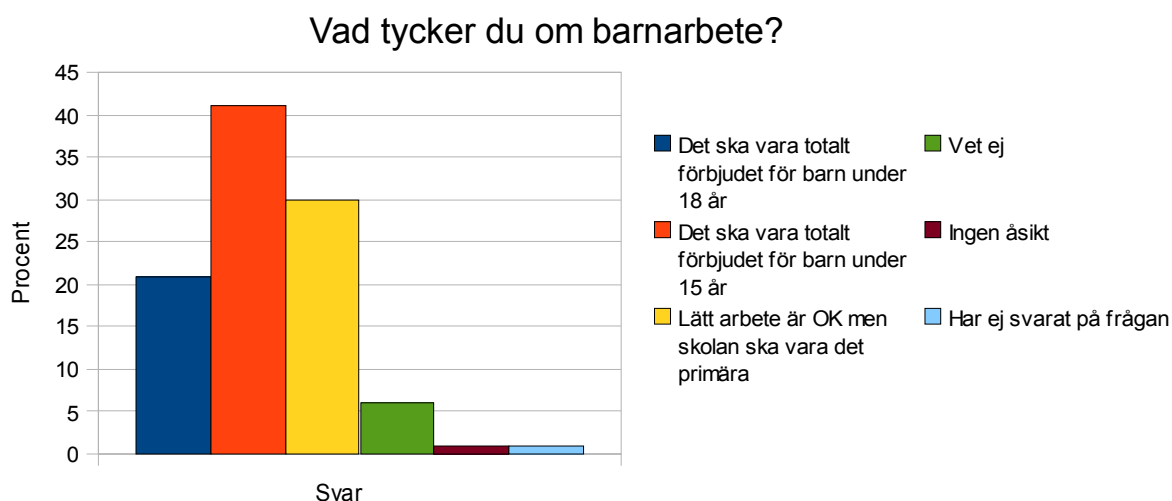
En pågående debatt är debatten om barnarbete. Undersökningen försöker i första hand ta reda på vad studenter på Malmö högskola anser vara ”rätt” ålder för att börja arbeta, resultat har sedan satts i relation till vad Rättvisemärkt, ILO och barnkonventionen (ICRC) säger. I analysen syns även kritiken mot Rättvisemärkts resonemang.

Debatten om barnarbete handlar ofta om utsatta barn i tredje världen men för att inte lägga fokus på detta har jag ställt frågan på följande sätt *Vad tycker du om barnarbete?* Jag valde alltså istället att lägga en neutral ton på frågan och frågade helt enkelt vad respondenterna *tycker* om barnarbete (se vidare Metodkapitel – frågestruktur).

För att underlätta för respondenten och för att lättare klargöra analysen gavs ett antal juridiska och legitima definitioner som svarsalternativ. Jag såg även till att det fanns möjlighet att ange ”ingen åsikt” som svar då kanske inte alla vill ta ställning i en sådan etisk fråga.

Intressant reflektion som jag gjort är att ett fåtal kopplade ihop frågan med barnarbete så som att sälja lotter för en klassresa på mellanstadiet i en svensk skola, något jag hoppades på skulle visa sig.

Tabell IX: Vad tycker du om barnarbete?



En femtedel (21 %) tycker det ska vara helt förbjudet för barn under 18 år att arbeta. Majoriteten (41 %) svarar att det ska vara totalförbjudet för barn under 15 år. 30 % samtycker med att lätt arbete är OK men att skolan ska vara det primära för barn. 6 % av respondenterna vet inte och 1 % har ingen åsikt. 1 % av de tillfrågade har ej svarat på frågan.

4.8.1 Analys

Med tanke på resultaten anar jag att många förknippar begreppet barnarbete med barnslaveri där barn tvingas sitta fastkedjade i vävstolar eller trampa runt bland kemikalier och färga tyg. Det ges alltså ingen definition om vad barnarbete betyder i undersökningen, något som säkert

påverkat resultatet. Dock svarade en tredjedel av respondenterna (30 %) att de tyckte det var OK med lätt barnarbete men att skolan måste vara det primära. Även här ska påpekas att svarsalternativen inte indikerar på vad lätt barnarbete (se definition längre ner) är för något utan att respondenten själv har fått ta ställning och göra en ämnesanalys. Dock har svarsalternativet som grund i FLO och Rättvisemärkts åsikt i frågan om barnarbete där de anser att

