



Rapport nr. 6-1999

Anders Nyberg

Miljømonitor
stabilitet og endring i forbrukernes
miljøengasjement

SIFO

© SIFO 1999
Rapport nr. 6 – 1999

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Sandakerveien 24 C, Bygg B
Postboks 4682 Nydalen
0405 Oslo
www.sifo.no

Det må ikke kopieres fra denne rapporten i strid med åndsverksloven. Rapporter lagt ut på Internett, er lagt ut kun for lesing på skjerm og utskrift til eget bruk. Enhver eksemplarframstilling og tilgjengeliggjøring utover dette må avtales med SIFO. Utnyttelse i strid med lov eller avtale, medfører erstatningsansvar.

Rapport nr. 6-1999

Miljømonitor

Stabilitet og endring i forbrukernes miljøengasjement

av

Anders Nyberg

1999

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Postboks 173, 1325 Lysaker

Forord

Denne rapporten er den avsluttende fra prosjektet *”Bærekraftig forbruk, forholdet mellom forbrukernes holdninger og handlinger. En monitor”*. Prosjektet er finansiert av Program for forbrukerforskning, Program for bærekraftig produksjon og forbruk, Norges forskningsråd. Leder for prosjektet har vært Randi Lavik.

Følgende arbeider er hittil publisert fra prosjektet:

”Forbrukernes miljøinnsats. Kildesortering, innkjøps- og energiatferd”, (Jorunn Skoglund Ramm). Rapport nr. 2-1997, SIFO.

”Miljøengasjement i endring?”, (Randi Lavik). Arbeidsrapport nr. 7 – 1997, SIFO.

”Forbrukernes miljøengasjement – et engasjement i endring?”, (Randi Lavik). Paper presentert på seminar i Nordisk Konsumentforskning, Lillehammer 11-14 november 1998.

”Miljømonitor. Metodologiske erfaringer”, (Randi Lavik). Notat nr. 5-1999, SIFO.

Rapporten baserer seg hovedsakelig på SIFOs miljømonitor, som omfatter årlige landsdekkende innsamlinger av statistiske data i perioden 1995 til 1997. Den praktiske delen av datainnsamlingen ble i 1995 utført av Markeds- og mediainstituttet og av Norsk Gallup Institutt i 1996 og 1997, alle årene på oppdrag fra SIFO. Utover dette baserer vi oss delvis på data samlet inn av MMI i 1989 på oppdrag for SIFO, på NSDs undersøkelse om verdier, natur og miljø fra 1993, samt undersøkelser utført av Norsk Gallup Institutt på oppdrag fra SIFO i 1992 og 1994. Vi legger i denne rapporten særlig vekt på tallmateriale fra 1997.

Lysaker, juni 1999

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING

Innhold

FORORD	3
SAMMENDRAG	7
1 INNLEDNING.....	15
1.1 BAKGRUNN	15
1.2 MILJØENGASJEMENT - EN BEGREPSAVKLARING.....	16
1.3 PROBLEMSTILLINGER	17
1.4 DATAGRUNNLAG.....	17
1.5 RAPPORTENS STRUKTUR	18
2 ENDRINGER I MILJØPOLITISK KULTUR.....	19
2.1 POLITISK KULTUR.....	19
2.2 OPPFATNINGER	20
2.2.1 Oppfatninger om miljøproblemenes alvorlighetsgrad.....	21
2.2.2 Oppfatninger om miljøsammenhenger.....	22
2.2.3 Selv-oppfatning.....	23
2.2.4 Intern/ekstern kontroll	27
2.3 HOLDNINGER	28
2.3.1 Offervilje.....	29
2.4 VERDIER	31
2.4.1 Materialistiske og postmaterialistiske verdier.....	33
2.5 IDEOLOGIER	37
2.5.1 Den politisk-ideologiske venstre/høyre-dimensjonen	38
2.5.2 Miljøpolitiske virkemidler.....	39
2.5.3 Endringer i synet på miljøpolitiske virkemidler.....	45
2.5.4 Vitenskapsoptimisme.....	49
2.5.6 Vekst-med-vern-ideologien.....	51
2.6 OPPSUMMERING.....	53
3 MILJØENGASJEMENT I ENDRING?	55
3.1 MILJØBEVISST FORBRUK	55
3.1.1 Miljørettet handling i dagligvarebutikken	56
3.1.2 Valg av transportmiddel.....	70
3.1.3 Kildesortering.....	78
3.2 MILJØPOLITISK AKTIVISME.....	86
3.2.1 Deltakelse i demonstrasjoner.....	87
3.2.2 Økonomiske donasjoner	89
3.2.3 Deltakelse i underskriftskampanjer	91

3.2.4 <i>Boikott</i>	92
3.3 OPPSUMMERING.....	94
4 ANALYSE.....	99
4.1 METODE.....	99
4.1.1 <i>Regresjonsanalyse</i>	99
4.2 OPERASJONALISERING.....	100
4.2.1 <i>Avhengige variabler</i>	100
4.2.2 <i>Uavhengige variabler</i>	102
4.3 ANALYSE AV MILJØENGASJEMENT	107
4.3.1 <i>Miljøbevisst innkjøp</i>	108
4.3.2 <i>Bilbruk</i>	110
4.3.3 <i>Kildesortering</i>	113
4.3.4 <i>Miljøpolitisk aktivisme</i>	119
4.4 OPPSUMMERING.....	123
5 OPPSUMMERING OG KONKLUSJON.....	129
5.1 ENDRINGER I MILJØPOLITISK KULTUR.....	129
5.2 ENDRINGER I MILJØENGASJEMENTET.....	131
5.3 FORKLARINGER AV MILJØENGASJEMENT	132
5.4 ENDRINGER I FORKLARINGER AV MILJØENGASJEMENT	133
5.5 KONKLUSJON	134
LITTERATUR	135

Sammendrag

Bakgrunn

Denne rapporten er den siste i et større prosjekt (1995-97) hvor vi har forsøkt å registrere endringer i miljøpolitisk kultur, miljøengasjement og sammenhengen mellom holdninger og handlinger over tid. Rapporten baserer seg hovedsakelig på SIFOs miljømonitor, som omfatter årlige landsdekkende innsamlinger av statistiske data i perioden 1995 til 1997. Den praktiske delen av datainnsamlingen ble i 1995 utført av Markeds- og mediainstituttet og av Norsk Gallup Institutt i 1996 og 1997, alle årene på oppdrag fra SIFO. Utover dette baserer vi oss delvis på data samlet inn av MMI i 1989 på oppdrag for SIFO, på NSDs undersøkelse om verdier, natur og miljø fra 1993, samt undersøkelser utført av Norsk Gallup Institutt på oppdrag fra SIFO i 1992 og 1994. Vi legger i denne rapporten særlig vekt på tallmateriale fra 1997.

Metodologiske erfaringer

Vi har i arbeidet med prosjektet stått overfor en del metodologiske utfordringer. Enkelte spørsmål, som etter intensjonen skulle være identiske fra år til år, ble av ulike årsaker endret underveis. Dette dreier seg enten om små endringer i formuleringen av spørsmålene, endringer av svarkategoriene og at spørsmålenes kontekst varierer noe fra år til år. For å sjekke betydningen av disse variasjonene har både Markeds- og mediainstituttet og Norsk Gallup Institutt vært hjelpelige med å gjenta enkelte spørsmål. Dette har blitt gjort ved å stille en formulering til halvparten av utvalget og en annen formulering til den andre halvparten. Resultatene fra dette har gitt oss viktige innsikter i betydningen av variasjoner i de nevnte forholdene og presenteres i et eget notat (Lavik, 1999).

Endringer i forbrukernes miljøengasjement

Miljøengasjement går gjerne i bølger. Etter å ha vært inne i en stagnasjonsfase hadde miljøbevegelsen et oppsving fra midten av 80-tallet for så å flate ut igjen på begynnelsen av 90-tallet. Vi undersøker i denne rapporten om det har funnet sted endringer i den miljøpolitiske kulturen og i folks faktiske miljøengasjement videre utover på 90-tallet. Vi fokuserer på to hovedformer for miljøengasjement, *miljøbevisst forbruk* og *miljøpolitisk aktivisme*. Vi ser nærmere på omfanget av folks miljøengasjement på disse områdene og hvorvidt deres oppslutning

omkring de ulike handlingstypene har endret seg de siste årene. Andre aspekter vi er opptatt av er hvem det er som er mest miljøengasjert, hva det er som motiverer disse, og hvorvidt vi kan spore endringer over tid med hensyn til hva det er som forklarer ulike former for miljøengasjement.

Miljøpolitisk kultur

Vi har tatt for oss ulike aspekter ved den norske miljøpolitiske kulturen og sett nærmere på hvordan denne har endret seg i perioden 1989 til 1997. Det viser seg at våre oppfatninger angående miljøproblemenes alvorlighetsgrad har endret seg noe. De aller fleste opplever miljøproblemene som alvorlige. Det er imidlertid færre som er av den oppfatning at miljøproblemene er svært alvorlige i 1997 enn hva tilfellet var i 1989. På den annen side er det flere som synes at miljøproblemene er ganske alvorlige. Dette tyder på at færre mener at miljøproblemene utgjør en overhengende fare, men at det likevel fremdeles er mange som tar dem alvorlig.

Når det gjelder oppfatninger om miljøsammenhenger viser det seg at flertallet, i tråd med teorien om drivhuseffekten, er av den oppfatning at forbrenning av fossile brensler bidrar til denne. Andelen som mener dette har økt fra 1993 til 1997. Mens det er flere som er bevisste sammenhengen mellom bruk av fossile brensler og drivhuseffekten, er det imidlertid færre som kobler bruk av KFK-gasser til nedbrytning av ozonlaget.

Det kan se ut som om vi har fått mer miljøbevisste verdier og holdninger de senere årene. Stadig flere synes å prioritere miljøvern fremfor materialistiske verdier, og vi har blitt mer villige til å godta en reduksjon i sin levestandard for å beskytte miljøet. Over halvparten oppfatter seg selv som miljøbevisste forbrukere og det store flertallet av respondentene mener at den enkelte forbruker har noe å bidra med i miljøsammenheng.

Det har også funnet sted endringer i synet vårt på miljøpolitiske virkemidler. Mens andelen som er positive til økonomiske virkemidler i miljøpolitikken har økt, har andelen av de som er positive til forbud av miljøskadelige varer og tjenester minket. Det ser dermed ut som om det finner sted en endring i vårt syn på virkemidler, i form av en dreining vekk fra normative/juridiske virkemidler (forbud og påbud) til økonomiske virkemidler. Det er også en større andel som mener at forurensende industri må rydde opp etter seg selv.

Vi fant at folk som identifiserer seg med partier på høyresiden i det politiske landskapet generelt er mer negative til miljøpolitiske virkemidler (som forbud mot miljøskadelige varer og tjenester, avgiftsbelastning av miljøskadelige varer og tjenester, og sanksjoner mot bedrifter som forurensere). Våre tall indikerer dessuten at folk på venstre- og høyresiden opplever miljøsituasjonen noe ulikt, at representanter for høyresiden har en tendens til å se mindre alvorlig på situasjonen enn folk på venstresiden og i sentrum.

Vårt syn på vitenskapens rolle i miljøsammenheng har også endret seg. Det har funnet sted en økning blant dem som mener at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene uten at det fører til store endringer i vårt levesett. Parallelt med dette har det funnet sted en reduksjon blant dem som mener at vi trenger økonomisk vekst her i landet for å beskytte miljøet. På den annen side at det er flere som er *helt uenige* i at økonomisk vekst skader miljøet. Dette kan bety at det har funnet sted en sterkere polarisering i befolkningen med hensyn til synet på betydningen av økonomisk vekst for miljøet.

Miljøengasjement

Vi har sett nærmere på to hovedformer for miljøengasjement, *miljøbevisst forbruk* og *deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter*. Miljøbevisst forbruk omfatter søk etter miljøinformasjon ved innkjøp, kjøp av økologisk produsert mat, valg av transportmiddel, samt kildesortering av papir og glass. Miljøpolitisk aktivisme omfatter deltakelse i demonstrasjoner, økonomiske donasjoner, deltakelse i underskriftskampanjer og boikott av varer av miljøhensyn.

Det viser seg at flesteparten av respondentene stoler på produsentenes miljømerker, men at enda flere har tillit til offentlig miljømerking. Det er stadig flere som vet at det er Svane-merket som er det offentlig godkjente miljømerket. I 1997 oppgav hele 80 prosent av respondentene Svane-merket på spørsmålet om hva som er det offentlig godkjente miljømerket, noe som tyder på at Svane-merket har befestet sin posisjon i forbrukernes bevissthet. Ikke bare har forbrukerne god kjennskap til Svane-merket, men de har også stor tillit til det. I 1997 oppgir hele 83 prosent at de i meget stor eller stor grad har tillit til at varer merket med Svanen faktisk er miljøvennlige. Til tross for dette viser det seg at de færreste regelmessig ser etter miljøinformasjon når de handler

varer i dagligvarebutikken. Det har imidlertid funnet sted en liten økning blant dem som ser etter slik informasjon.

Om kjennskapen til miljømerking er god, kan man ikke si det samme om kjennskapen til det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon, Debios Ø-merke. Bare 14 prosent av respondentene oppgav riktig svaralternativ på spørsmålet om hva som er det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon. Til tross for dette oppgav 85 prosent av respondentene meget stor eller stor tillit til at varer med Debios Ø-merke faktisk er økologisk produsert. Sannsynligvis skyldes dette at folk generelt har stor tillit til offentlig godkjente merkeordninger.

Folks tilbøyelighet til å kjøpe økologiske produkter varierer mellom ulike produktkategorier. Det er flere som oppgir at de ville ha kjøpt økologisk produserte gulrøtter enn økologisk produsert melk, til tross for at det er mulig å spore en liten økning blant dem som oppgir at det er sannsynlig at de vil kjøpe økologisk produsert melk hvis dette er tilgjengelig i dagligvarebutikken. Det er også en noe større andel som er villig til å betale ekstra for økologiske gulrøtter enn for økologisk melk. Betalingsvilligheten for økologisk produsert melk er noe redusert fra 1996 til 1997 (9 prosentpoeng færre oppgir at de *ikke* ville betale ekstra for økologisk produsert melk).

Det vanligste motivet for kjøp av økologisk produsert mat er hensyn til helse (48 prosent), med miljøhensyn på andreplass (23 prosent). Dette viser at det ikke bare er miljøengasjement som gjør at folk kjøper økologisk produsert mat, og at kjøp av økologisk produsert mat dermed ikke nødvendigvis handler om miljøbevissthet.

Det viser seg at folk stort sett er bevisste sammenhengen mellom bilbruk og forurensning. Til tross for dette er bilen det vanligste framkomstmiddelet både til jobb/skole og til dagligvarebutikken, en tendens som forsterkes fra 1995 til 1997. Dette gjenspeiler økt tilgang til bil i den samme perioden.

Som man kunne forvente er det sammenheng mellom tilgang til bil og bruk av bil. Det er et signifikant skille mellom dem som har en og de som har to eller flere biler. Sannsynligheten for at man bruker bil øker når husholdningen har tilgang til to eller flere biler. Dette gjelder både med hensyn til reiser til

jobb/skole og til daglivarebutikken. De som ikke har tilgang til bil reiser primært med kollektive transportmidler til jobb, mens de i hovedvekt går til butikken.

Et mindretall av utvalget oppgir at de reduserer bilbruken av miljøhensyn. Det er faktisk over 50 prosent som oppgir at de *aldri* reduserer bilbruken av miljøhensyn. Blant dem som har to eller flere biler, er det 59 prosent som aldri reduserer bilbruken av miljøhensyn i 1997. Det er små endringer i reduksjonen av bilbruk av miljøhensyn fra 1995 til 1997. Den vanligste grunnen respondentene oppgir for at de ikke reduserer bilbruken av miljøhensyn er at de har dårlig tilgang til kollektive trafikktilbud, fulgt av at de liker friheten ved å kjøre egen bil.

En forutsetning for å se poenget med kildesortering er at man har tillit til at ordningene for kildesortering fungerer etter intensjonen. Flesteparten av respondentene har slik tillit. Vi kan imidlertid spore et lite tilbakeslag fra 1996 til 1997. Dette henger muligens sammen med omtale i massemedier om at kildesortert avfall har blitt behandlet som ordinært avfall. Til tross for dette er det stadig flere som oppgir at de kildesorterer papir- og glassavfall. Dette gjenspeiler økt tilgang til ordninger for kildesortering. Mens 52 prosent av befolkningen tilgang til kildesortering med hentesystem i 1995, hadde dette økt til 77 prosent i 1997 (Statistisk sentralbyrå).

Det er en noe mindre andel som kildesorterer glass enn papir. Dette har antakeligvis sammenheng med at henteordninger for papir er mer utbredt enn henteordninger for glass, og at det derfor krever mindre innsats å kildesortere papir enn glass. Det er større andel som oppgir at de kildesorterer der det er henteordninger enn der det er bringeordninger. Mens 73 prosent hadde tilgang til kildesortering med hentesystem for papir i 1997, var det tilsvarende tallet for glass 5,8 prosent (Statistisk sentralbyrå).

Det er imidlertid interessant å merke seg at forskjellen mellom dem som må levere papiravfallet og de som får det hentet er blitt betydelig mindre i 1997 sammenliknet med de tidligere årene. Tatt i betraktning at det ikke er færre som oppgir at de kildesorterer i 1997 enn tidligere, kan dette muligens være en indikator på at folk har blitt villige til å ofre mer for miljøet.

Den grunnen flest angir for at de kildesorterer er at de vil bidra til å bedre miljøet. Tilrettelegging spiller også inn, og en del synes at det er en grei måte å unngå overfylte søppelkasser på. Den viktigste grunnen respondentene oppgir for at de *ikke* kildesorterer glass, er at innleveringsstasjonene for glass er for langt unna. Innsamlingssystemet for kildesortert glass er ikke så godt utbygd. Folk må ofte reise et stykke fra hjemmet for å få levert det. Når det gjelder papir oppgir respondentene generelt bekvemmelighetshensyn som den viktigste grunnen til at de ikke kildesorterer.

Det viser seg at det er svært få som har deltatt i demonstrasjoner i forbindelse med miljøspørsmål (5 prosent i 1995, 5 prosent i 1996 og 3 prosent i 1997). Hovedgrunnen til at så få har deltatt i denne typen aktiviteter er nok primært at demonstrasjoner ikke er noen hverdagslig begivenhet, og at det dermed byr seg få muligheter for deltakelse. I den grad demonstrasjoner innebærer sivil ulydighet kan også dette virke som en barriere mot deltakelse.