Arbetet ska följa FN:s deklaration om de mänskliga rättigheterna, FN:s barnkonvention och ILO:s grundläggande konventioner (Rättvisemärkt/Fairtrade – Vad är rättvis handel? –)

Nedan citeras *ILO Konvention (nr 138) om minimiålder för tillträde till arbete* som FLO och Rättvisemärkt utgår ifrån i sitt ställningstagande

Artikel 3

1. Minimiåldern för tillträde till varje typ av anställning eller arbete, som på grund av sin art eller de omständigheter varunder det utförs medför risk för ungdomars hälsa, säkerhet eller candel, skall ej understiga 18 år

Artikel 7

1. Den nationella lagstiftningen kan tillåta att personer i åldern 13-15 år sysselsätts i lätt arbete som

- a) inte är ägnat att skadligt inverka på deras hälsa eller utveckling; och
 - b) inte är ägnat åt att inverka menligt på deras skolgång, deras deltagande i program för yrkesorientering eller yrkesutbildning, som godkänts av vederbörande myndighet, eller deras förmåga att tillgodogöra sig den erhållna undervisningen
- (*ILO Konvention (nr 138) om minimiålder för tillträde till arbete*)

Riskfyllt arbete som kan äventyra barns psykiska, mentala eller moraliska hälsa, säkerhet eller moral ska inte utföras av någon under 18 år. Grundläggande minimiålder enligt ILO är 15 år. Denna ålder utgör det år då skolgången inte längre är obligatorisk. Lätt arbete kan utföras av barn mellan åldern 13 och 15 år så länge det inte inkräktar på deras hälsa och säkerhet eller hindrar deras skolgång och utbildning.

Det mest frekventa svarsalternativet (41 %) i genomförd undersökning visade alltså på vad ILO definierar som grundläggande minimiålder, det vill säga 15 år.

Den internationella konventionen om barns rättigheter (ICRC) säger att

Artikel 32

Konventionsstaterna erkänner barnets rätt till skydd mot ekonomiskt utnyttjande och mot att utföra arbete som kan vara skadligt eller hindra barnets hälsa eller fysiska, psykiska, andliga, moraliska eller sociala utveckling. [...] a) fastställa en minimiålder eller minimiåldrar som minderåriga skall ha uppnått för tillträde till arbete;

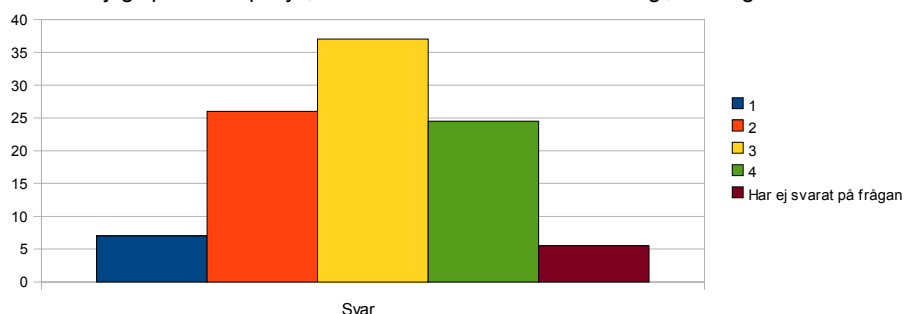
Enligt ICRC finns det inga klara riktlinjer på vad som ska klassas som barnarbete eller inte utan att länderna själva ska sätta upp dessa regler. Rättvisemärkt strävar alltså efter att undvika barnarbete och att ge föräldrarna en minimilön så att möjlighet till skolgång finns för alla barn. Rättvisemärkt får ofta utstå kritik som menar att genom att inte köpa produkter tillverkade av barn så förlorar dessa barn sitt arbete och kanske hamnar i än värre situationer än de redan befinner sig. De svarar på denna kritik genom att säga att man genom att köpa deras produktcertifiering bidrar man som att barnens föräldrar får tillräckligt betalt och har råd att skicka sina barn till skolan (Kritik och replik, uppdaterad 2008-09-09).

4.9 Ställningstagande till påståenden

I fråga 9 måste respondenten förhålla sig till fyra påståenden. De tillfrågade skulle ringa in den siffra som stämde överens med hur de tycker. 1 betydde ”självklart” och 4 betydde ”aldrig funderat över”. Citaten är hämtade från två olika källor – Peter Singer (9a och 9b) och Rättvisemärkt (9c och 9d). Vad alla påståenden har gemensamt är att de lätt kan ses vara ”övermoraliska” det vill säga att det inte är naturligt för den vardagliga medborgaren att veta/känna/anse utefter vad som frågas.

(9a) Tabell X: ”Den summa jag spenderar på lyx, dvs. sådant som inte är nödvändigt, skulle ges bort istället” (Lyx är i detta fall t.ex. en ny jacka eller en konsertbiljett)”

Den summa jag spenderar på lyx, dvs. sådant som inte är nödvändigt, skulle ges bort istället”



Resultatet indikerar att majoriteten (61,5 %) (svarsalternativ 3 och 4) har en mer negativ inställning till ovanstående påstående och har svarat att de sällan eller aldrig funderat på det som efterfrågas. 33 % (det vill säga svarsalternativ 1 och 2) tyckte att påståendet föll i

samklang med deras tankar och var mer för än emot. 5,5 % har valt att ej ta ställning till påståendet.

4.9.1 Analys

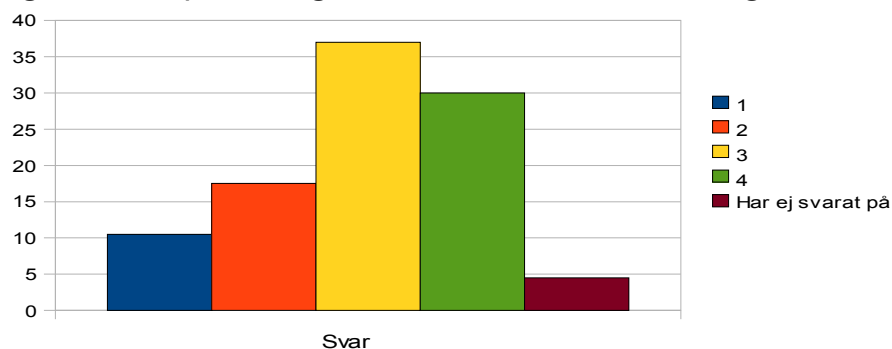
Påståendet är lånat från Peter Singer som säger att alla de pengar som spenderas på lyx borde ges bort. Han påpekar att många idag är mot detta resonemang och att det därför inte går att dra några moraliska slutsatser. Men han menar också att om man värderar ett barns liv högre än ett lyxigt restaurangbesök så borde man nästa gång, istället för att gå ut att äta, fundera över att man faktiskt kan göra skillnad med sina pengar. Det vill säga att även om man väljer restaurangbesöket bör man vara medveten om att man då inte lever ett moraliskt liv (Singer 2001).

Vad som utgör ett behov är intressant att fråga sig. Bonnedahl et al närmar sig ämnet och menar att en del av västvärldens konsumtion självfallet är livsnödvändig, medan andra delar faktiskt går att motivera på enbart praktisk basis. Dels finns en del, den del vi här diskuterar, som kan kallas lyx; alltså konsumtion som finns för att skapa identitet eller för att fördriva tiden och trycka undan tristess. Sammanfattningsvis kan tilläggas att ”vi” som konsumenter i ett högmateriellt samhälle lägger stor del vid denna lyxkonsumtion, saker vi ej behöver för att överleva (Bonnedahl et al 2007: 77).

Konsumtionen är numera, särskilt i västerländska samhällen, så central att den blivit tätt förknippad med hur man förstår sig själv och hur andra förstår en annan. Vad som är nytta och behov har glidit iväg, och konsumtionen handlar i hög grad om att balansera mellan ”den här personen vill jag vara” med ”den här personen vill jag uppfattas som” (Bonnedahl et al 2007: 78).

(9b) Tabell XI: ”Jag kan utan problem ge 10 % av min inkomst till välgörenhet”

Jag kan utan problem ge 10 % av min inkomst till välgörenhet



Majoriteten (67 %) (svarsalternativ 3 och 4) av de tillfrågade i fråga 9b har en negativ inställning till att ge bort 10 % av sin inkomst. Flertalet av dessa har dessutom givit kommentarer som tyder på att de i framtiden ("framtid" betyder enligt många respondenter fast arbete och lön) kan tänka sig att skänka 10 % av sin inkomst men att de i dagens läge inte har den ekonomiska möjligheten. Positivt att se är att 28 % (svarsalternativ 1 och 2) visade ett positivt ställningstagande till påståendet redan som student med begränsad ekonomi. 4,5 % har ej tagit ställning.