Det har funnet sted en viss tilbakegang når det gjelder oppslutning om ulike former for ukonvensjonell miljøpolitisk aktivisme. Det å ha gitt penger til en organisasjon eller gruppe som arbeider med miljø-/naturvern har en topp i 1996 (35 prosent), som høyst sannsynlig skyldes at TV-aksjonen dette året var tilegnet miljø. Tilsvarende var det flere som oppgav å ha boikottet varer av miljøhensyn i 1995 (24 prosent, mot 20 prosent i 1996 og 12 prosent i 1997), noe som sannsynligvis kan forklares med oppfordringene til å boikotte franske varer på grunn av Frankrikes atomsprengninger i Stillehavet dette året. Det hefter imidlertid en viss usikkerhet ved dette som kan knyttes til respondentenes hukommelse, ved at de blir bedt om å redegjøre for et tidsrom på tre år.

Uavhengige variabler

Vi fokuserer på to hovedtyper uavhengige variabler i analysen, *sosialstrukturelle* og *kulturelle* variabler. Mens sosialstrukturelle variabler viser til folks posisjon i den sosiale strukturen, viser kulturelle variabler til ideologier, verdier, holdninger og oppfatninger. Vi har tatt for os de sosialstrukturelle variablene *kjønn*, *alder*, *utdanning* og *husholdningsinntekt*, og de kulturelle variablene *vekst-med-vern-ideologien*, *vitenskapsoptimisme*, *materialisme/postmaterialisme-dimensjonen*, *intern versus ekstern kontroll*, *identitet som miljøbevisst forbruker* og *synet på miljøproblemenes alvorlighetsgrad*.

Sosialstrukturelle variabler

Sett under ett kan kvinner sies å være noe mer miljøengasjerte enn menn. Det eneste området kjønnsforskjellen er stabil over tid, er imidlertid når det gjelder å se etter miljøinformasjon ved innkjøp av dagligvarer. Sammenhengen mellom alder og miljøengasjement viser seg å variere avhengig av hvilke handlingstyper vi ser på: Mens eldre mennesker forbruker mer miljøbevisst deltar yngre oftere i miljøpolitiske aktiviteter. Utdanning har en viss betydning for folks miljøengasjement, og det er gjennomgående de med høyere utdanning som opptrer mest miljøengasjert. Med hensyn til husholdningsinntekt viser det seg at folk med husholdningsinntekt over 500 000, sett under ett, er mer miljøengasjerte enn folk med lavere husholdningsinntekt.

Kulturelle variabler

Den sikreste prediktoren for miljøengasjement totalt sett er at folk ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere. Denne variabelen har signifikant effekt for alle handlingstyper alle de tre årene. En annen variabel som viser seg å være en forholdsvis sikker prediktor for miljøengasjement, er respondentenes oppfatning angående alvoret i miljøproblemene. De som er uenige i utsagnet om at miljøproblemene er alvorlig overdrevet, er generelt mer miljøengasjerte enn de som er enige i denne påstanden. Holdningen til moderne vitenskap viser seg å være en sikker prediktor for deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter. Her er det de som er uenige i påstanden om at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene som scorer høyest. Sett under ett viser det seg at respondenter som prioriterer postmaterialistiske verdier generelt er mer miljøengasjerte enn de som prioriterer materialistiske verdier, og at respondenter som er enige i

utsagnet om at den enkelte forbruker selv kan bidra til å løse miljøproblemene generelt er mer miljøengasjerte enn de som har mindre tro på dette.

Generelle funn og implikasjoner

Som vi har sett trekker utviklingstendensene i ulike retninger for forskjellige indikatorer for miljøengasjement. Mens vi på noen områder har blitt mer miljøengasjerte, har vi blitt mindre miljøengasjerte på andre områder. Dette skillet sammenfaller stort sett med skillet mellom forbrukshandlinger og deltakelse i politiske aktiviteter. Mens vi blir stadig mer miljøbevisste i vårt daglige forbruk, slutter vi i stadig mindre grad opp om organiserte former for ukonvensjonell miljøpolitisk aktivisme. Dette betyr at miljøbevegelsen ikke er en homogen, ensrettet bevegelse, men at den snarere består av ulike tendenser som går i til dels forskjellige retninger. Det er dermed vanskelig å trekke noen entydige konklusjoner om hvorvidt vi sett under ett har blitt mer eller mindre miljøengasjerte enn tidligere.

Som en endelig oppsummering kan vi si at forbrukerne gir uttrykk for at de er opptatt av miljøet og at de er villige til å ofre noe for å bidra til å bedre miljøets tilstand. Når det kommer til handling er imidlertid engasjementet mindre. Våre funn tyder på at strukturelle forhold spiller en viktig rolle når man skal forklare miljøengasjement, både med hensyn til forbruk og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter. Økt oppslutningen om kildesortering gjenspeiler bedret tilrettelegging de senere årene. Strukturelle forhold slår også ut i negativ retning: Økt bilbruk gjenspeiler økt tilgang til bil, og nedgangen i oppslutningen om miljøpolitiske aktiviteter gjenspeiler en tilsvarende reduksjon i antall organiserte miljøpolitiske initiativ. Implikasjonen av dette er at tilrettelegging for miljøvennlig handling er et avgjørende miljøpolitisk virkemiddel.

1 Innledning

1.1 Bakgrunn

Kort historikk

Interessen for natur- og miljøvern har opp igjennom årenes løp gått i bølger. Gundersen (1996) beskriver perioden fra 1963 til 1969 som miljøbevegelsens *etableringsfase*. Det var på denne tiden den moderne miljøbevegelsen her til lands fikk sitt oppsving. Perioden fra 1970 til 1975 har blitt beskrevet som miljøbevegelsens storhetstid i Norge. I denne perioden ble naturvernarbeidet institusjonalisert, blant annet ved opprettelsen av Miljøverndepartementet i 1972. Ifølge Gundersen (1991) var den norske miljøbevegelsen i denne perioden sannsynligvis den sterkeste i Europa. Perioden var kjennetegnet ved *integrasjon og konfrontasjon*. Det var i denne perioden kampen mot vassdragsutbyggingen tok til (bl.a. Mardøla-aksjonen). Den tredje fasen, som strekte seg fra 1975 til 1985, betegnes *stagnasjonsfasen*. Den politiske miljøbevegelsen fikk stadig større problemer etter 1975, og gikk sterkt tilbake mot slutten av 70-tallet, dette til tross for viktige saker (f. eks. Alta-saken). Den nådde sitt absolutte bunn-nivå omkring 1985. Perioden fra 1977 til 1987 har blitt kalt “det tapte tiåret” for naturvernet. Det var et tiår preget av ekspansjon for den offentlige miljøforvaltningen og tilbakegang for miljøbevegelsen på grasrotnivå.

Miljøbevegelsen fikk imidlertid et nytt oppsving i 1988. Brundtland-kommisjonens rapport “Vår felles fremtid” ble publisert i 1987. Denne fikk stor publisitet og bidro både til økt oppmerksomhet omkring miljøproblemer og til å skape en mer positiv holdning til miljøvern. Sannsynligvis enda viktigere var den økte fokuseringen på miljøproblemer i massemediene, som for eksempel reaktorulykken i Tsjernobyl i 1986, algeoppblomstringen i Nordsjøen i 1988 og oljeutslippene fra oljetankeren Exxon Valdez i Alaska i 1989. Det var også i denne perioden vi fikk de første meldingene om hull i ozonlaget og at teorien om drivhuseffekten fikk sitt gjennombrudd.

Oppslutningen om miljøbevegelsen stagnerte imidlertid igjen i første halvdel av 1990-årene (Gundersen, 1996). I denne rapporten skal vi se nærmere på hvordan utviklingen har vært videre utover 1990-tallet.

1.2 Miljøengasjement - en begrepsavklaring

Det sentrale begrepet i denne rapporten er *miljøengasjement*. Det kan derfor være på sin plass å klargjøre hva vi legger i dette begrepet. En hensiktsmessig måte å gjøre dette på er ved å foreta en grenseoppgang mot liknende begreper. For det første er ikke miljøengasjement det samme som *miljøbevissthet*. Miljøbevissthet, som kan defineres som en oppmerksomhet rettet mot miljøet og dets tilstand, kan sies å være en nødvendig, men ikke en tilstrekkelig forutsetning for at man skal kunne snakke om miljøengasjement. Miljøbevissthet er en nødvendig betingelse, fordi folk ikke kan klassifiseres som miljøengasjerte hvis de ikke på en eller annen måte har miljøet i tankene. På den annen side er ikke miljøbevissthet en tilstrekkelig betingelse for at vi skal kunne snakke om miljøengasjement. En rekke undersøkelser har vist at folk som er opptatt av miljøet, det vil si er miljøbevisste, ikke lar dette komme til uttrykk i deres handlinger. Engasjement impliserer handling. For at folk skal kunne kalles miljøengasjerte er det ikke tilstrekkelig at de er opptatt av miljøet, deres miljøbevissthet må også omsettes til handling. Altså: Folk er *miljøbevisste* når de på et eller annet vis er opptatt av miljøet. De er *miljøengasjerte* når de lar sin miljøbevissthet komme til uttrykk gjennom handling. *Miljøengasjement* kan dermed defineres som *miljøbevisst handling*, der miljøbevisste handlinger er handlinger der aktøren lar betraktninger om handlingens konsekvenser for miljøet gi utslag i hvordan han eller hun handler.

En annen distinksjon det er viktig å trekke er mellom *miljøbevisste* og *miljøvennlige* handlinger: Svært mange av våre handlinger har på et eller annet vis konsekvenser for miljøet, de har *miljørelevans*. Disse konsekvensene kan (med utgangspunkt i en eller annen standard) klassifiseres som positive eller negative for miljøet. De handlinger som kan sies å ha positive konsekvenser for miljøet faller da inn under kategorien *miljøvennlige handlinger*. Det er viktig å understreke at denne klassifiseringen skjer uavhengig av aktørens intensjoner med handlingen. Miljøvennlig handling er dermed ikke nødvendigvis

miljøbevisst. Vi er her opptatt av de konsekvenser folks handlinger har for miljøet, ikke de intensjoner aktøren legger i handlingen (dette blir dermed motsatt av hva tilfellet var for miljøengasjement, hvor vi var opptatt av aktørens intensjoner, og ikke handlingens konsekvenser for miljøet). Mens aktører klassifiseres som miljøengasjerte med utgangspunkt i deres intensjoner, klassifiseres handlinger som miljøvennlige med utgangspunkt i deres konsekvenser.

1.3 Problemstillinger

Vi vil i denne rapporten undersøke om det har funnet sted endringer i den miljøpolitiske kulturen og i folks faktiske miljøengasjement. Vi fokuserer på to hovedformer for miljøengasjement, *miljøbevisst forbruk* og *miljøpolitisk aktivisme*. Vi skal se nærmere på omfanget av folks miljøengasjement på disse områdene og hvorvidt folks oppslutning omkring de ulike handlingstypene har endret seg de senere årene. Andre aspekter vi er opptatt av er hvem det er som er mest miljøengasjert, hva det er som motiverer disse, og hvorvidt vi kan spore endringer over tid med hensyn til hva det er som forklarer ulike former for miljøengasjement.

1.4 Datagrunnlag

Rapporten baserer seg hovedsakelig på SIFOs miljømonitor, med særlig vekt på data fra 1997. SIFOs miljømonitor omfatter årlige landsdekkende innsamlinger av statistiske data i perioden fra 1995 til 1997. Den praktiske delen av datainnsamlingen ble utført av Markeds- og mediainstituttet (MMI) i 1995¹ og av Norsk Gallup Institutt i 1996² og 1997³, alle årene på oppdrag fra SIFO. Utover dette baserer vi oss delvis på data samlet inn av MMI i 1989⁴ på

¹ N=1025 i alderen 15 år og over, personlig intervju.

² N=1004 i alderen 15 år og over, personlig intervju.

³ N=1001 i alderen 15 år og over, telefonintervju.

⁴ N=1094 over 15 år, personlig intervju.

oppdrag for SIFO, på NSDs undersøkelse om verdier, natur og miljø fra 1993⁵, samt undersøkelser utført av Norsk Gallup Institutt på oppdrag fra SIFO i 1992 og 1994 (tallene fra de to sistnevnte er hentet fra Strandbakken, 1995). Metodologiske erfaringer fra monitordelen diskuteres i en eget notat (Lavik, 1999). Der er foreliggende også spørreskjemaene til undersøkelsene, samt svarfordelingene på de fleste spørsmålene⁶.

1.5 Rapportens struktur

I kapittel 2 tar vi for oss endringer i den miljøpolitiske kulturen de senere årene. I kapittel 3 ser vi på endringer i miljøengasjement, nærmere bestemt endringer i folks forbruksmønster og oppslutning om ulike former for miljøpolitisk aktivisme. Kapittel 4 består av en analyse av de ulike formene for miljøengasjement. Denne analysen bygger på bivariate krysstabeller og multivariate regresjonsanalyser. Vi ser på sammenhengen mellom de ulike handlingvariablene og diverse bakenforliggende variabler. I kapittel 5 oppsummerer vi hovedtendensene og forsøker å trekke noen konklusjoner.

⁵ N=1414 i alderen 15-79 år, postalt spørreskjema, svarprosent 63 prosent.

⁶ Dersom ikke disse svarfordelingene stemmer overens med fordelingene i denne rapporten, skyldes det at aldersfordelingen ikke er helt sammenlignbar. I denne rapporten er utvalgene fra 1995 til 1997 blant personer som er 15 år og eldre, mens alderen på utvalgene i arbeidsrapporten er fra 15-79 år.

2 Endringer i miljøpolitisk kultur

2.1 Politisk kultur

Når man skal beskrive eller forklare folks politiske atferd benyttes gjerne begrepet *politisk kultur*. Politisk kultur består av trossystemer, ideologier, verdier, holdninger og oppfatninger som gjør folk i stand til å fortolke politiske fenomener og begivenheter, og som gjør deres atferd meningsfull (Knutsen, 1985).

Politisk kultur kan konseptualiseres og analyseres på ulike nivåer, der høyere nivåer består av elementer fra de lavere. Disse nivåene danner således et hierarkisk system med ulik grad av kompleksitet: *Oppfatninger* er enkle påstander, bevisste eller ubevisste, som kan utledes fra det en person sier eller gjør. *Holdninger* er sett av oppfatninger, som fungerer som predisposisjoner til å reagere på bestemte måter, enten i form av verbal eller ikke verbal atferd. *Verdier* er oppfatninger om hvordan man bør eller ikke bør handle, eller om endelige tilstander som det er verdt eller ikke verdt å oppnå. *Ideologier* er systemer av oppfatninger og holdninger. Et *trossystem* utgjør det totale universet av en persons oppfatninger angående den fysiske verdenen, den sosiale verdenen og selvet. Ideologier, verdier, holdninger og oppfatninger utgjør subsystemer i trossystemer (Rokeach, 1970).

I denne rapporten er vi opptatt av de aspekter ved den politiske kulturen som har, eller kan forventes å ha, betydning for folks miljøengasjement. Dette har vi valgt å kalle *miljøpolitisk kultur*. Vi vil her ta for oss ulike aspekter ved den norske miljøpolitiske kulturen og se nærmere på hvordan denne har endret seg i perioden 1989 til 1997.

2.2 Oppfatninger

En forutsetning for at folk skal opptre miljøengasjert er at de har visse forestillinger om eksistensen av miljøproblemer. Det er til syvende og sist ikke miljøproblemenes faktiske eksistens som er avgjørende for vårt miljøengasjement, men hvilke forestillinger vi har om miljøets tilstand⁷. Våre forestillinger om miljøproblemer får handlingsmessige konsekvenser, uavhengig av om disse forestillingene refererer til faktiske miljøproblemer - “*if people experience risks as real, they are real as consequences*” (Beck, 1992: 77).

I forhold til det begrepsverket vi skisserte i forbindelse med konseptualiseringen av politisk kultur, vil folks forestillinger angående miljøproblemenes falle inn under det vi kalte oppfatninger⁸. Det finnes ulike typer oppfatninger, som *deskriptive (beskrivende) oppfatninger*, *evaluative (vurderende) oppfatninger* og *preskriptive (normative) oppfatninger*. Alle disse typene oppfatninger fungerer som predisposisjoner til handling (Rokeach, 1970).

⁷ Våre forestillinger om miljøproblemer lever sitt liv mer eller mindre uavhengig av de faktiske miljøproblemenes, men selv om det er et visst slingsmonn for våre fortolkninger av miljøets tilstand er ikke dette ubegrenset. Den sosiale konstruksjonen av virkeligheten begrenses av virkeligheten selv. Betydningen av sosiokulturelle faktorer avhenger av miljøproblemenes karakter. Desto fjernere risikoen er fra publikums persepsjonsevne, desto større er rommet for fortolkning, og desto større betydning har dermed sosiokulturelle faktorer (Lidskog, 1996).

⁸ Rokeach (1970: 113) definerer en oppfatning som “*any simple proposition, conscious or unconscious, inferred from what a person says or does, capable of being preceded by the phrase “I believe that...”*”.

2.2.1 Oppfatninger om miljøproblemene alvorlighetsgrad

Oppfatninger angående alvorret i miljøproblemene faller inn under betegnelsen deskriptive oppfatninger. Dette dreier seg om hvordan folk mener at miljø-situasjonen faktisk *er*. Det er rimelig å anta at det er en sammenheng mellom den alvorlighetsgrad folk tilskriver miljøproblemene og deres miljøengasjement, for eksempel at folk som opplever miljøproblemene som alvorlige vil være mer tilbøyelige til å handle for å bidra til å gjøre noe med problemene. Tidligere undersøkelser har påvist nettopp slike sammenhenger (se f. eks. Baldassare og Katz, 1992). Det vil derfor være interessant å se nærmere på hvor alvorlig folk opplever miljøproblemene i dag. Opplever folk situasjonen som mer alvorlig eller som mindre alvorlig enn tidligere?

Tabell 2.1: "Hvor alvorlig er etter ditt syn miljøproblemene i verden i dag?"

	1989	1997
Svært alvorlige	62	49
Ganske alvorlige	33	43
Litt alvorlige	5	8
Ikke alvorlige	0	0
%	100	100
N	1085	1022

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at de aller fleste opplever miljøproblemene som alvorlige. Det er imidlertid færre som er av den oppfatning at miljøproblemene er svært alvorlige i 1997 sammenliknet med 1989. På den annen side er det flere som synes at miljøproblemene er ganske alvorlige. Dette kan tyde på at færre mener at miljøproblemene utgjør en overhengende fare, men at det likevel fremdeles er mange som tar dem alvorlig.