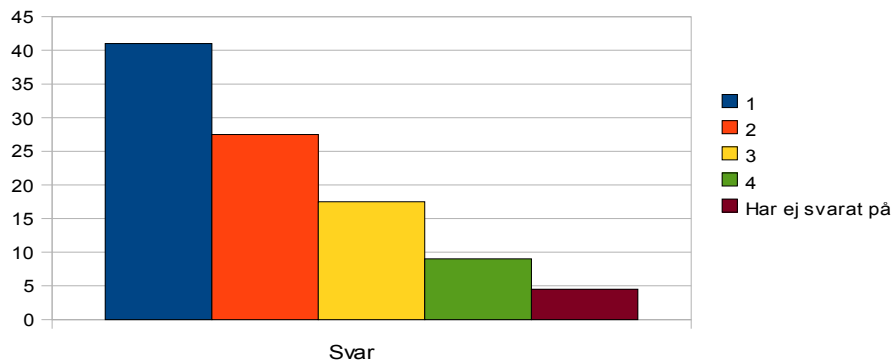
4.9.2 Analys

Även detta påstående har sin grund i Singers uttalande. Historiskt sett finns ett begrepp som kallades för "tionde", detta betydde att en tiondel av inkomsten gavs till kyrkan som förr hade ansvar för de fattiga i samhället. Peter Singer förespråkar liknande resonemang och tycker att detta är något som skulle tillämpas globalt och inte bara lokalt, det vill säga att var individ ger 10 % av sin inkomst till välgörande ändamål. Intressant är också att Singer inte fastställer någon särskild handling utan menar att det faktum att man faktiskt gör något aktivt är det som är mest värt (Kuper red. 2005: 175).

Singer menar att de som har en genomsnittlig inkomst/eller över genomsnittet bör ge en tiondel av sin inkomst för att bidra till minskad fattigdom. Det finns inget minimum eller maximum när de gäller välgörenhet men Singer anser att just 10 % skulle kunna vara en rimlig summa (Singer 1996: 218).

(9c) Tabell XII: "Handel är en nödvändig förutsättning för hållbar utveckling"

Handel är en nödvändig förutsättning för hållbar utveckling



Svarsalternativ 1 och 2 (68,5 %) indikerar att majoriteten av de tillfrågade anser handel vara en nödvändig förutsättning för hållbar utveckling. Svarsalternativ 3 och 4 (26,5 %) anger en mer negativ inställning till att handel är en nödvändig förutsättning för hållbar utveckling.

4.9.3 Analys

Påståendet grundar sig i Rättvisemärkt och i *Handbok för ambassadörer* (uppdaterad 2009-03-26) framgår det att handel kan vara – och är ofta – ett effektivt verktyg för att bekämpa fattigdom och främja välfärdsutveckling. Dock ser det idag ut som att mänsklig utveckling motverkas av handelsregler och strukturella orättvisor. Genom att handla Rättvisemärktcertifierade produkter motverkas dessa orättvisor och ett förverkligande av de mänskliga rättigheterna underlättas betydligt. Målsättningen för Rättvisemärkts handelsavtal är att marginaliserade producenter i världens fattiga länder får en möjlighet att förbättra sin ekonomiska och sociala situation (*Handbok för ambassadörer* 2008: 5 ff).

För att återkoppla till fråga 7 vill jag här igen upprepa att Singer anser inte att stater tar ett etiskt ställningstagande vid handel. Något som de alltså bör göra. Handel, skriver Singer, är alltså en etisk fråga men att allt för många i dagens samhälle ser handel som politiskt neutrala handlingar. Flertalet stater (framför allt industriella stater) handlar med andra stater även om de inte sympatiserar med handelsstatens regim eller sociala situation. Ett situationsbaserat exempel Singer använder sig av är den handel som pågick i Sydafrika under apartheid. Han menar i detta exempel att stater ej skiljer på sina åsikter när det gäller regim i ett land och huruvida de bör eller ej bör handla med det specifika landet i fråga. Ett annat praktiskt exempel Singer nämner är USA: s kritik mot Kinas sätt att handskas med de mänskliga rättigheterna. En kritik som pågår samtidigt som länderna utökar sina handelsavtal. Singer

anser alltså att de bör skilja dessa två handlingar åt och inta ett etiskt ställningstagande i sitt sätt att agera (Singer, 2002: 94ff).

(9d) Tabell XIII: ”Jag vet var min tröja jag har på mig idag är producerad”



Intresset för vetenskapen om var kläder produceras ses inte som så stort då tre fjärdedelar (73 %, svarsalternativ 3 och 4) aldrig funderat över ämnet. 24,5 % (svarsalternativ 1 och 2) av de tillfrågade menar att de vet var deras tröja är producerad.

Då majoriteten (73 %) inte har funderat över det går mina frågor kring det faktum om de skulle kunna tänka sig att ta reda på det, det vill säga om det ligger något intresse i att få reda på var kläderna produceras eller om de tillfrågade anser att detta ej är nödvändigt.

4.9.4 Analys

När påståendena handlar om att ge upp den egna välfärden syns en tendens i enkätundersökningen om mer negativ inställning än om påståendet är neutralt. Så som att skänka bort pengar i frågor där först en allmän summa anges (9a) och senare (9b) en viss procent av inkomsten. Det är i båda fallen fler som svarat att de aldrig funderat på påståendena än respondenter som ser det som självklara uppoffringar. Många respondenter pekar på anledningar som den privata situationen, låntagare, familj och hushåll. Egenintresset är alltså än en gång större än det moraliska ansvaret att hjälpa andra.

4.9.5 Slutresonemang

Jag vill här göra en kort sammanfattning av fråga 9, då den är uppdelad i fyra delar. Påstående a och b har snarlika utfall och allmänt kan sägas att det tyder på mer negativa tendenser till att ge upp sin egen välfärd för att andra ska ha det bra. Fåtalet vet var deras tröja är producerad, något som kanske kan bli ett resultat i att få reflekterar över detta faktum när de går och handlar. Frågor kan ställas om informationen är för dålig eller intresset för svagt?

5. Diskussion

Det övergripande syftet med denna uppsats var att undersöka hur ett antal studenter på Malmö högskola förhåller sig till moraliskt ansvar i sin privata konsumtion. Det finns dilemman mellan dessa två begrepp, eftersom flera forskare idag hävdar att ekonomin styr vår konsumtion (se bland annat Bonnedahl et al 2007).

Min grundtanke baserade sig således i att undersöka och analysera hur studenters uppfattning om moraliskt ansvar och rättvis handel såg ut. Fyra frågor har fått stå modell för mitt resonemang. Istället för att ha aktivt använt dessa frågor i min uppsats har de funnits som en röd tråd genom alla resonemang.

- Kan studenter tänka sig köpa Rättvisemärktcertifierade produkter?
- Anser studenter sig ha ett moraliskt ansvar som konsument vs som medmänniska?
- Vilken inställning har studenter till välgörenhet i form av att skänka pengar?
- Vad är den primära faktorn vid inköp?

Jag kommer i detta kapitel att återge de svar jag anser mig ha fått på forskningsfrågorna. För att på mest givande sätt göra så har jag valt att väva samman de generella tendenser och slutsatser från min genomförda undersökning med mitt diskussionsavsnitt.

Jag valde att använda mig av Rättvisemärkt som praktiskt exempel i relation till min teoriska utgångspunkt som grundar sig dels i en moralteori som bygger på att det finns ett moraliskt ansvar och dels teori som ifrågasätter och diskuterar detta ämne. Detta stycke ämnar alltså att utifrån resultatet av undersökningen diskutera de tendenser jag ser. Rubrikerna är till för att underlätta för läsaren.

5.1 Generella tendenser

5.1.1 Oron att förlora sig själv

Den första generella slutsatsen jag vill belysa är att resultaten indikerar på en oro om att ett etiskt liv skulle betyda att man som privatperson måste ge upp sig själv och sin egen ekonomi för att hjälpa andra i samhället.

Singer menar att ett etiskt liv innebär självförverkligande och inte självupppoffrande (Singer 1993: 7). Utifrån detta resonemang kan sägas att resultaten indikerar på att de tillfrågade har en felaktig bild av vad moraliskt ansvar inför andra innebär. Många människors liv präglas av egenlystnad och att detta skulle bero på att alternativet, det vill säga, att leva etiskt, verkar krångligt, besvärligt eller meningslöst. Singer säger att människor inte förstår på vilket sätt deras handlingar kan påverka världen (Singer 1993: 7ff).

Jag menar förstås inte att nedvärdera respondenterna i undersökningen med ovanstående resonemang utan visa på att en generell uppfattning kan ses som felaktig. Inte felaktig i sin åsikt utan felaktig uppfattning om vad moraliskt ansvar skulle innebära.