2.2.2 Oppfatninger om miljøsammenhenger

Ikke bare krever miljøengasjement en forestilling om et visst alvor i miljøsituasjonen, men også en idé om hvordan ting henger sammen, om hva som er årsaken til miljøproblemene. Hvis man ikke har noen forestilling om hva som er årsaken til miljøproblemene, vet man sannsynligvis heller ikke hvor eller hvordan man skal sette inn innsatsen. Forestillinger om miljøsammenhenger har også implikasjoner angående vår egen rolle i disse sammenhengene, noe som igjen vil kunne få konsekvenser for vårt atferdsmønster. Vi spurte informantene om hvordan de ser på sammenhengene som ligger til grunn for teorien om drivhuseffekten og reduksjonen av ozonlaget i atmosfæren:

Tabell 2.2: "Hver gang vi bruker kull, olje eller gass bidrar vi til drivhuseffekten"

	1993	1997
Helt sikkert sant	40	39
Antakelig sant	42	50
Antakelig ikke sant	7	5
Helt sikkert ikke sant	2	2
Vet ikke/ubesvart	9	4
%	100	100
N	1383	1022

Vi ser at flertallet er av den oppfatning at forbrenning av fossile brensler bidrar til drivhuseffekten. Dette er i tråd med teorien om drivhuseffekten. Andelen som mener dette har økt fra 1993 til 1997.

Tabell 2.3: "Hvilke stoffer bidrar etter din mening til reduksjon av ozonlaget?"

	1995	1996	1997
Fosfater	1	2	1
Karbondioksyd (CO ₂)	16	40	28
Klorflourkarboner (KFK)	50	34	30
Pesticider (sprøytemidler)	20	1	8
Vet ikke/ubesvart	13	23	33
%	100	100	100
N	1015	960	1022

Vi ser at det er stadig færre som oppgir det riktige svaret, nemlig klorflourkarboner. Det ser ut til at folk har glemt at KFK-gasser virker ødeleggende på ozon-laget. Dette har muligens en sammenheng med at generelle forbud mot bruk av KFK-gasser har gjort at det ikke lenger fokuseres så mye på disse i massemediene.

2.2.3 Selv-oppfatning

Et trossystem omfatter som nevnt det totale universet av et individs oppfatninger angående den fysiske verdenen, den sosiale verdenen og *selvet*, eller dets selv-oppfatning. Det er grunn til å anta at det er sammenheng mellom selv-oppfatning og nivå av miljøengasjement. På den ene siden er det rimelig å anta at folks selv-oppfatning har konsekvenser for deres miljøengasjement. Folk som ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere, vil sannsynligvis forsøke å handle i tråd med dette selv-bildet. Deres selv-oppfatning som miljøbevisst forbruker blir en standard de må leve opp til. I slike tilfeller kan deres selv-oppfatning betraktes som en årsak i forhold til deres (miljøbevisste) handlinger. Vi kan også tenke oss at kausalforholdet er stikk motsatt, at vårt selvbilde er et produkt av vår handlemåte, dvs. at vi først handler og at vi i ettertid gjør oss opp en mening om hvorvidt vi er miljøbevisste. Vi har sett nærmere på i hvilken grad folk ser på seg selv som miljøengasjerte. I kapittel 4 vil vi se nærmere på hvorvidt dette gir utslag i faktisk miljøengasjement.

Tabell 2.4: "I hvilken grad oppfatter du deg selv som en miljøbevisst forbruker?"

	1993	1995 ⁹	1996	1997
I stor grad	5	10	13	11
I noen grad	43	49	43	45
Både...og...	37	29	32	32
I liten grad	12	10	9	10
I svært liten grad	2	2	2	2
%	100	100	100	100
N	1374	1016	995	1016

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Flesteparten oppfatter seg selv som miljøbevisste forbrukere. Vi ser at det er en liten gruppe på bare 2 prosent som i svært liten grad vil beskrive seg selv som en miljøbevisst forbruker.

Hvilket bilde har så respondentene av deres egen miljøinnsats? Vi stilte dem følgende spørsmål:

Tabell 2.5: "Jeg har avfunnet meg med at jeg gjør for lite for miljøet"

	1995	1996 ¹⁰	1997
Helt enig	21	8	21
Delvis enig	33	34	41
Verken...eller...	19	31	13
Delvis uenig	18	21	14
Helt uenig	9	6	11
%	100	100	100
N	1008	985	994

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at det er forholdsvis mange som oppgir at de har avfunnet seg med at de gjør for lite for miljøet og at denne andelen øker fra 1995 til 1997¹¹. Ellers ser

⁹ I undersøkelsen utført i 1995 er svaralternativene "i meget stor grad", "i noen grad", "verken stor eller liten", "i liten grad", "i meget liten grad".

¹⁰ I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene her "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

vi at det er langt flere som havnet i midtkategorien i 1996 sammenliknet med de to andre årene. Dette har sannsynligvis en metodologisk forklaring. I 1996 var midtkategorien ”både...og...” mens den de to andre årene var ”verken...eller...”. Det viser seg at det på ulike spørsmål konsekvent havner flere i midtkategorien de årene svaralternativet er ”både...og...” sammenliknet med de årene svaralternativet er ”verken...eller...”, sannsynligvis fordi ”både...og...” oppleves som mer inkluderende enn ”verken...eller...”. Det later også til at ”både...og...” oppfattes som mer positiv enn ”verken...eller...”, noe som gir utslag i at en del av dem som heller mot å svare ”delvis enig” når midtkategorien er ”verken...eller...” svarer ”både...og...” når de har mulighet for det (Lavik, 1999). Midtkategoriens formulering later til å ha mest å si for den øverste delen av skalaen. Hvis vi slår sammen de to nederste kategoriene er det små endringer. Vel en fjerdedel av respondentene har ikke avfunnet seg med at de gjør for lite for miljøet.

Vi har allerede vært inne på miljøbevissthet som en del av folks selvoppfatning. Deres selvoppfatning omfatter også normer og forventninger til hvordan de bør handle, noe som gjenspeiler seg i deres samvittighet. Dersom man ikke lever opp til disse normene og forventningene gir dette utslag i dårlig samvittighet. Vi konfronterte informantene med følgende påstand:

¹¹ Hva som ligger i dette kan imidlertid tolkes på forskjellige måter. På den ene siden kan det bety at de har innsett at de gjør for lite for miljøet, og at de ønsker å gjøre mer. På den andre siden kan det innebære at de har innsett at de gjør for lite for miljøet, men at de ikke har til hensikt å gjøre noe med det.

Tabell 2.6: "Jeg får dårlig samvittighet fordi jeg gjør for lite for miljøet"

	1996 ¹²	1997
Helt enig	4	12
Delvis enig	22	29
Verken...eller...	29	11
Delvis uenig	30	21
Helt uenig	15	27
%	100	100
N	979	1005

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at nærmere halvparten av respondentene er uenig i påstanden om at de har dårlig samvittighet fordi de gjør for lite for miljøet¹³. Det er flere som oppgir at de får dårlig samvittighet fordi de gjør for lite for miljøet i 1997 sammenliknet med 1996. Igjen er det store endringer i midtkategorien. Også her har vi sannsynligvis en metodologisk forklaring. Flere havner i midtkategorien når den er "både...og..." (i 1996) enn når den er "verken...eller..." (i 1997). Slår vi sammen andelene som er "delvis uenig" og "helt uenig" er det igjen små endringer. Vi ser at litt under halvparten er mer eller mindre uenig i at de har dårlig samvittighet.

¹² I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene her "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

¹³ Dette kan igjen tolkes på to måter. For det første kan det hende at de ikke gjør så mye for miljøet, men at de ikke har noen dårlig samvittighet fordi de ikke har internalisert normer som sier at de skal handle miljøbevisst. For det andre kan det hende at de nettopp gjør en god del for miljøet, men at normene om at de skal handle miljøbevisst er så sterkt internalisert at de føler at de aldri får gjort nok.

2.2.4 Intern/ekstern kontroll

Et annet forhold som kan forventes å ha betydning for folks miljøengasjement er deres oppfatning av hvorvidt de i det hele tatt er i stand til å bidra med noe for miljøets tilstand. Mange miljøproblemer er svært omfattende og komplekse. Globale miljøproblemer krever globale løsninger. Dette kan medføre at mange føler at deres bidrag har lite å si fra eller til.

Rotter, Seeman og Liverant (1962) har beskrevet en dimensjon som de kaller *intern versus ekstern kontroll*. Denne dimensjonen viser til hvorvidt man anser at situasjonen er under ens egen kontroll eller er prisgitt krefter utenfor ens egen kontroll (hell, tilfeldigheter, skjebne etc.). Folks oppfatning av forholdet mellom intern og ekstern kontroll kan sies å være et aspekt ved deres selvoppfatning.

Tucker (1980) undersøkte hvilken betydning følelse av intern versus ekstern kontroll hadde for folks miljøengasjement. Han fant at folk som scoret høyt på intern kontroll var mer miljøengasjert enn folk som scoret lavt. En sannsynlig forklaring på dette er at individer med en følelse av intern kontroll vil være tilbøyelig til å tro at de personlig kan påvirke miljøets tilstand, mens de som scorer lavt på intern kontroll føler at de ikke har noe å bidra med - at miljøets tilstand er prisgitt eksterne krefter.

Tabell 2.7: "Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse miljøproblemene"

	1993 ¹⁴	1995	1996 ¹⁵	1997
Helt enig	34	41	22	43
Delvis enig	38	43	48	40
Verken...eller...	21	7	22	6
Delvis uenig	3	6	6	8
Helt uenig	2	3	2	3
	100	100	100	100
N	1383	1015	995	1008

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at det store flertall mener at den enkelte forbruker har noe å bidra med i miljøsammenheng. Dette kan tolkes som et tegn på at nordmenn har en sterk følelse av intern kontroll i forhold til miljøproblemene. Igjen ser vi at det havner flere i midtkategorien de årene ordlyden er "både...og..." enn når den er "verken...eller...". Slår vi sammen andelene som er "delvis uenig" og "helt uenig" er det igjen små endringer.

2.3 Holdninger

Holdninger er som nevnt sett av oppfatninger som fungerer som predisposisjoner til å reagere på bestemte måter, enten i form av verbal eller ikke verbal atferd. Ajzen og Fishbein (1980) beskriver holdninger som *funksjoner av oppfatninger*: En person som tror at det å handle på en bestemt måte i overveiende grad har positive konsekvenser, vil ha en positiv holdning i forhold til det å handle på denne måten, mens en person som tror at det å handle på en bestemt måte i overveiende grad har negative konsekvenser, vil ha en negativ holdning til dette handlingsvalget.

¹⁴ I undersøkelsen utført i 1993 er svaralternativene "helt enig", "delvis enig", "både...og...", "delvis uenig" og "helt uenig".

¹⁵ I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

Holdninger har tre typer komponenter, en *kognitiv komponent* som representerer en persons kunnskap om hva som er sant eller feil, godt eller dårlig, ønskelig eller uønskelig, en *affektiv komponent*, fordi oppfatningen under bestemte omstendigheter er i stand til å fremkalle affekt omkring det objekt oppfatningen dreier seg om, om andre objekter og om objektet selv; og endelig en *atferdskomponent*, fordi oppfatningen fører til handling når den er tilstrekkelig aktivisert (Rokeach, 1970).

Holdningers relevans i miljøsammenheng

En bærekraftig utvikling krever endringer både på makro- og mikronivå. Seippel (1995) viser til at en del miljøproblemer (som drivhuseffektproblematikken) er så altomfattende og allestedsnærværende at de forutsetter en "miljøpolitisk hverdagskultur" for å kunne løses. I en slik hverdagskultur vil miljøbevisste holdninger ha en sentral rolle. Holdningsendring er nødvendig for handlingsendring. En endring i retning av et mer miljøvennlig forbruk krever en endring i retning av mer miljøvennlige holdninger. Holdningsendringer kan også være en forutsetning for at folk skal kunne akseptere tiltak som iverksettes fra myndighetenes side. Politiske målsetninger kan ikke realiseres uten at store forbrukergrupper mobiliseres til å endre sitt forbruksmønster.

2.3.1 Offervilje

Det er ofte knyttet kostnader til det å handle miljøbevisst. Det kan dreie seg om økonomiske kostnader (miljøvennlige produkter er iblant dyrere enn mindre miljøvennlige produkter) eller om ikke-økonomiske kostnader (som fysiske anstrengelser og bruk av tid). I et slikt perspektiv kan det å handle miljøbevisst fremstå som et offer for aktøren. Dermed kan man si at aktørens tilbøyelighet til å handle miljøbevisst avhenger av hans eller hennes offervilje.

Tabell 2.8: "Hvor villig ville du være til å godta en reduksjon i din levestandard for å beskytte miljøet?"

	1993	1995	1996	1997
Svært villig	9	7	6	13
Nokså villig	42	47	45	50
Verken...eller...	26	28	31	25
Nokså uvillig	16	14	14	7
Svært uvillig	7	4	4	5
%	100	100	100	100
N	1346	1014	995	1002

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at det er flere som oppgir at de er villige til å godta en reduksjon i sin levestandard for å bidra til å ta vare på miljøet i 1997 sammenliknet med de tidligere årene.

Tabell 2.9: "Jeg er villig til å gi avkall på varer og tjenester jeg nå bruker, hvis jeg med det kan bidra til å verne våre naturressurser"

	1993	1995 ¹⁶	1996 ¹⁷	1997
Helt enig	33	31	18	26
Delvis enig	40	43	41	49
Både...og...	23	14	32	18
Delvis uenig	4	7	7	5
Helt uenig	1	5	2	2
%	100	100	100	100
N	1370	1004	988	1001

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Her er det også visse endringer fra år til år, men disse endringene er ikke entydige og gjenspeiler nok i en viss grad at det opereres med forskjellige svaralternativer de ulike årene.

¹⁶ I undersøkelsen utført i 1995 er svaralternativene "helt enig", "delvis enig", "verken...eller...", "delvis uenig" og "helt uenig".

¹⁷ I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

Generelt kan vi si at det er flere som er villige til å gi avkall på varer og tjenester enn til å redusere sin levestandard. Det å gi avkall på visse varer og tjenester virker nok mindre dramatisk enn å redusere levestandarden. En del er kun villige til å gi avkall på varer og tjenester i den grad det ikke går utover deres levestandard. Vi ser imidlertid ikke den samme økningen i villigheten til å gi avkall på varer og tjenester som for villigheten til å redusere levestandarden. Dette skyldes muligens at det hele tiden har vært en forholdsvis stor andel som har oppgitt at de har vært villige til å gi avkall på varer og tjenester.

Vi vil senere komme tilbake til sammenhengen mellom disse holdningene og faktiske handlinger. Dermed vil vi kunne avdekke om holdningene gjenspeiler et genuint engasjement eller om det bare er uforpliktende utsagn fra respondentenes side.

2.4 Verdier

Vi trakk ovenfor skillet mellom deskriptive, evaluative og preskriptive oppfatninger. Verdier kan sies å være preskriptive oppfatninger, der visse handlingsmåter eller mål blir vurdert som ønskelige eller ikke ønskelige (Knutsen, 1985). Rokeach (1970) beskriver en verdi som en type oppfatning om hvordan man bør (eller ikke bør) handle, eller om en endelig tilstand som det er verdt (eller ikke verdt) å oppnå.

Verdier likner i mange henseender på holdninger, men det er visse grunnleggende forskjeller mellom verdier og holdninger. Mens en holdning er knyttet til spesifikke objekter og situasjoner, er verdiene hevet over både objekter og situasjoner (Rokeach, 1970). Verdier kan dessuten sies å være mer grunnleggende enn holdninger. Mens både holdninger og verdier antas å være determinanter for atferd, er verdier også determinanter for holdninger, i den forstand at verdier fungerer som standarder som holdninger vurderes ut fra (Knutsen, 1985). Forholdet mellom verdier, holdninger og handlinger kan således fremstilles som et kausalforhold:



Ulike typer verdier

Rokeach (1970) klassifiserer verdier langs to dimensjoner. Han skiller mellom *instrumentelle*¹⁸ og *endelige*¹⁹ verdier, og mellom *personlige* og *sosiale* verdier. Ved å kombinere disse to dimensjonene får vi fire kategorier: Endelige personlige verdier, endelige sosiale verdier, instrumentelle personlige verdier og instrumentelle sosiale verdier:

	Endelige verdier	Instrumentelle verdier
Personlige verdier	Forestillinger om visse endelige tilstander som man foretrekker for seg selv	Kompetanseverdier, selvaktualiserings-verdier
Sosiale verdier	Forestillinger om hva slags samfunn eller mellom-menneskelige forhold som er å foretrekke	Moralske verdier: verdier for mellom-menneskelige relasjoner og atferdsmønstre

Figur 2.1: Verdiklassifisering²⁰

Knutsen (1985: 20) opererer i tillegg med et begrep om *politiske verdier*: “*politiske verdier er varige overbevisninger om at spesifikke politiske atferdsmønstre og endelige eller ideelle samfunnstilstander, politiske system og “outputs” er å foretrekke framfor andre eller motsatte politiske atferdsmønstre og endelige samfunnstilstander, politiske system og “outputs”*”. Politiske verdier er uttrykk for hvordan folk ideelt sett ønsker seg et sosiopolitisk system, eller hvilke langsiktige politiske mål de mener at samfunnet bør sette seg. Ut fra disse forestillingene vurderer de samfunnet, det eksisterende politiske systemet og den politikken som føres. Politiske verdier gir seg utslag i politiske fenomener; politiske holdninger, politisk atferd

¹⁸ En instrumentell verdi defineres som en oppfatning som antar følgende form: “*I believe that such-and-such mode of conduct (for example, honesty, courage) is personally and socially preferable in all situations with respect to all objects*” (Rokeach, 1970: 160).

¹⁹ En endelig verdi defineres som en oppfatning som alltid har følgende form: “*I believe that such-and-such an end-state of existence (for example salvation, a world at peace) is personally and socially worth striving for*” (Rokeach, 1970: 160).

²⁰ Tabellen er tilpasset etter Knutsen (1985).

(stemmegivning, partitilknytning, deltakelse etc.), politiske vurderinger og sammenlikninger, vurdering av seg selv som politisk aktør etc.

Mens vi opererte med et skille mellom personlige og sosiale verdier ovenfor, er det vanskelig å opprettholde et tilsvarende skille mellom personlige og politiske verdier. Personlige verdier kan tenkes å føre til visse politiske verdipreferanser: Hvis jeg skal oppnå den eller den endelige tilstanden i mitt liv, må den eller den endelige tilstanden i samfunnet foretrekkes. Politiske verdier foretrekkes *fordi* den eller de bidrar til å legge forholdene til rette for at mer personlige verdier skal kunne realiseres. Ut fra dette perspektivet er politiske verdier instrumentelle i forhold til mer personlige verdier. Alternativt kan det tenkes at et individ føler at dets politiske verdipreferanser må føre til at visse personlige verdier må prioriteres i dets liv. I tråd med et slikt perspektiv kan politiske verdier sies å være mer grunnleggende og å ha kausal kraft i forhold til personlige verdier.

2.4.1 Materialistiske og postmaterialistiske verdier²¹

Inglehart (1977, 1990) hevder at det de siste tiårene har funnet sted en omfattende kulturell endring i industrialiserte land. Disse kulturelle endringene består i en overgang fra at folk primært var opptatt av å tilfredsstille materielle behov til at de blir mer opptatt av å tilfredsstille immaterielle behov. Inglehart mener at det er to forhold som er av spesiell betydning for verdiendringene, nemlig den økonomiske veksten og freden siden andre verdenskrig. Inglehart, og flere etter han, forklarer fremveksten av miljøbevegelsen med henvisning til disse kulturelle endringene.

Når han skal forklare de kulturelle endringene tar Inglehart utgangspunkt i psykologen Maslows teori om menneskets behovshierarki. Maslow hevder at man kan rangere menneskers behov i et hierarki. Nederst i hierarkiet har han

²¹ I forhold til den klassifiseringen vi skisserte ovenfor kan vi si at materialistiske og postmaterialistiske verdier representerer *politiske verdier*, i den forstand at respondentene blir bedt om å prioritere målsettinger for det landet de lever i, ikke for deres personlige liv (Knutsen, 1980).

plassert fysiologiske behov og behov for sikkerhet og trygghet. Lenger opp i behovshierarkiet mener han at vi finner behov for tilhørighet og kjærlighet, behov for aktelse og selvrespekt, og at vi øverst i hierarkiet finner behovet for selvrealisering. Maslow hevder at behov lavere i hierarkiet må være tilfredsstilt før behov høyere i hierarkiet gjør seg gjeldende. Inglehart (1990) viser til at man med utgangspunkt i dette hierarkiet grovt sett kan skille mellom fysiologiske og ikke-fysiologiske behov. Med henvisning til dette skillet opererer han med et skille mellom *materialistiske* og *postmaterialistiske* verdier.

Inglehart kombinerer Maslows behovsteori med generasjonsteorien til sosiologen Mannheim. Mannheims teori går ut på at erfaringer fra oppveksten, eller det han kaller formative år, er viktigere enn erfaringer senere i livet. Dermed preger disse tidlige erfaringene folk resten av livet. Med utgangspunkt i Maslows teori om behovshierarkiet og Mannheims generasjonsteori, utleder Inglehart to hypoteser: Med utgangspunkt i Maslows teori utleder han *knapphetshypotesen*. Denne går ut på at mennesker motiveres av mangel, av det det er knapphet på. Med utgangspunkt i Mannheims teori utleder han *sosialiseringshypotesen*. Denne sier at individets grunnleggende verdier gjenspeiler de sosioøkonomiske forholdene det vokste opp under. Kombinert tilsier disse to hypotesene at de som ikke fikk tilfredsstilt deres fysiologiske behov i sine formative år, vil forbli fokusert på tilfredsstillelsen av disse behovene, mens de som fikk tilfredsstilt disse behovene vil være mer tilbøyelige til å søke tilfredsstillelse av høyere ordens behov. Til sammen gjør de to hypotesene det mulig å predikere verdiendringer på samfunnsnivå: Endringer i de sosioøkonomiske forholdene vil føre til endringer i folks verdiorienteringer. Dette vil ikke slå ut umiddelbart, fordi endringer i det sosioøkonomiske miljøet først og fremst virker inn på verdiene til yngre mennesker. Verdiendringer på samfunnsnivå vil først finne sted når nye generasjoner erstatter de gamle.

Inglehart forklarer som nevnt fremvoksten av miljøbevegelsen med henvisning til den økte utbredelsen av postmaterialistiske verdier i samfunnet. Han anskueliggjør dette ved å vise til at yngre generasjoner, som har vokst opp under tryggere materielle kår, er mindre opptatt av materielle verdier. Dette antas å gi utslag i at mens eldre er opptatt av å sikre seg materielt, vil de unge være mer opptatt av å delta i å forme samfunnet, realisere seg selv, og være

mer opptatt av estetiske behov, noe som ifølge Inglehart gir utslag i større miljøengasjement.

Tabell 2.10: "Hvis du måtte velge, hvilket av disse forholdene mener du er det viktigste hensynet som må ivaretas i Norge i dag?"

	1995	1996	1997 (1998)
Opprettholde lov og orden i landet (M)	39	44	25 (39)
Bekjempe arbeidsledigheten (M)	31	29	18 (13)
Bekjempe miljøproblemene (PM)	18	14	35 (23)
Beskytte ytringsfriheten (PM)	5	4	8 (11)
Gi folk mer å si i politiske beslutninger (PM)	4	5	10 (8)
Bekjempe prisstigningen (M)	3	4	4 (7)
%	100	100	100 (100)
N	1010	991	966 (972)

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at mens det i 1995 og 1996 var den materialistiske verdien "lov og orden" som av flest ble prioritert øverst, ble bekjempingen av miljøproblemene, som antas å være en indikator for postmaterialisme, prioritert øverst av flest i 1997.

Tabell 2.11: “...og hvilket forhold mener du er det nest viktigste hensynet som må ivaretas i Norge i dag?”

	1995	1996	1997 (1998)
Opprettholde lov og orden i landet (M)	20	21	22 (22)
Bekjempe arbeidsledigheten (M)	32	30	24 (18)
Bekjempe miljøproblemene (PM)	23	25	28 (23)
Beskytte ytringsfriheten (PM)	9	7	9 (14)
Gi folk mer å si i politiske beslutninger (PM)	7	6	10 (12)
Bekjempe prisstigningen (M)	9	11	7 (10)
%	100	100	100
N	1009	984	940

“Vet ikke” og ubesvart er utelatt.

Mens det i 1995 og 1996 er den materialistiske verdien “bekjempe arbeidsledigheten” som blir prioritert nest øverst av flest, er det den postmaterialistiske verdien “bekjempe miljøproblemene” som av flest også blir prioritert nest øverst.

Det at det var såpass mange flere i 1997 som oppgav miljøproblemer som et viktig hensyn sammenlignet med de tidligere årene, kan ha en metodologisk forklaring, nemlig konteksten spørsmålene ble stilt i. I 1995 og 1996 var spørsmålene plassert i begynnelsen av undersøkelsen. I 1997 ble derimot spørsmålene stilt etter at folk hadde svart på en rekke andre miljøspørsmål, noe som sannsynligvis har bidratt til å styre respondentenes assosiasjoner i retning av miljø. For å kontrollere for en slik effekt gjentok vi spørsmålet et halvt år senere²². Denne gangen ble spørsmålet stilt i en annen kontekst. Vi ser at andelen som oppgav miljøproblemer som et viktig hensyn, var redusert betraktelig (tallene er oppgitt i parentes).

Totalfordelingen mellom de som enten har oppgitt en av de materialistiske eller en av de postmaterialistiske verdiene, henholdsvis som første eller andre prioritering, blir dermed slik for de respektive årene:

²² Telefonintervju utført av Norsk Gallup Institutt, juni 1998. N=1001.

Tabell 2.12: Materialistiske og postmaterialistiske verdier i 1995, 1996 og 1997²³

	1995		1996		1997 (1998)	
	1. prior.	2. prior.	1. prior.	2. prior.	1. prior	2. prior
M	73	62	77	62	47 (59)	52 (50)
PM	27	38	23	38	53 (42)	48 (50)
	100	100	100	100	100(100)	100(100)
N	1010	1009	994	983	966(972)	940(950)

“Vet ikke” og ubesvart er utelatt.

Mens det var klart størst andel som oppgav at de prioriterte en av de materialistiske verdiene høyest i 1995 og 1996, er denne forskjellen blitt langt mindre i 1997. Dette skyldtes som nevnt sannsynligvis spørsmålets plassering i undersøkelsen. I de undersøkelsene der dette spørsmålet kommer tidlig, eller i en annen kontekst, er det fremdeles en overvekt av materialistiske verdier, selv om andelen alt i alt synes å være minkende.

2.5 Ideologier

En ideologi er en spesiell type trossystem. Som nevnt er det mulig å skille mellom deskriptive, evaluative og preskriptive oppfatninger. Vi har beskrevet verdier som preskriptive oppfatninger, dvs. som oppfatninger om at visse handlingsmønstre eller mål er ønskelige eller ikke ønskelige. En ideologi kan sies å være et sett av slike preskriptive oppfatninger, altså et sett av verdier (Knutson, 1985). Rokeach (1970: 123-4) definerer en ideologi som *“an organization of beliefs and attitudes - religious, political or philosophical in nature - that is more or less institutionalized or shared with others, deriving from external authority”*.

²³ Tabellen leses slik: De som har oppgitt en av de tre materialistiske verdiene faller i kategorien M og de som har oppgitt en av de postmaterialistiske verdiene faller i kategorien PM.

2.5.1 Den politisk-ideologiske venstre/høyre-dimensjonen

Det finnes altså ulike typer ideologier, som religiøse, politiske og filosofiske ideologier. Her skal vi se nærmere på politiske ideologier. En politisk ideologi er en spesiell type trossystem, nemlig et *politisk trossystem*. Et politisk trossystem er “*det totale sett av en persons overbevisninger om den politiske verden og sitt eget forhold til denne verdenen*” (Knutsen, 1985: 25). Hvis man definerer en ideologi som et trossystem av preskriptiv karakter, kan man definere en *politisk ideologi* som “*et politisk trossystem av preskriptiv karakter (bestående av politiske verdier) som inkluderer utsagn om at visse samfunnstilstander (endelige politiske verdier) og visse politiske handlingsmønstre (instrumentelle politiske verdier) er ønskelige*” (ibid.: 30).

Den viktigste dimensjonen innen politiske ideologier har tradisjonelt vært den såkalte venstre/høyre-aksen. På *høyresiden* finner man liberale og konservative samfunnssyn, som kan sammenfattes som *borgerlige*. Hovedelementene i et borgerlig samfunnssyn er tiltro til markedet, personlig frihet, en relativt svak stat og vektlegging av privat eiendomsrett. På *venstresiden* finner man *sosialistiske* og *sosialdemokratiske* samfunnssyn. Disse er tilhengere av at staten skal spille en aktiv rolle for å oppnå overordnede politiske målsettinger, blant annet gjennom markedsreguleringer, utjevning av inntektsforskjeller, og velferdstiltak der inntekter overføres fra yrkesaktive til ikke-yrkesaktive (Knutsen, 1985).

De ulike politiske ideologiene har forskjellige implikasjoner for hvordan man bør nærme seg miljøproblematikken. Folk på høyresiden vektlegger betydningen av den individuelle beslutningstaker. Ifølge representanter for høyresiden ligger den beste form for miljøvern i velinformerte individers innsats (Dickens, 1992). De argumenterer mot statlige reguleringer, noe de begrunner med at rasjonelle individer er i stand til å overskue de negative konsekvensene av deres handlinger, og dermed ta nødvendige forhåndsregler ut fra hensyn til egeninteressen (Pepper, 1993). Den perfekte arenaen for individuelle beslutninger er markedet. Markedet fungerer som et kommunikasjonsforum som koordinerer handlingene til uendelig mange aktører, slik at det optimale resultatet kan oppnås. Satt på spissen kan man si at mens folk på venstresiden betrakter kapitalismen som årsaken til

miljøproblemene, betrakter representanter for høyresiden kapitalismen som løsningen: “*Adam Smith’s ‘hidden hand’ makes another comeback, this time as a means of managing people’s relationship with the natural environment*” (Dickens, 1992: 13). Den ”usynlige hånd” forener egennyttens og fellesnyttens. Det snakkes gjerne i denne sammenheng om “grønt forbruk”. I dette ligger det at forbrukernes etterspørsel etter miljøvennlige produkter vil styre produksjonen i en mer miljøvennlig retning.

Folk på venstresiden er skeptiske til såkalt “grønt forbruk”. De mener at en fokusering på dette fører til at kritikken blir dreid vekk fra den industrielle forsyningsiden over på den individuelle mottakersiden, og at dette innebærer å plassere et for stort ansvar på forbrukerne. De mener heller at ansvaret må plasseres der det hører hjemme - i de store selskapers styrerom. Mens folk på høyresiden mener at kapitalismen vil løse miljøproblemene, mener folk på venstresiden at kapitalismen er hovedårsaken til miljøproblemene. Det er derfor blitt argumentert for at kapitalismen må fjernes for at problemene skal kunne løses (Dickens, 1992). Mens folk på høyresiden vektlegger betydningen av den individuelle beslutningstaker, mener representanter for venstresiden at det må statlige reguleringer til for at problemene skal kunne løses (Pepper, 1993).

2.5.2 Miljøpolitiske virkemidler

Eckhoff (1983) skiller mellom fire typer virkemidler staten kan benytte seg av for å påvirke folks handlemåte: Fysiske, normative, økonomiske og pedagogiske virkemidler. *Fysiske virkemidler* er fysiske anlegg som enten gjør visse handlingsmåter enklere eller vanskeligere. For eksempel vil man kunne øke oppslutningen om kildesortering ved legge forholdene bedre til rette for dette. *Normative virkemidler* er primært forbud og påbud²⁴. Eksempler på dette

²⁴ En annen betegnelse på disse er *juridiske virkemidler*. En vanlig brukt fellesbetegnelse på offentlige forbud og påbud er *direkte regulering*. Forbudet eller påbudet kan rette seg *direkte* mot formålet med reguleringen, som f.eks. forbud mot bruk av ozonreducerende stoffer eller påbud om innlevering av spesialavfall, men kan også gjelde forhold av mer *indirekte* betydning. Eksempler på det siste er påbud om å foreta utslippsmålinger og påbud om å gi myndighetene opplysninger om mulige

er forbud mot forurensning og påbud om gjenvinning av avfall. *Økonomiske virkemidler* er tiltak som påvirker hva folk vurderer som økonomisk fordelaktig å foreta seg²⁵. Dette kan for eksempel dreie seg om skattelegging av miljøskadelige varer og tjenester. *Pedagogiske virkemidler* omfatter informasjon og holdningspåvirkning i regi av det offentlige. Dersom manglende informasjon er årsaken til at aktørene lar være å opptre miljøvennlig, kan informasjon fungere godt som et selvstendig virkemiddel. Dessuten er gjerne informasjon en nødvendig del av annen virkemiddelbruk. Folk må for eksempel få informasjon om nye forskrifter eller avgiftsordninger dersom slike virkemidler skal ha noen effekt.

Det er flytende grenser mellom de ulike virkemiddeltypene. Informasjon er som regel en forutsetning for at normative og økonomiske virkemidler skal kunne fungere. Effekten av informasjon kan bero på om den appellerer til økonomiske egeninteresser. Normers effektivitet avhenger ofte av hvilke økonomiske konsekvenser det kan medføre å overtre dem. Effekten av fysiske virkemidler, som utbygging av infrastrukturer, vil også ofte være betinget av økonomiske forhold. Dessuten er det vanlig med kombinasjoner av ulike virkemidler. For eksempel tjener informasjon til å øke folks kjennskap til normer.

De forskjellige virkemidlene spiller på ulike typer motivasjonsmekanismer. Normative virkemidler appellerer til folks pliktfølelse. Påbuds- og forbudsnormer stiller krav, ved at de sier hva man skal gjøre og hva man ikke skal gjøre. Økonomiske virkemidler stiller derimot ingen krav. Deres motiverende potensiale ligger i at de gjør visse handlemåter mer lønnsomme enn andre. En konsekvens av at økonomiske virkemidler appellerer til lønnsomhetsbetraktninger er at de har differensierte virkninger, de kan graderes, for eksempel på den måten at man betaler etter hvor mye man forurenser. I motsetning til dette følger normative virkemidler en enten/eller-

miljøkonsekvenser av nye kjemikalier. Forbud og påbud kan være enten generelle eller individuelle og kan kombineres med adgang til å gi tillatelser eller fritak (f.eks. er forurensningslovens generelle forurensningsforbud kombinert med at miljømyndighetene kan gi utslippskonsesjon) (NOU 1995: 4).

²⁵ Økonomiske virkemidler omfatter hovedgruppene miljøavgifter, omsettelige utslippskvoter, pantestystemer og tilskudd/subsidier (NOU 1995: 4).

logikk (forbud/tillatelse, påbud/fritak)²⁶. Økonomiske virkemidlers effektivitet avhenger av hvilken grad folk lar seg motivere av lønnsomhetsbetraktninger. Informasjon kan være et effektivt virkemiddel når det er samsvar mellom private (individets) og offentlige (kollektivets) interesser. Informasjonens effektivitet avhenger av hvor troverdig den virker på den som den har til hensikt å påvirke.

Fordi det er myndighetene som har rådighet over de ulike formene for virkemidler, vil spørsmålet om virkemiddelbruk implisitt basere seg på forutsetninger om hvilken rolle staten bør spille i miljøpolitikken. Dette spørsmålet berører prinsipielle spørsmål om hvilken rolle staten bør spille i politikken overhodet. Fordi statens rolle er et viktig spørsmål når det gjelder den tradisjonelle venstre/høyre-aksen i politikken, er det å forvente at folks syn på miljøpolitiske virkemidler vil gjenspeile deres generelle politiske orienteringer.

De virkemidlene vi har tatt for oss impliserer statlige intervensjoner. Som vi har vært inne på er folk på den politiske høyresiden generelt skeptiske til statlig intervensjon. På den andre siden er statlige reguleringer et viktig prinsipp innen sosialistiske/sosialdemokratiske ideologier. Det er dermed å forvente at folk på den politiske venstresiden vil være generelt mer positivt innstilt til ulike former for statlige virkemidler enn folk på høyresiden. For å undersøke dette har vi kjørt noen krysstabeller mellom folks partitilhørighet²⁷ og deres syn på ulike virkemidler.

²⁶ Riktignok kan påbud og forbud være mer eller mindre strenge, tatt i betraktning sanksjonenes styrke og håndhevingens effektivitet, men det har ingen mening å si at noe er "halvt forbudt" eller "tre kvart forbudt".

²⁷ Vi identifiserte respondentens partitilhørighet ved å spørre: "Hvis det hadde vært stortingsvalg førstkommande mandag, hvilket parti ville du ha stemt?".

Tabell 2.13: Oppslutning om påstanden "for å få mer miljøvennlig atferd, må vi forby miljøskadelige varer og tjenester" etter partitilhørighet²⁸, 1997

	Helt/delvis enig	Verken... eller...	Helt/delvis uenig	%	N
Sosialistisk venstreparti	75	14	11	100	64
Arbeiderpartiet	69	16	15	100	244
Senterpartiet	81	13	6	100	47
Kristelig folkeparti	72	12	16	100	173
Venstre	77	13	10	100	69
Høyre	63	14	23	100	123
Fremskrittspartiet	63	13	24	100	86

Vi ser at andelen som slutter opp om et generelt forbud mot miljøskadelige varer og tjenester er minst på høyresiden i partisystemet. Dette er i tråd med at borgerlige ideologier vil ha minst mulig statlig intervensjon i markedet.