Etiken, säger Singer, finns överallt. Dock är det bara ibland som den märks av i vårt medvetna liv och då ofta på ett förvirrat sätt. För att kunna göra etiken till ett sammanhängande inslag i vardagslivet och göra genomtänkta och ultimata val, måste människan först bli medveten om de etiska möjligheter det finns i deras levnadssätt (Singer 1993: 210).

5.1.2 Ekonomiska och kulturella aspekter

Andra generella tendenser är en privat ekonomi som utmärkande faktor. Det intressanta är att i min försöksgrupp försörjer sig ungefär 72,5 % på studielån. Detta motsvarar en inkomst på drygt 7800 kr i månaden. Att många då tvekar på frågor som innebär att den egna ekonomin blir lidande kanske kan vara förståeligt, men måste ett moraliskt ansvar bygga på ekonomi? Finns det någon möjlighet att inneha ett moraliskt ansvar utanför ens ekonomiska förutsättningar?

Återigen påpekas att leva ett etiskt riktigt liv handlar om hur man kan få alla intresserade ett grundtänk med etik som bas (Singer 2002: 15). Det har till exempel under en längre tid varit icke-korrekt av en rik nation att inte ta ett etiskt perspektiv och detta kan också, under längre tid, ses som ett hot (Singer 2002: 28). Singer menar med detta att dagens globala samhälle borde utmärka sig med nya bilaterala åsikter som bildar en bas för ny etik. (Se vidare fråga 7).

En aspekt jag intresserar mig för återkommer flertalet gånger i resultaten. Enligt Singer, finns det människor som tvekar på att göra det som de anser är rätt och väljer istället att agera felaktigt för att de tror att etik är ett slags bedrägeri. Bakom denna argumentation finns tankar som att i och med att individen bortprioriterar sig själv och sätter någon annan än sig själv i

första rummet så verkar man snabbt dåraktig (Singer 1993: 110). Detta resonemang kan lätt låta absurt men i relation med undersökningsresultaten får det genast ett konkret ansikte.

5.1.3 Direkt och indirekt ansvarstagande

Resultaten visar även att när ett explicit ansvar från *mig* efterfrågas blir det inte lika stort utfall som när ett moraliskt ansvar från *man* efterfrågas (se fråga 4 och 5). Det vill säga att när ett personligt ansvar efterfrågas blir det genast svårare för de tillfrågade att ta en fördelaktig ställning för dem som har det sämre ställt än när det efterfrågas hur man som människa bör agera.

Singer påstår att många idag har en vag kunskap om vad det innebär att leva ett etiskt liv; att man ofta ser etik snarare som regler och förbud att göra saker än som något gott (Singer 1993: 8) (se vidare i teorikapitel) Att leva ett etiskt liv är alltså att kunna relatera till hur man bör leva och sedan leva så (Singer 1993: 10).

5.2 Diskussion utifrån forskningsfrågor

5.2.1 Kan studenter tänka sig köpa Rättvisemärktcertifierade produkter?

Min första forskningsfråga handlar om studenter kan tänka sig att köpa Rättvisemärktcertifierade produkter (se Fråga 1, 3, 6 och 9). Vad som generellt kan ses är tendenser på att studenter kan tänka sig att köpa Rättvisemärktcertifierade produkter och därför skulle det vara enkelt att svara ”ja, studenter kan tänka sig köpa Rättvisemärktcertifierade produkter”. Men i de kommentarer som de ger i anslutning till enkätfrågorna anger de ett visst motstånd mot ett entydigt ”ja”. Motståndet som anges grundar sig i framförallt de ekonomiska förutsättningarna man har som student. Flera påpekar att det som student är svårt att förhålla sig till tankar om välgörenhet då de lever på begränsade inkomster. Lyxkonsumtion enligt Singer är ett operabesök eller ett dyrbart restaurangbesök, men studenter i allmänheten menar troligen att lyxkonsumtion för dem även kan vara en fika på stan tillsammans med kamrater, men även att köpa kurslitteratur istället för att låna på biblioteket.

Hur ställer sig då studenter till dilemmat som finns mellan moraliskt ansvar och sitt eget välbefinnande? Svaren på enkäten låter skymta att studenter känner ett moraliskt ansvar gentemot andra. I många avseenden kan vi människor tillfredsställa vårt eget välbefinnande genom att hjälpa andra och därför behöver inte det ena utesluta det andra. Frågan som skulle kunna ställas vidare är snarare om moraliskt ansvar alltid behöver bygga på ekonomiska förutsättningar. Till viss del kan den frågan besvaras med hjälp av den andra forskningsfrågan.