Tabell 2.14: Oppslutning om påstanden "for å få mer miljøvennlig atferd må vi legge avgifter på miljøskadelige varer og tjenester" etter partitilhørighet, 1997

	Helt/delvis enig	Verken... eller...	Helt/delvis uenig	%	N
Sosialistisk venstreparti	88	1	11	100	65
Arbeiderpartiet	69	10	21	100	247
Senterpartiet	78	10	12	100	49
Kristelig folkeparti	69	9	22	100	175
Venstre	86	5	9	100	70
Høyre	69	13	18	100	123
Fremskrittspartiet	48	14	38	100	86

De som identifiserer seg med Fremskrittspartiet, og dermed representerer det ytterste høyre her i landet, er de som er klart mest skeptiske til avgiftsbelastning av miljøskadelige varer og tjenester. Dette gjenspeiler Fremskrittspartiets generelle motstand mot skatter og avgifter, som har sitt

²⁸ Vi har klassifisert partiene langs en venstre/høyre-akse som i tabellen leses ovenfra og ned. Den innbyrdes plasseringen av visse partier på skalaen kan selvfølgelig diskuteres, men i hovedtrekk skulle klassifiseringen være forholdsvis ukontroversiell.

opphav i en liberalistisk tradisjon hvor oppfatningen er at markedet bør få lov til å fungere mest mulig fritt.

Tabell 2.15: Oppslutning om påstanden "myndighetene bør gripe inn med store bøter og forbud overfor bedrifter som forurensere" etter partitilhørighet, 1997

	Helt/delvis enig	Verken... eller...	Helt/delvis uenig	%	N
Sosialistisk venstreparti	94	6	0	100	64
Arbeiderpartiet	87	8	5	100	250
Senterpartiet	90	8	2	100	48
Kristelig folkeparti	81	9	10	100	177
Venstre	93	1	6	100	70
Høyre	81	11	8	100	124
Fremskrittspartiet	77	13	10	100	86

Det dreier seg om en kombinasjon av økonomiske og normative virkemidler. Det de har til felles er at de representerer tiltak i regi av staten. Som forventet ser vi at folk som identifiserer seg med Sosialistisk venstreparti ytterst til venstre som er mest positive, og Fremskrittspartiet ytterst til høyre er minst positive til at myndighetene bør sanksjonere bedrifter som forurensere. Dette er i tråd med at venstresiden er for statlig intervensjon i næringslivet, mens høyresiden er imot dette.

Tabell 2.16: Oppslutning om påstanden "industri som forurenses må selv ordne opp i miljøspørsmålet" etter partitilhørighet, 1997

	Helt/delvis enig	Verken... eller...	Helt/delvis eenig	%	N
Sosialistisk venstreparti	92	3	5	100	65
Arbeiderpartiet	87	8	5	100	250
Senterpartiet	94	2	4	100	48
Kristelig folkeparti	86	6	8	100	178
Venstre	90	3	7	100	70
Høyre	88	6	6	100	123
Fremskrittspartiet	84	7	9	100	86

Man kunne ha forventet at folk som identifiserer seg med partiene på høyresiden skulle være mer tilbøyelig til å være enige i denne påstanden enn folk på venstresiden, fordi dette ville innebære å overlate ansvaret til næringslivet. Slik viser det seg imidlertid ikke å være. Det later faktisk til at folk på høyresiden er de mest negative i forhold til samtlige typer tiltak. Dette kan gjenspeile en mer generell holdning blant folk på høyresiden i forhold til miljøproblematikk. Dickens (1992) viser til at folk på høyre- og venstresiden opplever miljøsituasjonen forskjellig, at representanter for høyresiden har hatt en tendens til å nedtone situasjonens alvor. De har blant annet gitt uttrykk for at verken teoriene om drivhuseffekten eller ozonhullproblematikken er godt nok dokumentert til at de kan tas på alvor.

Tabell 2.17: Svar på spørsmålet "hvor alvorlige er etter ditt syn miljøproblemene i verden i dag?" etter partitilhørighet, 1997

	Svært/ganske Alvorlige	Lite/ikke alvorlige	%	N
Sosialistisk venstreparti (SV)	97	3	100	65
Arbeiderpartiet (Ap)	90	10	100	251
Senterpartiet (Sp)	100	0	100	50
Kristelig folkeparti (Krf)	94	6	100	178
Venstre (V)	97	3	100	70
Høyre (H)	88	12	100	123
Fremskrittspartiet (Frp)	82	18	100	83

Våre tall støtter denne oppfatningen. Vi ser at det er de som identifiserer seg med de borgerlige partiene Høyre (konservativt) og Fremskrittspartiet (liberalt) som ser minst alvorlig på miljøproblemene. Det er tilhengere av Senterpartiet som ser mest alvorlig på situasjonen.

Tabell 2.18: Svar på spørsmålet "miljøproblemene er betydelig overdrevet" etter partitilhørighet, 1997

	Helt/delvis enig	Verken... eller...	Helt/delvis uenig	%	N
Sosialistisk venstreparti	2	5	94	100	65
Arbeiderpartiet	31	9	60	100	245
Senterpartiet	24	2	74	100	49
Kristelig folkeparti	27	10	64	100	173
Venstre	19	1	80	100	69
Høyre	33	9	59	100	123
Fremskrittspartiet	44	5	51	100	85

Vi ser at det er folk ytterst på venstresiden (SV) som tar miljøproblemene mest alvorlig og at det er folk ytterst på høyresiden (FrP) som tar miljøproblemene minst alvorlig. Dette er i tråd med Dickens' (1992) påstand om at folk på den politiske høyresiden har en tendens til å nedtone miljøproblemenes alvorlighetsgrad.

2.5.3 Endringer i synet på miljøpolitiske virkemidler

Det finnes som vi har sett ulike oppfatninger om hvordan miljøproblemene bør løses og hvem som har ansvar for at de løses. Vi har allerede sett på hvordan folk med ulik partitilhørighet forholder seg til disse spørsmålene. Her skal vi se nærmere på hvordan de ulike synene fordeler seg i befolkningen som helhet, samt i hvilken grad folks syn på virkemiddelbruk har endret seg de senere årene.

Tabell 2.19: "For å få mer miljøvennlig atferd, må vi forby miljøskadelige varer og tjenester"

	1993 ²⁹	1995	1996 ³⁰	1997
Helt enig	37	38	22	29
Delvis enig	41	39	45	43
Verken...eller...	15	14	26	13
Delvis uenig	5	6	6	10
Helt uenig	1	4	1	5
%	100	100	100	100
N	1379	1015	992	994

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at flesteparten er enige i påstanden om at man må forby miljøskadelige varer og tjenester. Det er visse variasjoner over tid, noe som nok delvis må forklares metodologisk ved at det er benyttet forskjellige svarkategorier de ulike årene. Erfaringen fra andre spørsmål i undersøkelsen er imidlertid at de to nederste kategoriene forblir forholdsvis upåvirket av endringer i midtkategorien. Dersom vi slår sammen de to nederste kategoriene ser vi at det er en viss økning i motstanden mot å forby miljøskadelige varer og tjenester.

²⁹ I undersøkelsen utført i 1993 er svaralternativene "helt enig", "delvis enig", "både...og...", "delvis uenig" og "helt uenig".

³⁰ I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

Tabell 2.20: "For å få mer miljøvennlig atferd må vi legge avgifter på miljøskadelige varer og tjenester"

	1993 ³¹	1995	1996 ³²	1997
Helt enig	31	21	14	32
Delvis enig	36	38	40	39
Verken...eller...	16	14	22	9
Delvis uenig	8	14	16	10
Helt uenig	7	14	8	10
%	100	100	100	100
N	1349	1010	993	1005

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at flesteparten er enige i at man må avgiftsbelaste miljøskadelige varer og tjenester, og at det faktisk er flere som er tilhengere av denne typen virkemidler i 1997 enn i de foregående årene. Det ser dermed ut som om det finner sted en endring i folks syn på virkemidler i form av en dreining vekk fra normative/juridiske virkemidler (forbud og påbud) til økonomiske virkemidler.

³¹ I undersøkelsen utført i 1993 er svaralternativene "helt enig", "delvis enig", "både...og...", "delvis uenig" og "helt uenig".

³² I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

Tabell 2.21: "Myndighetene bør gripe inn med store bøter og forbud overfor bedrifter som forurensner"

	1993 ³³	1995	1996 ³⁴	1997
Helt enig	55	48	31	51
Delvis enig	31	33	46	34
Verken...eller	10	10	17	9
Delvis uenig	3	5	5	5
Helt uenig	1	4	1	1
%	100	100	100	100
N	1377	1010	993	1013

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at et stort flertall er enige i denne påstanden. Som nevnt dreier dette seg om en kombinasjon av normative/juridiske og økonomiske virkemidler. Det er visse endringer i tallene over tid, men det er vanskelig å si noe om hvorvidt dette skyldes reelle endringer eller om det dreier seg om svingninger som er knyttet til endringer i svarkategoriens ordlyd.

³³ I undersøkelsen utført i 1993 er svaralternativene "helt enig", "delvis enig", "både...og...", "delvis uenig" og "helt uenig".

³⁴ I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

Tabell 2.22: "Industri som forurensere må selv ordne opp i miljøspørsmål"

	1993 ³⁵	1995	1996 ³⁶	1997
Helt enig	37	52	34	56
Delvis enig	31	33	40	32
Verken...eller	17	7	20	6
Delvis uenig	8	4	4	4
Helt uenig	6	3	1	2
%	100	100	100	100
N	1335	1010	995	1015

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at et klart flertall er enige i påstanden om at industrien selv må ordne opp i de miljøproblemer den skaper. Hvis vi tar høyde for at noe av endringene over tid kan forklares metodologisk, med henvisning til ulike ordlyd for svarkategoriene, og igjen slår sammen de to nederste kategoriene, som har vist seg å være forholdsvis "immune" mot endringer i ordlyden, ser vi at det er en viss tilbakegang blant dem som uenige i at industrien selv må ordne opp etter seg.

2.5.4 Vitenskapsoptimisme

En annen ideologisk skillelinje går mellom dem som har tiltro versus de som mangler tiltro til at moderne vitenskap og teknologi kan løse miljøproblemene. Troen på at moderne vitenskap og teknologi kan bidra til å løse miljøproblemene kalles gjerne teknosentrisk miljøvern (Pepper, 1986). Det er dette synet vi her omtaler som vitenskapsoptimisme. Ikke alle er like optimistiske på vegne av vitenskapen. Noen beskylder vitenskapen for å ha hovedansvaret for vår tids miljøkrise, i den forstand at de fleste av vår tids miljøproblemer er direkte eller indirekte resultater av teknologisk utvikling.

³⁵ I undersøkelsen utført i 1993 er svaralternativene "helt enig", "delvis enig", "både...og...", "delvis uenig" og "helt uenig".

³⁶ I undersøkelsen utført i 1996 er svaralternativene "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

Vi spurte respondentene om deres generelle innstilling til vitenskapen og fikk følgende svar:

Tabell 2.23: "Alt i alt er moderne vitenskap til mer skade enn gagn"

	1993 ³⁷	1997
Helt enig	3	7
Delvis enig	8	16
Verken...eller...	19	17
Delvis uenig	52	27
Helt uenig	18	33
%	100	100
N	1316	968

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Siden skalaen på ytterpolene er noe forskjellig de to årene, kan det være hensiktsmessig å slå sammen de to ytterverdiene på hver side (Lavik, 1999). Vi ser da at det har funnet sted en økende skepsis til moderne vitenskap fra 1993 til 1997. En slik økning er i tråd med nyere sosiologiske teorier om "risikosamfunnet" (jf. Beck, 1992), som hevder at en omfattende skepsis til moderne vitenskap er i ferd med å bre om seg i dagens samfunn.

³⁷ I undersøkelsen utført i 1993 var svaralternativene "sterkt enig", "enig", "verken enig eller uenig", "uenig" og "sterkt uenig".

Vi gikk så videre til å spørre om hvilken tiltro respondentene har til at vitenskapen kan bidra til å løse miljøproblemene spesielt:

Tabell 2.24: “Moderne vitenskap vil løse våre miljøproblemer uten at det fører til store forandringer i vårt levesett”

	1993 ³⁸	1995	1996 ³⁹	1997
Helt enig	2	6	3	9
Delvis enig	18	21	19	32
Verken...eller...	20	27	33	15
Delvis uenig	47	25	33	25
Helt uenig	13	21	12	19
%	100	100	100	100
N	1227	1015	948	947

“Vet ikke” og ubesvart er utelatt.

Mens det, som det fremgikk av tabellen ovenfor, er stadig flere som er skeptiske til moderne vitenskap generelt, ser vi her at det er stadig flere som er tilhengere av en teknosentrisk tilnærming til miljøproblemene. Dette vitner om en viss inkonsistens, eller ambivalens, i folks syn på vitenskapen.

2.5.6 Vekst-med-vern-ideologien

Nok en ideologisk skillelinje går mellom dem som har tiltro versus de som mangler tiltro til at økonomisk vekst vil løse miljøproblemene. Det syn som baserer seg på at økonomisk vekst vil bidra til å løse miljøproblemene kalles gjerne “vekst-med-vern”. Miljøproblemene betraktes som løsbare problemer innenfor den eksisterende industrielle samfunnsstruktur, der tiltakene går ut på å gjøre det lønnsomt å drive miljøvennlig produksjon. Ifølge “vekst-med-vern”-ideologien er det økonomiske markedssystemet nødvendig og økonomisk vekst avgjørende. Vekstpolitikken må imidlertid ta hensyn til natur- og miljøverninteresser. De økonomiske vekstinteressene fungerer som

³⁸ I undersøkelsen utført i 1993 var svaralternativene “sterkt enig”, “enig”, “verken...eller...”, “uenig” og “sterkt uenig”.

³⁹ I undersøkelsen utført i 1996 var svaralternativene “helt enig”, “enig”, “både...og...”, “uenig” og “helt uenig”.

genererende premisser og natur- og miljøverninteressene som kontrollerende premisser (Jansen, 1989).

Tabell 2.25: "For å kunne beskytte miljøet trenger Norge økonomisk vekst"

	1993 ⁴⁰	1995	1996 ⁴¹	1997
Helt enig	6	21	8	17
Delvis enig	38	26	24	27
Verken...eller...	19	24	27	13
Delvis uenig	29	16	29	20
Helt uenig	5	13	12	23
%	100	100	100	100
N	1302	1001	964	961

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at det er stadig færre som er enige i at det er nødvendig med økonomisk vekst for å beskytte miljøet. Dette gjenspeiler muligens at folk har sett begrensningene ved denne ideologien, eller at det gjenspeiler en generell dreining bort i fra samfunnets vekstorientering (se f. eks. Habermas 1981, 1987).

⁴⁰ I undersøkelsen fra 1993 var svaralternativene "sterkt enig", "enig", "verken...eller...", "uenig" og "sterkt uenig".

⁴¹ I undersøkelsen fra 1996 var svaralternativene "helt enig", "enig", "både...og...", "uenig" og "helt uenig".

Tabell 2.26: "Økonomisk vekst skader alltid miljøet"

	1993 ⁴²	1997
Helt enig	3	10
Delvis enig	15	25
Verken...eller...	23	15
Delvis uenig	51	28
Helt uenig	8	22
%	100	100
N	1290	975

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at det er en betraktelig større andel som er enige i at økonomisk vekst skader miljøet i 1997 enn i 1993. Dette kan bidra til å forklare at folk blir stadig mer skeptiske til vekst-med-vern-ideologien. Vi ser på den annen side at det er flere som er *helt uenige* i at økonomisk vekst skader miljøet. Dette kan bety at det har funnet sted en sterkere polarisering i befolkningen med hensyn til synet på vekst-med-vern-ideologien.

2.6 Oppsummering

Vi har i dette kapittelet sett nærmere på den miljøpolitiske kulturen og hvorvidt den har endret seg de senere årene. Vi har sett at folks oppfatninger angående miljøproblemenes alvorlighetsgrad har endret seg noe. De aller fleste opplever miljøproblemenes som alvorlige. Det er imidlertid færre som er av den oppfatning at miljøproblemenes er svært alvorlige i 1997 enn hva tilfellet var i 1989. På den annen side er det flere som synes at miljøproblemenes er ganske alvorlige. Dette tyder på at færre mener at miljøproblemenes utgjør en overhengende fare, men at det likevel fremdeles er mange som tar dem alvorlig.

Når det gjelder oppfatninger om miljøsammenhenger viser det seg at flertallet, i tråd med teorien om drivhuseffekten, er av den oppfatning at forbrenning av

⁴² I undersøkelsen utført i 1993 var svaralternativene "sterkt enig", "enig", "verken...eller...", "uenig" og "sterkt uenig".

fossile brensler bidrar til denne. Andelen som mener dette har økt fra 1993 til 1997. Mens det er flere som er bevisste sammenhengen mellom bruk av fossile brensler og drivhuseffekten, er det imidlertid færre som kobler bruk av KFK-gasser til nedbrytning av ozonlaget.

Det kan se ut som om vi har fått mer miljøbevisste verdier og holdninger de senere årene. Stadig flere synes å prioritere miljøvern fremfor materialistiske verdier, og vi har blitt mer villige til å godta en reduksjon i vår levestandard for å beskytte miljøet. Flesteparten oppfatter seg selv som miljøbevisste forbrukere, og det store flertallet av respondentene mener at den enkelte forbruker har noe å bidra med i miljø sammenheng.

Det har også funnet sted endringer i synet vårt på miljøpolitiske virkemidler. Mens andelen som er positive til økonomiske virkemidler i miljøpolitikken har økt, har andelen av dem som er positive til forbud av miljøskadelige varer og tjenester minket. Det ser dermed ut som om det finner sted en endring i vårt syn på virkemidler, i form av en dreining vekk fra normative/juridiske virkemidler (forbud og påbud) til økonomiske virkemidler. Det er også en større andel som mener at forurensende industri må rydde opp etter seg selv.

Vi fant at folk som identifiserer seg med partier på høyresiden i det politiske landskapet generelt er mer negative til miljøpolitiske virkemidler (som forbud mot miljøskadelige varer og tjenester, avgiftsbelastning av miljøskadelige varer og tjenester, og sanksjoner mot bedrifter som forurenser). Våre tall indikerer dessuten at folk på høyre- og venstresiden opplever miljøsituasjonen noe ulikt, at representanter for høyresiden har en tendens til å se mindre alvorlig på situasjonen enn folk på venstresiden og i sentrum.

Vårt syn på vitenskapens rolle i miljø sammenheng har også endret seg. Det har funnet sted en økning blant dem som mener at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene uten at det fører til store endringer i vårt levesett. Parallelt med dette har det funnet sted en reduksjon blant dem som mener at vi trenger økonomisk vekst her i landet for å beskytte miljøet. På den annen side at det er flere som er *helt uenige* i at økonomisk vekst skader miljøet. Dette kan bety at det har funnet sted en sterkere polarisering i befolkningen med hensyn til synet på økonomisk vekst.

3 Miljøengasjement i endring?

Som vi var inne på i innledningen gikk nordmenns miljøengasjement inn i en stagnasjonsfase på begynnelsen av 1990-tallet. Vi kunne imidlertid se i forrige kapittel at den miljøpolitiske kulturen har dreiet seg i en noe mer miljøbevisst retning. Gir dette utslag handlinger? Har vi blitt mer miljøengasjerte de senere årene?