5.2.2 Anser studenter sig ha ett moraliskt ansvar som konsument vs som medmänniska?

Min andra forskningsfråga handlar om studenter anser sig ha ett moraliskt ansvar som konsument vs som medmänniska (Fråga 4, 5 och 7 samt Generella Tendenser). Med konsument utgår jag från att studenten själv måste agera genom en aktiv handling. En medmänniska är då studenten kan diskutera moraliskt ansvar med det generella pronomenet *man* där en aktiv handling inte är nödvändig.

Studenter anser sig ha stort ansvar både som konsument och som medmänniska. Dock finns det ändå en viss procentuell övervikt mot att man känner mer ansvar som medmänniska än som konsument. Generella tendenser i det stora hela i enkätsvaren visar på en mer positiv tanke gentemot ansvar som medmänniska än som konsument.

5.2.3 Vilken inställning har studenter till välgörenhet i form av att skänka pengar?

Min tredje forskningsfråga handlar om vilken inställning studenter har till välgörenhet i form av att skänka pengar (Fråga 9a och 9b). Motståndet mot att skänka pengar är tydligt framträdande. Flera studenter angav sin dåliga ekonomi som ursäkt varför de inte kunde tänka sig att skänka 10 % av sin inkomst och några menade att de skulle tänka annorlunda när de hade en fast inkomst från en anställning. Här kan man då konstatera att studenter utgår från sig själv som konsument och inte som medmänniska. Däremot kan man säga att de utifrån ett generellt medmänniskoperspektiv anser att man bör ägna sig åt välgörenhet i form av att skänka pengar. Kan det fungera att skilja på sig själv som konsument och som medmänniska? Singer menar att vi spenderar mycket pengar på saker vi egentligen inte behöver, till exempel en ny jacka inför varje ny säsong. Jag tänker att man behöver ställa sig olika frågor här utifrån

vilken grundsyn på behov man har. Varför behövs en ny jacka och varför behövs inte en ny jacka? Det verkar vara svårt att förändra att inte utgå från sig själv i sin konsumtion. Det kanske är så att Rättvisemärkt inte är det bästa alternativet sett ur ett moraliskt ansvarsperspektiv eftersom det verkar som om studenters konsumtion bygger på ekonomiska förutsättningar.

Singer är tydlig i sin argumentering för att vi begår moraliska misstag och handlar fel om vi inte kan tänka oss att skänka pengar – oavsett summa (Singer 2002: 169). Hans förslag att minibeloppet är 1 cent per dollar – vilket motsvarar ungefär en hundradel av varje 10-krona – och att detta är möjligt för alla människor i rika samhällen. Om studenterna skulle skänka motsvarande skulle detta bli 70 kr varje år.

5.2.4 Vad är den primära faktorn vid inköp?

Min fjärde forskningsfråga handlar om vad som är den primära faktorn vid inköp (Fråga 2 och 3). Den egna ekonomin tillsammans med kvalité är det som styr konsumtion.

5.3 Vidare forskningsfrågor

Jag presenterar här tre frågor som utefter min analys skulle kunna vara intressanta att göra ett större forskningsprojekt utav. Jag är väl medveten om att frågorna är stora ämnen som jag tror skulle passa sig bättre i en magisteruppsats.

- *Spelar det någon för roll för producenten eller spelar det bara roll för välbefinnandet att man tar ett moraliskt ansvar?*
- *Hur stort hinder har individen i form av dåliga ekonomiska förutsättningar?*
- *På vilket sätt har samhället skapat konsumenten?*