Vi har definert miljøengasjement som miljøbevisst handling (dvs. handling der aktøren lar betraktninger om handlingens konsekvenser for miljøet gi utslag i hvordan han eller hun handler). Som nevnt fokuserer vi på to hovedformer for miljøengasjement, nemlig *miljøbevisst forbruk* og *miljøpolitisk aktivisme*. Vi skal her se nærmere på omfanget av nordmenns miljøengasjement på disse områdene, og på hvordan deres oppslutning omkring de ulike handlingstypene har endret seg de siste årene.

3.1 Miljøbevisst forbruk

Alle miljøproblemer er til syvende og sist, enten direkte eller indirekte, en konsekvens av vårt forbruksmønster. *Direkte* ved at selve konsument forurenses: Vi forurenses når vi kjører bil, reiser med fly, bruker spraybokser med KFK-gasser etc. *Indirekte* ved at produksjonen eller avhendingen av forbruksvarene forurenses. Våre hverdagshandlinger har hver for seg ikke merkbare konsekvenser for miljøet, men når man ser på de aggregerte konsekvensene av alle handlingene innser man at mye av ansvaret hviler på forbrukerne. Forbruk er årsaken til problemene, men det kan dermed også være en viktig del av løsningen, ved at det endres i mer miljøvennlig retning.

Forbruk kan betegnes som en prosess, som starter med at man anskaffer seg et produkt, bruker det, og avhender det. Vi kan la vårt miljøengasjement komme til uttrykk på ulike måter i de forskjellige fasene i denne prosessen. I *anskaffelsesfasen* kan vi la vårt miljøengasjement komme til uttrykk gjennom hvilke varer vi velger eller lar være å velge. Noen varer er mer miljøvennlige enn andre. Det er innført merkeordninger som gjør oss i stand til å se hvilke varer

som tilfredsstillende ulike miljøkrav. I markedet er det vi som forbrukere som bestemmer hvilke produkter som overlever. Ved å velge miljøvennlige varer fremfor andre, kan vi påvirke markedet i en mer miljøvennlig retning. Produsenter som ikke kan konkurrere på miljøvennlighet vil tape på dette. De har dermed et incentiv til å produsere miljøvennlige varer.

Ikke bare kan vi opptre miljøengasjert når vi velger produkter, men også etter at produktene er anskaffet, i *bruksfasen*, under selve konsumet av produktet. Det å la bilen stå av hensyn til miljøet er et eksempel på dette. Endelig kan vi la vårt miljøengasjement komme til uttrykk i *avhendingsfasen*. De fleste forbruksgjenstander skal før eller siden avhendes. Vi kan handle miljøbevisst i avhendingsfasen ved å kildesortere avfallet med tanke på resirkulering. Ved å kildesortere unngår vi avfallsproduksjon, samtidig som vi utnytter naturressursene på en bedre måte.

Vi har vært inne på at mange av våre handlinger på et eller annet vis har konsekvenser for miljøet, og at disse konsekvensene kan beskrives som positive eller negative for miljøet. Vi har gitt slike handlinger betegnelsen *miljørelevante*. Miljørelevante handlinger er interessante fordi de har konsekvenser for miljøet. I denne rapporten fokuserer vi på fire hovedformer for miljørelevant forbruk:

- søk etter miljøinformasjon ved innkjøp
- kjøp av økologisk produsert mat
- valg av transportmiddel
- kildesortering

3.1.1 Miljørettet handling i dagligvarebutikken

Som nevnt kan forbruk beskrives som en prosess. Den første fasen i denne prosessen kan beskrives som *anskaffelsesfasen*. Vi kan som forbrukere la vårt miljøengasjement komme til uttrykk i denne fasen ved at vi er miljøbevisste i våre valg av varer i dagligvarebutikken. Noen varer er mer miljøvennlige enn andre. Det eksisterer merkeordninger som gjør oss i stand til å se hvilke varer som tilfredsstillende ulike miljøkrav. En sekundæreffekt av at vi velger miljømerkede varer, er at vi sender signaler til produsentene om at vi som forbrukere er opptatt av miljøet. Dette fungerer som et incentiv for

produsentene til å fremstille miljøvennlige produkter og bidrar således til å styre markedet i en mer miljøvennlig retning.

Tillit til miljømerking

En forutsetning for at vi som forbrukere skal kunne opptre miljøbevisst i våre innkjøpshandlinger, er at vi har kjennskap til hvorvidt varene i hyllene er miljøvennlige. Den viktigste informasjonskilden angående produktenes miljøegenskaper, er den miljømerkingen som forekommer på produktenes emballasje. Miljømerking er en type godkjenningstempel som tildeles ferdigvarer som anses for å ha færre miljømessige skadevirkninger enn funksjonelt- og konkurransemessig likeverdige produkter (West, 1995). Undersøkelser har vist at 63 prosent av et utvalg produkter i norske butikker inneholder miljørelevant informasjon (Enger, 1998).

Det finnes mange ulike typer miljømerker, med ulik grad av seriøsitet. Disse spenner fra det offisielle godkjente Svane-merket til produsentenes egne "miljømerker". Det er svært ulike kriterier som ligger til grunn for bruken av forskjellige miljømerker. Når det gjelder produsentenes egne merker, er det ofte ingen andre enn produsenten selv som står som garantist for produktets miljøvennlighet, eller at det er mindre miljøskadelig. Det sier seg selv at om produsenten selv merker sine varer, blir ikke kontrollen den samme som hvis det er eksterne institusjoner som står for merkingen. Produsentenes egne miljømerking kan for den saks skyld være "salgstriks" for å nå miljøbevisste forbrukersegmenter⁴³.

⁴³ West (1995) hevder at "miljømerkingens frivillige karakter har ført til at de ulike systemene for miljømerking, fra å være en oppfordring til industrien om å strebe etter stadig bedre miljøstandarder, har degenerert til et middel som industrien benytter til å fastsette de standarder den finner mest hensiktsmessig".

Tabell 3.1: "I hvilken grad stoler du på at varen er miljøvennlig når produsentene garanterer for det?"

	1993	1995	1996	1997 ⁴⁴
Stoler helt	14	20	17	12
Stoler noe	39	37	40	37
Ser ikke etter	8	12	15	37
Litt skeptisk	34	25	23	11
Meget skeptisk	5	6	5	3
%	100	100	100	100
N	1402	971	996	1002

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at flesteparten av respondentene stoler på produsentenes miljømerker. Tilliten til produsentenes miljømerker øker litt fra 1993 til 1996 for så å minke i 1997. Vi må imidlertid ta i betraktning at det opereres med andre svarkategorier i 1997 og at midtkategorien dette året er "både...og...". Som vi tidligere har vært inne på har denne svarkategorien en tendens til å "stjele" respondenter fra den positive siden av verdiskalaen.

Vi har også spurt folk om i hvilken grad de har tillit til offentlig miljømerking. Myndighetene har ikke de samme kommersielle interessene når det gjelder miljømerking som produsentene. Fra deres side er miljømerkingen primært et miljøpolitisk virkemiddel. Man kunne dermed forvente at folk skulle ha enda større tillit offentlig miljømerking enn til produsentenes egne miljømerker.

⁴⁴ I undersøkelsen utført i 1997 er svaralternativene "I meget stor grad", "I stor grad", "Både...og...", "I liten grad" og "I meget liten grad".

Tabell 3.2: "I hvilken grad stoler du på at varen er miljøvennlig hvis det offentlige garanterer for det?"

	1993	1995	1996	1997 ⁴⁵
Stoler helt	38	35	30	26
Stoler noe	43	37	40	47
Ser ikke etter	7	9	14	20
Litt skeptisk	11	16	14	6
Meget skeptisk	1	3	2	1
%	100	100	100	100
N	1398	974	997	1002

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Som forventet ser vi at respondentene har større tillit til offentlig miljømerking enn til produsentenes egne miljømerker. Det ser imidlertid ut til å være en viss nedgang i denne formen for tillit.

Offentlig godkjent miljømerking: Svane-merket

Forbrukerne gir altså uttrykk for at de har større tillit til offentlig miljømerking enn til produsentenes egne miljømerker, men vet de egentlig hva som er den offentlig godkjente miljømerkingen her i landet?

Det offentlig godkjente miljømerket i Norge er Svane-merket. Svane-merkingen er en del av en felles, offisiell miljømerking i Norden. Det er stiftelsen Miljømerking⁴⁶ som tar seg av merkeordningen i Norge. Kriteriene en vare må oppfylle for å kunne benytte seg av Svane-merket tar utgangspunkt i en vurdering av hele produktets livssyklus. Forslag til kriterier for den enkelte produktgruppe utarbeides i nordisk samarbeid. I arbeidsgruppene sitter det eksperter, blant annet fra miljømyndigheter og miljøorganisasjoner, forskningsinstitusjoner og industri. Bedrifter kan søke om å få benytte seg av

⁴⁵ I undersøkelsen utført i 1997 er svaralternativene "I meget stor grad", "I stor grad", "Både...og...", "I liten grad" og "I meget liten grad".

⁴⁶ Stiftelsen ledes av et styre som består av representanter fra Barne- og familiedepartementet, Miljøverndepartementet, Statens forurensningstilsyn (SFT), Utenriksdepartementet, Næringslivets Hovedorganisasjon (NHO), Handelens og Servicenæringens Hovedorganisasjon, Landsorganisasjonen (LO) og Forbrukerrådet.

merket og Stiftelsen Miljømerking kontrollerer gjennom dokumentasjonskrav, tester og fabrikkbesøk om produktene oppfyller kravene.

Tabell 3.3: "Kjenner du hvilket av følgende som er det norske, offentlig godkjente miljømerket?"

	1992	1994	1995	1997
Panda	24	5	4	4
Smilende sol	5	3	1	1
Grantre	31	6	2	3
Svane	12	66	78	80
Vet ikke/ubesvart	28	20	15	12
%	100	100	100	100
N	1025	1016	1010	1022

Vi ser at det er stadig flere som vet at det er Svane-merket som er det offentlig godkjente miljømerket her i landet. I 1997 var det hele 80 prosent som visste at Svane-merket er det offentlig godkjente miljømerket. Dette tyder på at Svane-merket har befestet sin posisjon i forbrukernes bevissthet.

Vi har sett at folk har større tillit til miljømerking som myndighetene garanterer for enn produsentenes egne miljømerker. Sammenholdt med at Svanen er allment kjent blant forbrukerne skulle dette tilsi at folk har stor tillit til Svane-merket:

Tabell 3.4: "I hvilken grad stoler du på at varen er miljøvennlig når varen er merket med det offentlig godkjente miljømerket 'den hvite svanen'?"

	1995	1996	1997 ⁴⁷
Stoler helt	46	40	38
Stoler noe	35	34	45
Ser ikke etter	8	15	14
Litt skeptisk	9	10	2
Meget skeptisk	2	1	1
%	100	100	100
N	971	976	1000

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Som forventet har folk stor tillit til Svane-merket. I 1997 er det hele 83 prosent som i meget stor eller stor grad har tillit til at varer merket med Svanen faktisk er miljøvennlige.

Søk etter miljøinformasjon

En forutsetning for at miljømerkingen skal oppfylle sin hensikt er at folk legger merke til den, og at de følger de anvisninger den gir. Vi har spurt forbrukerne om i hvilken grad de faktisk forholder seg til miljøinformasjon på produktene når de handler.

Tabell 3.5: "Når du handler dagligvarer, ser du alltid konkret etter om produktene inneholder informasjon om miljø?"

	1995	1996	1997
Aldri	28	46	30
Sjelden	32	20	28
Av og til	26	22	25
Ofte	12	8	13
Alltid	2	3	4
%	100	100	100
N	1000	985	1009

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

⁴⁷ I undersøkelsen utført i 1997 er svaralternativene "I meget stor grad", "I stor grad", "Både...og...", "I liten grad" og "I meget liten grad".

Vi ser at de færreste regelmessig ser etter miljøinformasjon når de handler varer i dagligvarebutikken. Det har imidlertid funnet sted en liten økning blant de som ser etter slik informasjon, selv om det overveiende flertall fremdeles ikke gjør det.

Kjøp av økologiske produkter

En annen situasjon vi som forbrukere kan opptre miljøbevisst, er i dagligvarebutikken når vi velger matvarer. Vi har i dag to hovedformer for produksjon av matvarer, konvensjonelt og økologisk landbruk. Konvensjonelt landbruk er, per definisjon, den landbruksformen som er mest utbredt. Dette er kjennetegnet ved bruk av intensive jordbruksmetoder, hvor man blant annet benytter kunstgjødsel og syntetisk fremstilte sprøytemidler mot skadedyr og ugress. Det økologiske landbruket har oppstått delvis som en reaksjon mot det konvensjonelle landbruket, og defineres følgelig gjerne i kontrast til dette. Innen det økologiske landbruket er det for eksempel ikke tillatt å benytte kunstgjødsel eller syntetisk fremstilte sprøytemidler. Betegnelsen økologisk landbruk er rettslig beskyttet i "Forskrift om produksjon og merking av økologiske landbruksvarer". Det er utarbeidet retningslinjer for økologisk matvaremerking. Det er ikke tillatt å markedsføre landbruksprodukter som økologiske hvis de ikke er produsert og kontrollert i henhold til denne forskriften.

Vi har dermed i prinsippet to hovedgrupper av matvarer, de som er økologisk merkegodkjent og de som ikke er det. Ut fra logikken om at produksjonen styres av etterspørselen, kan vi si at forbrukerens valg mellom konvensjonelt eller økologisk produserte matvarer også, indirekte, er et valg av landbruksform (selv om dette selvfølgelig ikke er et valg man fatter alene).

Kjøp av økologisk produsert mat som miljøvennlig handling

Statens forurensningstilsyn konkluderer i sin rapport "Miljøeffekter av økologisk jordbruk" med at: "Økologisk jordbruk er et miljøvennlig alternativ til dagens konvensjonelle jordbruk" (SFT, 1990: 158). Selve grunntanken bak det økologiske landbruket er at det skal drives "i pakt med naturen". Det tas langt flere forholdsregler med tanke på å ta vare på miljøet innen det økologiske landbruket enn hva tilfellet er innen det konvensjonelle. Dette bidrar til at det økologiske landbruket er mer miljøvennlig enn det

konvensjonelle. Sammenliknet med konvensjonelt landbruk medfører økologisk landbruk blant annet mindre jorderosjon, mindre utslipp av næringsstoffer i vassdrag og sjøområder, mindre utslipp av kjemikalier og tungmetaller, mindre energibruk, større artsrikdom og et mer variert kulturlandskap (SFT, 1990).

Ved å kjøpe økologisk produsert mat støtter man opp under det økologiske landbruket, og bidrar således indirekte til å redusere belastningene på miljøet. Kjøp av økologisk produsert mat kan dermed beskrives som en miljøvennlig handling⁴⁸.

Økologisk matvaremerking: Debio

Som nevnt er betegnelsene ”økologisk landbruk” og ”økologisk produsert” rettslig beskyttet. Det er utarbeidet retningslinjer for økologisk matvaremerking. Statens landbrukstilsyn er kontrollmyndighet for økologisk landbruk, og har utpekt Debio til utøvende kontrollinstans. Debios regler utarbeides i overensstemmelse med internasjonale normer (*Internationale Demeter-Richtlinien* og *IFOAM Basic Standards*) og innenfor de rammene norsk lov setter om økologisk landbruk.

Vi har sett at forbrukerne har forholdsvis god kjennskap til det offentlig godkjente miljømerket (Svane-merket). Hvordan står det så til med deres kjennskap til økologisk merking?

⁴⁸ Det er dermed ikke sagt at det å kjøpe økologisk produsert mat alltid er miljøbevisst handling. Vi har definert miljøbevisst handling som handling der aktøren lar betraktninger om handlingens konsekvenser for miljøet gi utslag i hvordan han eller hun handler. Dette forutsetter med andre ord at det er miljøhensyn som motiverer forbrukerne til å velge økologisk produsert fremfor konvensjonelt produsert mat, hvilket ikke nødvendigvis er tilfelle.

Tabell 3.6: "Kjenner du til hvilket av følgende som er det norske, offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon?", 1997

Godt norsk	25
Debios Ø-merke	14
Svane	8
Mariehøne	6
Ubesvart/vet ikke	47
%	100
N	1022

Vi ser at det faktisk ikke er mer enn 14 prosent som vet at Debio er det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon, og at hele 47 prosent ikke engang har noen forestilling om hva som er det rette svaret. I en undersøkelse som ble utført så langt tilbake som i 1990 viste det seg at hele 93 prosent av respondentene hadde hørt om begrepet økologiske matvarer, og at det av disse igjen var 63 prosent som kunne gi en tilfredsstillende definisjon av begrepet (Løyland et al., 1993). Mot en slik bakgrunn er det noe overraskende at ikke flere vet hva som er det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon i 1997. Dette kan sannsynligvis forklares med at Debio-merkingen først har tiltatt de senere årene.

Som vi allerede har vært inne på, er det grunn til å anta at det er en sammenheng mellom den tillit folk har til en merkeordning og den grad de tar den i betraktning når de kjøper varer. Vi har i denne sammenheng spurt respondentene om hvilken tillit de har til Debio-merkingen:

Tabell 3.7: "I hvilken grad stoler du på at varen er økologisk produsert når den er merket med Debios Ø-merke?"⁴⁹, 1997

I meget stor grad	41
I stor grad	44
Både...og...	10
I liten grad	5
I meget liten grad	0
%	100
N	142

Som vi ser har til sammen 85 prosent av respondentene meget stor eller stor tillit til at varer med Debios Ø-merke faktisk er økologisk produserte. Dette er et paradoks, tatt i betraktning at ikke mer enn 14 prosent av respondentene visste at det var Debios Ø-merke som er det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon. Sannsynligvis skyldes dette at folk generelt har stor tillit til merkeordninger.

Kjøp av økologisk produserte matvarer

Som vi har sett er økologisk landbruk mer miljøvennlig enn konvensjonelt landbruk og at det å velge økologisk produsert fremfor konvensjonelt produsert mat dermed kan beskrives som miljøvennlige handlinger. Ved å kjøpe økologisk produsert mat støtter man opp under det økologiske landbruket, og bidrar således indirekte til å redusere belastningene på miljøet.

⁴⁹ Spørsmålet ble kun stilt de som visste at Debio var det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon i Norge.

Tabell 3.8: "Hvor stor sannsynlighet er det for at du ville kjøpe økologisk produsert melk dersom dette var tilgjengelig i dagligvarebutikken?"

	1996	1997
Svært sannsynlig	18	25
Noe sannsynlig	22	21
Både...og...	13	16
Lite sannsynlig	26	20
Svært lite sannsynlig	13	11
Uaktuelt/vet ikke/ubesvart	8	7
%	100	100
N	1004	1022

Vi ser at det er en liten økning blant dem som oppgir at det er sannsynlig at de vil kjøpe økologisk produsert melk hvis det er tilgjengelig i dagligvarebutikken.