Referenslista

- Bonnedahl, Karl Johan, Jensen, Tommy & Sandström, Johan (2007). *Ekonomi och moral: vägar mot ökat ansvarstagande*. 1. uppl. Malmö: Liber.
- Ejlertsson, Göran (2005). *Enkäten i praktiken: en handbok i enkätmetodik*. 2. [omarb.] uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Elliott, Jennifer A. (2006). *An Introduction to Sustainable Development*. 3 uppl. New York: Routledge.
- Ely Margot et al (1993) *Kvalitativ forskningsmetodik i praktiken – cirklar om cirklar*. Lund: Studentlitteratur.
- Esaiasson Peter et al (2004) *Metodpraktikan – Konsten att studera samhälle, individ och marknad*. 2 upplagan. Stockholm: Nordstedts Juridik AB.
- ILO Konvention (nr 138) om minimiålder för tillträde till arbete. I *Konventionssamling i mänskliga rättigheter och humanitär rätt*. (2004). 2 uppl. Stockholm: Juridik AB.
- Jacobsen, E., Dulrud, A (2007). "Will Consumers Save The World? The Framing of Political Consumerism". I *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, no. 5, vol, s.469-482.
- Longinos, Marin, Ruiz, Salvador & Rubio, Alicia (2008) "The Role of Identity Saliency in the Effects of Corporate Social Responsibility on Consumer Behavior". I *Journal of Business Ethics* (2009) no. 84, s. 65-78.
- Morrós Ribera, Jordi & Vidal Martínez, Isabel (2002). *Responsabilidad Social Corporativa (RSC)*. Madrid: Fundación Confemetal.
- Nowak, Manfred (2002). *Introduction to the International Human Rights Regime*. Leiden/Boston: Martinus Nijhoff Publishers
- Ratner, Steven R. & Abrams, Jason S (2001). *Accountability for Human Rights Atrocities in International Law – Beyond the Nuremberg Legacy* [Second Edition] Oxford: University Press
- Rignell, Hans (2002). *Rättvis handel: rörelse i rätt riktning?*. Göteborg: Världsbutikerna för rättvis handel
- Singer, Peter (2005). "Poverty, Facts, and Political Philosophies: A Debate with Andrew Kuper". I Kuper, Andrew (red.) (2005). *Global responsibilities: who must deliver on human rights?*. New York: Routledge.
- Singer, Peter (2003). *En värld: globaliseringens etik*. Stockholm: Thales.
- Singer, Peter (1993). *Hur ska vi leva?: Etik i egennyttans tid*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Singer, Peter (1996). *Praktisk etik*. 2., [rev. och utök.] uppl. Stockholm: Thales.
- Trost, Jan (2001). *Enkätboken*. 2., [rev.] uppl. Lund: Studentlitteratur.
- Varul, Z M (2009). "Ethical selving in cultural contexts: fairtrade consumption as an everyday ethical practice in the UK and Germany". I *International Journal of Consumer Studies* 3, Blackwell Publishing Ltd. s.183-189
- Yates, L (2008). "Sustainable consumption: the consumer perspective". I *Consumer Policy Review*, no.4, vol. 18, s. 96-99.

Internetreferenser

Handbok för ambassadörer – Information, riktlinjer för kommunikation och tips för Rättvisemärkts frivilliga (senaste besökt 26 mars 2009)

<http://www.rattvisemarkt.se/obj/docpart/f/f9b782f9120a0cca4b65163293740070.pdf>

Nationalencyklopedin “egenintresse”

URL=<www.ne.se> (senast besökt 11 maj 2009)

Nationalencyklopedin “eko”

URL=<www.ne.se> (senast besökt 15 maj 2009)

Nationalencyklopedin “ekologi”

URL=<www.ne.se> (senast besökt 15 maj 2009)

Nationalencyklopedin “moral”

URL=<www.ne.se> (senast besökt 11 maj 2009)

Rättvisemärkt/Fairtrade – Kriterier för Fairtrade –

URL=<<http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/opml8.htm>> (senast besökt 14 maj 2009)

Rättvisemärkt/Fairtrade – Om Rättvisemärkt –

URL=<<http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/24.htm>> (senast besökt 12 maj 2009)

Rättvisemärkt/Fairtrade – Rättvisemärkt –

URL=< <http://www.rattvisemarkt.se/>> (senast besökt 14 maj 2009)

Rättvisemärkt/Fairtrade – Rättvisemärkt i Sverige –

URL=<<http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/348.htm>> (senast besökt 12 maj 2009)

Rättvisemärkt/Fairtrade – Starkt 2008 för Rättvisemärkt – 75% ökad försäljning –

URL=<<http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/665.htm>> (senast besökt 15 maj 2009)

Rättvisemärkt/Fairtrade – Undersökningar –

URL=<<http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/138.htm>> (senast besökt 16 maj 2009)

Rättvisemärkt/Fairtrade – Vad är rättvis handel? –

URL=<<http://www.rattvisemarkt.se/cldoc/351.htm>> (senast besökt 16 maj 2009)

Svenska Akademiens ordbok ”skälig”

URL=<<http://g3.spraakdata.gu.se/saob/>> (11 maj 2009)