Tabell 3.9: "Hvor stor sannsynlighet er det for at du ville kjøpe økologisk produserte gulrøtter dersom dette var tilgjengelig i dagligvarebutikken?", 1997

Svært sannsynlig	39
Noe sannsynlig	23
Både...og...	15
Lite sannsynlig	12
Svært lite sannsynlig	7
Vet ikke/ubesvart	4
%	100
N	1022

Vi ser at folks tilbøyelighet til å kjøpe økologiske produkter varierer mellom de ulike produktkategoriene, at det er flere som oppgir at de ville ha kjøpt økologisk produserte gulrøtter enn hva tilfellet var for økologisk produsert melk.

Betalingsvillighet for økologisk produserte matvarer

Økologisk produserte matvarer er som regel dyrere enn konvensjonelt produserte matvarer. Tidligere undersøkelser har imidlertid vist at folk er villige til å betale mer for økologiske matvarer. Løyland et al. (1993) fant at

norske husholdninger i gjennomsnitt var villige til å betale 306 kroner ekstra per måned for økologisk dyrket mat. Dette tilsvarer 3672 kroner per år, hvilket tilsvarer en prisøkning på ca. 14 prosent. Folks betalingsvillighet avhenger imidlertid av hvilke produktkategorier det dreier seg om. Strøm (1995) fant blant annet at folk var mer villige til å betale ekstra pris for økologisk produserte gulrøtter enn for økologisk produsert melk. Han fant også, ikke uventet, at folks tilbøyelighet til å velge økologiske alternativer minker i takt med økning i prisdifferansen mellom disse og ikke-økologiske alternativer.

Tabell 3.10: "Hvis du kunne velge mellom økologisk produsert melk og vanlig melk, og prisen på vanlig melk var kr. 8.50, hva ville du da velge hvis prisen for økologisk produsert melk var kr. 2.50 dyrere?"⁵⁰

	1996	1997 ⁵¹
Økologisk melk	52	52
Vanlig melk	27	35
Ville ikke betale ekstra	13	4
Vet ikke/ubesvart	7	9
%	100	100
N	544	631

Vi ser at betalingsvilligheten for økologisk produsert melk fra 1996 til 1997 er uendret. Det er imidlertid 9 prosentpoeng færre som oppgir at de *ikke* ville betale ekstra for økologisk produsert melk. Betalingsvilligheten kan dermed sies å ha blitt noe redusert.

⁵⁰ Spørsmålet ble kun stilt de som svarte "svært sannsynlig", "noe sannsynlig" eller "både...og..." på spørsmålet om hvor stor sannsynlighet det ville være for at de ville kjøpe økologisk produsert melk dersom dette var tilgjengelig i butikken.

⁵¹ Spørsmålsformulering: Hvis du kunne velge mellom vanlig melk til kr 8.50 og økologisk produsert melk til kr 11, hva ville du foretrekke?

Tabell 3.11: "Hvis du kunne velge mellom vanlige gulrøtter til kr. 8.50 og økologisk produserte gulrøtter som var 30 prosent dyrere, hva ville du foretrekke?"⁵² 1997

Økologisk produserte gulrøtter	55
Vanlige gulrøtter	30
Ville ikke betale ekstra	6
Ubesvart/vet ikke	9
%	100
N	779

Vi ser at det er en noe større andel som er villige til å betale ekstra for økologiske gulrøtter enn for økologisk melk. Dette er i tråd med tidligere undersøkelser (Strøm, 1995).

Motiver for kjøp av økologisk produserte matvarer

Det kan ligge ulike typer motiver til grunn for forbrukernes valg av økologiske produkter. Kjøp og bruk av økologiske produkter behøver, som vi har vært inne på, ikke nødvendigvis å være motivert ut fra miljøhensyn. I en undersøkelse utført i den vestlige delen av Tyskland var helsemessige hensyn den viktigste grunnen folk anførte for at kjøpte økologisk mat (Böckenhoff og Hamm i Grunert og Kristensen, 1990). I en annen undersøkelse utført i Vest-Tyskland viste det seg at det, i tillegg til helsemessige grunner, var støtte til naturvern og organisk jordbruksproduksjon, bedre næringsverdier og høyere smaks kvalitet som var de viktigste motivene bak folks kjøp av økologiske matvarer (Brombacher og Hamm i Grunert og Kristensen, 1990). En tredje undersøkelse utført i Vest-Tyskland avdekket at produktene smaks kvalitet og konsumentenes følelse av nostalgi og positive holdninger til en natur-orientert livsstil, var avgjørende for valg av økologiske matvarer (Langerbein og Wirthgren i Grunert og Kristensen, 1990).

Strøm (1995) spurte norske forbrukere om hvilke grunner de anså som viktigst dersom de skulle kjøpe økologiske matvarer. Det svaret flest oppgav var hensynet til miljøvennlig produksjon, tett påfulgt av hensynet til egen helse. Det er imidlertid vanskelig å opprettholde et absolutt skille mellom

⁵² Spørsmålet ble kun stilt de som svarte "svært sannsynlig", "noe sannsynlig" eller "både...og..." på spørsmålet om hvor stor sannsynlighet det ville være for at de ville kjøpe økologisk produserte gulrøtter dersom dette var tilgjengelig i butikken.

helseargumenter og miljøargumenter, fordi miljøkonsekvenser også får konsekvenser for helse på lengre sikt. Et motiv som kan spille inn er hensynet til husdyrenes velferd. Bjørkum et al. (1997) viser til at kjøp av økologisk produsert kjøtt kan være et uttrykk for en implisitt kritikk av moderne husdyrhold. Strøm (1995) fant imidlertid i sin undersøkelse at det kun var 1 prosent av respondentene som mente at en mer dyrevennlig produksjon var viktig for hvorvidt de ville velge økologisk produserte matvarer.

Løyland et al. (1993) argumenterer for at det primært er privatgodemotiver som ligger til grunn for at folk av helsemessige grunner kjøper økologisk produserte matvarer. Når folk kjøper økologisk produserte matvarer av miljøhensyn, er det derimot på basis av fellesgodemotiver. Mens fysisk helse er et privat gode, er miljøet et fellesgode. Løyland et al. fant at mens andelen av folks betalingsvillighet i forhold til økologisk produserte matvarer som var privatgodemotivert var på 30 prosent, utgjorde den kollektivgodemotiverte andelen 70 prosent. Av disse igjen utgjorde miljøhensyn 30 prosent og 40 prosent fellesgoder knyttet til landbruksnæringen (endringer i den generelle helsetilstanden i Norge, bedre forhold for husdyr, større variasjon i kulturlandskap og bedre matvaresikkerhet). Det å kjøpe økologisk produserte matvarer blir dermed primært en handling man gjør med tanke på fellesskapet, ikke på grunnlag av egoistiske motiver.

Tabell 3.12: "I den grad du velger økologisk produserte matvarer fremfor andre alternativer, hva er da den viktigste grunnen?", 1997

Miljøhensyn	23
Helsemessige grunner	48
Hensyn til husdyrene	2
Hensyn til verdens matvareressurser	1
Økologiske produkter bedre kvalitet ⁵³	16
Annet	10
%	100
N	815

Som det fremgår av tabellen er det hensyn til helse som er den viktigste grunnen til at folk velger økologisk produserte matvarer, med miljøhensyn på

⁵³ For eksempel bedre smak.

andreplass. Den tredje viktigste grunnen til at folk velger økologisk produserte matvarer, er at de mener at de er av bedre kvalitet. I henhold til poenget til Løyland et al., om at helsemessige grunner representerer egoistiske motiver og miljøhensyn en fellesskapsorientering, tyder resultatene her på, i motsetning til hva Løyland et al. fant i sin undersøkelse, at det primært er egoistiske hensyn som ligger til grunn for folks valg av økologiske matvarer. Dette underbygges ved at hensyn til husdyrenes velferd og verdens matvareressurser ser ut til å spille en svært liten rolle i folks valg av økologiske matvarer.

Økologiske produkter velges altså ikke først og fremst fordi de er miljøvennlige, selv om dette også er en viktig grunn. Vi bør derfor være litt forsiktig med å trekke slutninger om at folk som kjøper økologiske produkter handler miljøbevisst eller er miljøengasjerte. Det må imidlertid bemerkes at respondenten kun har hatt anledning til å angi den viktigste grunnen til at han eller hun kjøper økologiske produkter. Ofte er det flere motiver som ligger til grunn for en gitt handling. Dette betyr at selv om folk oppgir at de først og fremst gjør det av helsemessige grunner så kan andre hensyn, som miljøengasjement, spille inn samtidig.

3.1.2 Valg av transportmiddel

Et annet område vi som forbrukere kan la vårt miljøengasjement komme til uttrykk i hverdagen på, er ved valg av transportmiddel. Transportaktiviteter utgjør en stor og stadig økende andel av miljøbelastningene. Samferdselsektoren er den største kilden til lokale luftforurensninger og støy i Norge (Statens forurensningstilsyn, 1996). I tillegg tilsier teorien om drivhuseffekten at all forbrenning av fossile brensler bidrar til den totale oppvarmingen av atmosfæren, som igjen vil få en rekke negative miljøkonsekvenser. Valg av transportmiddel kan derfor i høyeste grad sies å være en miljørelevant handling.

Ulike transportmidler innebærer ulik miljøbelastning. I gjennomsnitt slipper personer som kjører alene i bil ut 2,02 kilo CO₂ per mil. Fyller man bilen opp med fire personer er det gjennomsnittlige utslippet per person redusert til 0,5 kilo. Til sammenlikning er gjennomsnittslippet per person i en ekspressbuss med 65 prosent belegg 0,48 kilo (noe som vil synke betraktelig etter hvert som

bussen fylles opp). Forutsatt at strømmen kommer fra vannkraft, og ikke fra oljefyrte kraftverk, er CO₂-utslippene ved togreiser lik null (Aftenposten, 15 oktober 1996).

Bevissthet om sammenhengen mellom bilbruk og luftforurensning

Sammenhengen mellom transportmiddelbruk og miljøproblemer gjenspeiler seg i folks bevissthet. I en undersøkelse utført i regi av Transportøkonomisk institutt svarte en tredjedel av respondentene at veitrafikken utgjør det største miljøproblemet i Norge i dag (Hjorthol og Berge, 1997).

Tabell 3.13: "Biler er egentlig ikke noen årsak til luftforurensning i Norge"

	1993	1997
Helt sikkert sant	9	12
Antakelig sant	21	22
Antakelig ikke sant	29	22
Helt sikkert ikke sant	41	44
%	100	100
N	1326	1004

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Våre tall viser at folk ser sammenhengen mellom bilbruk og forurensning. Vi vil komme tilbake til i hvilken grad dette gir utslag i valg av transportmiddel.

Valg av transportmidler i hverdagen

Forurensningen fra transportsektoren består av det aggregerte utslippet fra alle reiser. Fordi det er hverdagsreisene som utgjør mesteparten av transportaktivitetene, er det folks valg av transportmidler i hverdagen som har de største miljøkonsekvensene. Dette dreier seg om reiser til og fra jobb, skole, butikk etc.

Tabell 3.14: "Hvilket hovedframkomstmiddel bruker du vanligvis til/fra arbeid?"⁵⁴

	1995	1997
Bil	61	64
Sitter på med noen	3	1
Motorsykkkel, scooter, moped etc.	1	1
Kollektivtransport	18	14
Sykkkel	9	7
Går	16	12
%		100
N	691	770

"Annet", "vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Tabell 3.15: "Hvilket hovedframkomstmiddel bruker du til dagligvarebutikken?"⁵⁵

	1995	1997
Bil	53	69
Sitter på med noen	5	1
Motorsykkkel, scooter, moped etc.	1	0
Kollektivtransport	6	2
Sykkkel	9	4
Går	37	24
%		100
N	1025	1015

"Annet", "vet ikke" og ubesvart er utelatt.

Vi ser at det er bilen som er det vanligste framkomstmiddelet både til jobb/skole og til dagligvarebutikken⁵⁶, og at dette er en tendens som ser ut til å forsterkes ved at det har funnet sted en markert økning bare fra 1995 til 1997. Som det fremgår av tabellene over utgjør folks bruk av kollektive transporttilbud

⁵⁴ Spørsmålet ble kun stilt blant dem som var i arbeid. Mens respondentene hadde anledning til å oppgi flere svaralternativer i 1995, hadde de kun anledning til å oppgi ett svaralternativ i 1997.

⁵⁵ Mens respondentene hadde anledning til å oppgi flere svaralternativer i 1995, hadde de kun anledning til å oppgi ett svaralternativ i 1997.

⁵⁶ Dette er i tråd med andre undersøkelser, bl. a. fant Berge og Nondal (1994) i en undersøkelse fra Oslo og Akershus at bil var det vanligste transportmiddelet når det gjaldt arbeids-/skolereiser, handleturer og fritidsreiser.

en liten andel sammenliknet med privatbilisme, særlig når det gjelder reiser til dagligvarebutikken.

Hvorfor velger folk bil som transportmiddel?

Hjorthol et al. (1990) fant i kvalitative intervjuer med bilbrukere at det var praktiske hensyn som var den vanligste begrunnelsen for bruk av bil til jobb. Lokaliseringsmønstre og aktivitetsprogrammer forutsetter som regel stor grad av fleksibilitet, hvilket bilen gir. Beregninger fra Transportøkonomisk institutt har vist at yrkesaktive menn med egen bil ville måtte belage seg på å bruke 50 minutter mer hver dag til reiser hvis de skulle opprettholde sitt vanlige aktivitetsnivå uten tilgang til bil. Det tilsvarende tallet for yrkesaktive kvinner ble anslått til 41 minutter (Hjorthol et al., 1990). Vibe (i Berge et al., 1992) fant at halvparten av dem som vanligvis bruker bil til jobben ville komme i en vanskelig situasjon dersom de skulle ta seg fram på en annen måte.

Bilen er det transportmiddel som gir størst muligheter for mobilitet. Høy mobilitet betyr, i tillegg til tidsbesparelse, større valgmuligheter i forhold til de ulike arenaer man opptrer på i løpet av dagen. Privatbilister kan planlegge sine reiser uavhengig av kollektive reiseruter. Berge og Nondal (1994) fant i sin undersøkelse fra Oslo og Akershus at 68 prosent av respondentene var helt enige i at det å kjøre bil gav dem en følelse av frihet. Hjorthol et al. (1990) viser til at bilen, som transportredskap, gjør nye områder, reisemål og aktiviteter tilgjengelige. Den skaper forutsetninger for en annen organisering av tilværelsen og for en ny livsform. Samtidig blir bilen selve forutsetningen for å opprettholde denne nye livsformen. Det blir vanskelig å håndtere individuelle og samfunnsmessige oppgaver uten bil.

Hjorthol et al. (1990) peker på at det å være uavhengig av kollektivtransport bunner i ønsket om å være alene på veien til og fra arbeidet. En viktig dimensjon i moderne samfunn er skillet mellom den offentlige og *den private sfæren*⁵⁷. Bilens interiør kan sies å utgjøre en privat sfære. Begrepet privatsfære refererer vanligvis til hjemmet. Privatbilister kan øke omfanget av privatsfæren

⁵⁷ Goffmann definerer dette skillet slik - "*public places refer to any region[s] in a community freely accessible to members of that community; "private places" refer to soundproof regions where only members of invitees gather*" (Goffman i Otnes, 1986: 115).

ved å ta den, i dette tilfellet i form av bilkupeen, inn i den offentlige sfæren, noe som gir en følelse av velbehag (Bennulf, 1997). I en undersøkelse fra Oslo og Akershus fremkom det at 70 prosent av respondentene koset seg når de var alene i bilen (Berge og Nondal, 1994).

Det har tidligere blitt påvist at det forhold som har størst betydning for folks bilbruk er deres tilgang til bil. De som i størst grad benyttet seg av bil hadde, ikke overraskende, klart større tilgang til bil enn folk som i mindre grad kjørte bil (Berge og Nondal, 1994).

Tabell 3.16: Valg av transportmiddel til jobb etter tilgang til bil⁵⁸, 1997

	Ikke bil	1 bil	2- biler	Gj.sn.
Bil	2	61	80	64
Sitter på med noen	0	1	1	1
Motorsykkel, scooter, moped etc.	4	1	0	1
Kollektivtransport	50	13	8	14
Sykkel	26	8	4	7
Går	19	15	8	12
%	100	100	100	100
N	54	398	311	763

Ubesvart er utelatt. N=763. P<0.001 (kjikvadrat-test).

Tabell 3.17: Valg av transportmiddel til dagligvarebutikken etter tilgang til bil, 1997

	Ikke bil	1 bil	2- biler	Gj.sn.
Bil	1	72	86	70
Sitter på med noen	7	0	1	1
Motorsykkel, scooter, moped etc.	2	0	0	0
Kollektivtransport	14	0	1	2
Sykkel	12	4	3	4
Går	64	24	9	23
%	100	100	100	100
N	105	546	351	1002

“Annet” og ubesvart er utelatt. N=1002. P<0.001 (kjikvadrat-test).

⁵⁸ Blant de som er i arbeid.

Vi ser, som forventet, at det er sammenheng mellom tilgang til bil og bruk av bil. De som ikke har tilgang til bil reiser primært med kollektive transportmidler til jobb, mens de går til butikken. Vi ser også at de som ikke har bil oftere benytter seg av sykkel som transportmiddel. Dessuten ser vi et klart skille mellom dem som har en og de som har to eller flere biler. Sannsynligheten for at man bruker bil øker når husholdningen har tilgang til to eller flere biler. Dette gjelder både med hensyn til reiser til jobb/skole og til dagligvarebutikken.

Hvorfor velger ikke folk i større grad kollektive transportmidler?

Lunde og Strand (1995) viser til at det eksisterer en rekke “myter” knyttet til bruk av kollektive transportmidler. I en landsdekkende undersøkelse viste det seg at 46 prosent mente at det var for tidkrevende å reise med kollektive transportmidler, 47 prosent mente at de kollektive transporttilbudene var for dårlig tilpasset deres behov, 49 prosent mente at kollektive transportmidler ikke hadde nok avganger, mens 68 prosent gav uttrykk for at det er slitsomt å reise kollektivt når de skal handle. I en undersøkelse utført i regi av TØI i Oslo og Akershus i 1994, oppgav 43 prosent at de ikke reiste kollektivt fordi det stadig er forsinkelser (Berge og Nondal, 1994). I en undersøkelse utført av TØI i Oslo og Kristiansand var de vanligste grunnene folk oppgav for at de ikke benyttet seg av kollektive trafikktilbud at de syntes at det var ubekvent å reise kollektivt, at det tok for mye tid, og at det var for dyrt⁵⁹ (Hjorthol og Berge, 1997).

⁵⁹ På den annen side koster det også å ha bil. I en undersøkelse utført i Oslo fant Hjorthol et al. (1990) at hver familie i snitt hadde utgifter på 34 400 kroner knyttet til bilbruk i 1988 (til sammenlikning brukte de bare en tiendedel av dette til kollektivtransport). I en undersøkelse utført i Oslo og Akershus i 1994 mente 31 prosent at det var dyrt å reise kollektivt (58 prosent var uenige i at det ikke var dyrt å reise kollektivt). Det fremkom i den samme undersøkelsen at flere av informantene valgte å kjøre bil til tross for at de ut fra transportøkonomiske vurderinger, ofte med fordel, kunne ha valgt kollektive transporttilbud. Dette skyldes *ikke* primært at de ikke var klar over kostnadene knyttet til bilbruk. 60 prosent av deltakerne i undersøkelsen var uenige i påstanden om at det er billigere å kjøre bil enn kollektivt. Det er heller ting som tyder på at *folk er villige til å betale den prisen det koster å kjøre bil*. 54 prosent av deltakerne i undersøkelsen mente at økonomiske forhold ikke spilte noen rolle for deres valg av transportmiddel, at de kjørte bil uansett. 35 prosent svarte at de ikke ville kjøre kollektivt før det ble forbudt å kjøre bil (Berge og Nondal, 1994).

Lokalisering av dagligvarebutikker i forhold til bosted og arbeidsplass spiller sannsynligvis en avgjørende rolle for folks valg av transportmiddel til dagligvarebutikken. Her har det over lengre tid funnet sted en desentralisering i den forstand at det har vokst opp kjøpesentre utenfor bysentraene. Disse kjøpesentrene har også bidratt til å utkonkurrere lokalbutikkene. Denne utviklingen spiller en viktig rolle i endringene i husholdningenes innkjøpsmønster i retning av færre og større innkjøp, noe som også har økt avhengigheten av bilen (Berge et al., 1992).

Andre forhold som er viktig i forhold til valg av kollektive transporttilbud, er antallet avganger fra nærmeste holdeplass (Lunde og Strand, 1995) og avstanden til nærmeste holdeplass (Berge og Nondal, 1994). Lunde og Strand (1995) fant at det ikke var noen sammenheng mellom samtykke med påstanden *“for meg er ikke kollektivtransport et reelt alternativ til å kjøre privatbil”* og avstand til nærmeste holdeplass, så lenge denne avstanden var mindre enn 1 kilometer. Når avstanden til nærmeste holdeplass er mer enn 1 kilometer, mente imidlertid 3 av 4 at det ikke fantes noe reelt alternativ til privatbil. Folks samtykke med denne påstanden viste seg å øke i takt med antall avganger per dag ved nærmeste holdeplass. Frekvensen på folks reiser med kollektive transportmidler var imidlertid ikke avhengig av avstand til holdeplass så lenge avstanden ikke var mer enn 200 meter.

Hvilken betydning har miljøhensyn for folks valg av transportmiddel?

Som nevnt er privatbilismen den største miljøtrusselen innen transportsektoren. En endring i retning av mer miljøvennlige transportløsninger vil derfor kreve at folk er villige til å redusere deres private bilbruk. Vi har konstatert at flertallet av befolkningen benytter seg av bil både til jobb/skole og til dagligvarebutikken. Vi har forklart folks transportvaner med henvisning til tilgang til bil, kollektivtilbud og en del andre faktorer, men hvilken rolle spiller miljøhensyn i denne sammenheng?

Tabell 3.18: "Unngår du ofte, av og til, sjelden eller aldri bruk av bil hovedsakelig av hensyn til miljøet?"⁶⁰

	1995	1997		
		1 bil	2- biler	Gj.sn.
Ofte	8	8	6	7
Av og til	18	18	13	16
Sjelden	24	25	22	24
Aldri	50	49	59	53
%	100	100	100	100
N	734	520	345	865

"Vet ikke" og ubesvart er utelatt. 1997: $P > .001$ (Kjikkvadrat-test).

Vi ser at det er en liten andel av utvalget som oppgir at de reduserer bilbruken av miljøhensyn. Det er faktisk over 50 prosent som oppgir at de *aldri* reduserer bilbruken av miljøhensyn. Blant dem som har to eller flere biler er det 59 prosent som aldri reduserer bilbruken av miljøhensyn (1997). Det er små endringer i reduksjonen av bilbruk av miljøhensyn fra 1995 til 1997. Redusert bilbruk gir redusert mobilitet og dermed redusert velferd (Berge et al., 1992). Dette kan bidra til å forklare at flertallet sjelden eller aldri reduserer bilbruken av miljøhensyn.

Grunner til at folk ikke reduserer bilbruken av miljøhensyn

Vi har sett at over halvparten av respondentene oppgir at de aldri reduserer bilbruken av miljøhensyn. Hva oppgir de så som grunnen til dette?

⁶⁰ Spørsmålet er bare stilt de som har tilgang til en el. flere biler i husholdningen. Vi har kun data om antall biler for 1997.

Tabell 3.19: "Hva er den viktigste grunnen til at du ikke reduserer bilbruken av miljøhensyn?", 1997

Dårlig tilgang til kollektive transporttilbud	48
Liker friheten ved å kjøre egen bil	22
Er av helsemessige grunner avhengig av bil	4
Er ikke opptatt av miljø	3
Annet	23
%	100
N	646

Vi ser at den vanligste grunnen respondentene oppgir for at de ikke reduserer bilbruken av miljøhensyn, er at de har dårlig tilgang til kollektive trafikktilbud, fulgt av at de liker friheten ved å kjøre egen bil.

3.1.3 Kildesortering

De fleste forbruksgjenstander skal før eller siden avhendes. Av dette dannes det avfall. En stadig voksende avfallsmengde er et problem i den industrialiserte verden. I 1974 leverte hver nordmann i gjennomsnitt 174 kilo husholdningsavfall. I 1997 hadde dette økt til 308 kilo, mer enn noen gang tidligere (Statistisk sentralbyrå).

Miljøproblemer relatert til avfall

Forurensing fra avfall utgjør et stort miljøproblem. Avfall belaster miljøet ved at det forurenser vann, luft og grunn, forgifter og skader mennesker, dyr og vegetasjon og båndlegger arealer. Avfallsproduksjon innebærer dessuten en dårlig utnyttelse av naturressurser.

Det største miljøproblemet relatert til avfallsfyllinger er forurensning av vann. Avfallsstoffer tilføres grunnvann, sjøer, elver og bekker via sigevann fra fyllplasser. Grunnvannsforekomster er spesielt utsatt. Sigevann fra avfall inneholder organisk stoff, næringsstoffer, miljøgifter og smittestoffer. Forurensningskonsentrasjonene i sigevann er ofte høye og kan gi en rekke skadevirkninger som overgjødslingsproblemer og algevekst, akutt giftvirkning på planter og dyr, akkumulering av miljøgifter, smittespredning etc. De alvorligste

problemene er vurdert av Statens forurensingstilsyn til å være knyttet til akkumulering av miljøgifter i næringskjeden.

Det er to hovedmåter å redusere den totale avfallsmengden på. For det første gjennom redusert forbruk av råmaterialer. For det andre kan man gjenbruke materialer ved å resirkulere dem. Kildesortering av avfall for resirkulering er en viktig strategi i løsningen av avfallsproblemet. Ved å kildesortere avfall slår man to fluer i ett smekk, ved at man både reduserer avfallsmengden og samtidig sparer naturressurser ved å bruke gammelt materiale om igjen.

Kildesortering og resirkulering av avfall

Avfall er "ressurser på avveie" (Kasin, 1993). I løpet av et år kaster en gjennomsnittlig norsk forbruker 60 kg matrester, 20 kg metaller, 12 kg glass, 17 kg plast og tekstiler, 70 kg papir, samt en ukjent mengde spesialavfall. Til sammen produserer norske husholdninger ca. 1 million tonn avfall i løpet av et år. Dette utgjør glass tilsvarende 90 millioner ølflasker, metall som kunne ha blitt brukt til 32 000 km armeringsjern, plast nok til 130 000 km drensrør, matrester nok til å ale opp 210 000 slaktegriser, papir tilsvarende det vi får fra 2,4 millioner trær og energi (hvis avfallet blir brent) til oppvarming av 170 000 boliger (Statens forurensingstilsyn, 1993).

For å kunne resirkulere materialene i produkter som avhendes må de typesorteres. Ved utskilling av avfallsfraksjoner, som glass, papir og organisk avfall, for gjenbruk, holdes materialer lenger i omløp. Materialene bringes inn i forbrukssyklusen etter bearbeiding. Økt ressursutnyttelse reduserer ressursuttaket i naturen, samt mengden avfall som må deponeres⁶¹.

Oppslutning om kildesortering

Kildesortering med tanke på gjenbruk av materiale, er som vi har sett, et tiltak av betydning i miljøsammenheng, både ved at det reduserer avfallsopphopningen og ved at det bidrar til å spare naturressurser. En forutsetning for at kildesortering skal ha noen positiv effekt på miljøet er imidlertid at det materialet som kildesorteres, faktisk gjenvinnes. Det har ingen positiv miljøeffekt å kildesortere

⁶¹ I Innherad i Trøndelag oppnådde man en reduksjon på mellom 60 og 70 prosent i mengden forbruksavfall etter innføring av kommunale kildesorteringsordninger (Bakken i Ramm, 1997).

hvis materialet blir behandlet som vanlig avfall. Det har forekommet flere eksempler på at dette har skjedd. Blant annet kunne man for en tid tilbake høre at folk kildesorterte langt flere melkekartonger enn hva mottakene var i stand til å resirkulere, slik at kartongene ble brent sammen med usortert avfall i stedet for å bli resirkulert. Dette er forhold som kan føre til at forbrukerne kan miste motivasjonen til å kildesortere. For at det skal gi noen mening å kildesortere må forbrukerne ha tillit til at det kildesorterte materialet faktisk blir resirkulert. Vi har i denne sammenheng spurt forbrukerne om deres tillit til kildesorteringsordningene:

Tabell 3.20: "I hvilken grad har du tillit til at søppelgjenvinningsordninger har en positiv effekt på miljøet"

	1996	1997
I stor grad	36	38
I noen grad	39	29
Både...og...	16	20
I liten grad	6	7
I svært liten grad	2	4
Ubesvart/vet ikke	1	2
%	100	100
N	1004	1022

Vi ser at flesteparten har tillit til kildesorteringsordningene. Vi kan imidlertid spore et lite tilbakeslag for denne tilliten fra 1996 til 1997. Dette henger muligens sammen med meldinger om at kildesortert avfall har blitt behandlet som ordinært avfall.

Tabell 3.21: "I hvilket omfang leverer du eller andre i din husholdning papir for kildesortering?"⁶²

	1995	1996	1997
Alt	39	47	46
Det meste	35	29	39
Noe	10	9	5
Lite	7	6	4
Ingenting	9	9	6
%	100	100	100
N	840	818	910

Kategorien "vet ikke" er utelatt

Vi ser at det er stadig flere som oppgir at de kildesorterer alt eller det meste, og at det er stadig færre som oppgir at de kildesorterer lite eller ingenting av deres papiravfall.

Tabell 3.22: "I hvilket omfang leverer du eller andre i din husholdning glass for kildesortering?"⁶³

	1995	1996	1997
Alt	37	41	44
Det meste	27	25	29
Noe	12	13	8
Lite	11	9	11
Ingenting	13	12	8
%	100	100	100
N	877	844	903

Kategorien "vet ikke" er utelatt

Som for papir ser vi at det er stadig flere som oppgir at de kildesorterer alt eller det meste av deres glassavfall. Vi ser også at det er noen færre som kildesorterer glass enn papir. Dette har antakeligvis sammenheng med at henteordninger for papir er mer utbredt enn henteordninger for glass, og at det derfor krever mindre innsats å avlevere kildesortert papir enn kildesortert glass.

⁶² Spørsmålet er kun stilt de som har tilgang til ordninger for kildesortering av papir.

⁶³ Spørsmålet er kun stilt de som har tilgang til ordninger for kildesortering av glass.

Tilgjengelighet

Vi skiller mellom to typer tilgjengelighet. For det første det vi kaller *objektiv tilgjengelighet*. Med dette mener vi den faktiske tilretteleggingen for innsamling av kildesortert materiale. For det andre opererer vi med det vi kaller *subjektiv tilgjengelighet*, dvs. folks subjektive opplevelse av tilgjengeligheten. Mens den objektive tilgjengeligheten viser til rammebetingelser, gjenspeiler den subjektive tilgjengeligheten folks motivasjon.

Objektiv tilgjengelighet

Det opereres i dag med i hovedsak to konsepter for mottak av kildesortert materiale, bringeordninger og henteordninger. Bringeordninger forutsetter at forbrukerne selv bringer det sorterte materialet til returpunkter (som "glassigloer", containere for papir og tøy, og miljøstasjoner for spesialavfall). Henteordninger går ut på at materiale som er sortert i husholdningen blir hentet ved boligen av det kommunale renovasjonsverket eller andre aktører på gjenvinningsmarkedet. Mens 52 prosent av befolkningen hadde tilgang til kildesortering med hentesystem i 1995 hadde det tilsvarende tallet økt til 77 prosent i 1997 (Statistisk sentralbyrå).

Den innsatsen forbrukerne må yte for å kvitte seg med kildesortert avfall avhenger av hvordan mottaksapparatet er tilrettelagt. Bringeordninger og henteordninger krever ulik grad av innsats fra forbrukernes side for å bli kvitt kildesortert materiale, noe som igjen får konsekvenser for i hvilken grad de kildesorterer. I Moss gav et system med bringeordninger i snitt 8 kilo glass fra hver husstand i innsamlingsområdet. Til sammenlikning gav hentesystemer i den samme kommunen 26 kilo fra hver husstand (Kasin, 1993).

Tabell 3.23: Grad av kildesortering av papir etter avhendingsmåte

	1995		1996		1997	
	Må levere	Blir hentet	Må levere	Blir hentet	Må levere	Blir hentet
Alt	27	45	34	55	46	48
Det meste	32	36	29	29	37	41
Noe	14	7	11	9	7	5
Lite	10	6	9	3	3	3
Ingenting	17	6	18	4	7	3
%	100	100	100	100	100	100
N	277	560	322	496	304	606

Kategorien "vet ikke" er utelatt.

Tabell 3.24: Grad av kildesortering av glass etter avhendingsmåte

	1995		1996		1997	
	Må levere	Blir hentet	Må levere	Blir hentet	Må levere	Blir hentet
Alt	37	37	41	35	44	49
Det meste	27	31	25	12	28	31
Noe	12	10	13	12	8	8
Lite	11	10	9	12	11	10
Ingenting	13	12	12	29	9	2
%	100	100	100	100	100	100
N	835	41	827	17	852	51

Kategorien "vet ikke" er utelatt.

Vi ser at det er større andel som oppgir at de kildesorterer der det er henteordninger enn der det er bringeordninger (med unntak av kildesortering av glass i 1996, hvor observasjonene til gjengjeld er få). Forklaringen er antakeligvis at henteordninger krever mindre innsats fra forbrukernes side. Det er imidlertid interessant å merke seg at forskjellen blant dem som må levere papiravfallet og de som får det hentet, er blitt betydelig mindre i 1997 sammenliknet med de tidligere årene. Tatt i betraktning at det ikke er færre som oppgir at de kildesorterer i 1997 enn tidligere, kan dette muligens være en indikator på at folk har blitt villige til å ofre mer for miljøet. De kildesorterer selv om de må levere inn papirmaterialet på spesielle steder. Type ordning ser med andre ord ut til å ha fått mindre å si - folk kildesorterer uansett.

Subjektiv tilgjengelighet

Ramm (1997) fant at subjektiv tilgjengelighet var av stor betydning for hvorvidt folk kildesorterte. De som opplevde de eksisterende ordningene som greie, kildesorterte i større grad deres husholdningsavfall enn de som opplevde ordningene som problematiske.

Tabell 3.25: *Subjektiv tilgjengelighet*

	1995		1996		1997	
	Papir	Glass	Papir	Glass	Papir	Glass
Grei å gjennomføre	66	54	71	58	73	53
Ganske grei	21	28	19	25	18	28
Både...og...	4	6	4	7	3	7
Noe problematisk	6	8	4	6	5	10
Svært problematisk	1	2	0	1	1	1
Vet ikke/ubesvart	2	2	2	3	0	1
%	100	100	100	100	100	100
N	775	787	758	770	885	842

Vi ser at de aller fleste oppgir at ordningen for kildesortering er grei, dvs. at den subjektive tilgjengeligheten er god. Dette gjelder for både papir og glass alle de tre årene.

Grunner til at folk kildesorterer

Det kan være ulike motiver som ligger til grunn for at folk kildesorterer. Det at kildesortering er miljøvennlig kan være motivasjonen for noen, mens det er andre motiver som spiller inn for de resterende. Denne variabelen måler dermed ikke utelukkende miljøengasjement. Et motiv for kildesortering er nøysomhet. Dette gjelder særlig eldre mennesker (Enger, 1995). Hallin (1995) fant i sin undersøkelse at en del informanter mente at det var moralsk riktig å ta vare på knappe ressurser, noe som de begrunnet med religiøse argumenter. Det at det kan være andre forhold enn miljøbevissthet som ligger bak folks kildesortering, åpner for forklaringer som strengt tatt ikke har noe med miljøengasjement å gjøre.

Tabell 3.26: Viktigste grunn til at respondentene kildesorterer.

	1996		1997	
	Papir	Glass	Papir	Glass
Unngå overfylte søppelkasser	11	9	15	14
Det gir god samvittighet	5	8	1	4
Vil bidra til å bedre miljøet	50	52	56	57
Grei tilrettelegging	27	23	19	12
Annet	7	8	9	13
%	100	100	100	100
N	749	739	863	815

“Vet ikke” og ubesvart er utelatt.

Vi ser at den grunnen som flest angir for at de kildesorterer er at de vil bidra til å bedre miljøet. Hensyn til miljøet ser dermed faktisk ut til å være den viktigste grunnen til at folk kildesorterer. Vi ser også at tilretteleggingen spiller inn, og at noen synes at det er en grei måte å unngå overfylte søppelkasser på.

På samme måte som det kan være mange forskjellige grunner til at folk kildesorterer, kan det være mange ulike grunner til at folk *ikke* kildesorterer. Det å kildesortere er tungvint og tidkrevende i forhold til bare å kaste alt i den samme avfallsbeholderen. Dessuten er det gjerne plasskrevende å oppbevare kildesortert materiale inntil det leveres til resirkulering. Hvilke grunner angir så respondentene i denne undersøkelsen for at de ikke kildesorterer?

Tabell 3.27: Viktigste grunn til at respondentene ikke kildesorterer

	1995		1996		1997	
	Papir	Glass	Papir	Glass	Papir	Glass
For langt unna	27	43	24	37	10	46
Det er for brysomt	31	27	36	33	26	19
Det er uvant	18	15	11	7	12	7
Annet	24	15	29	23	52	28
%	100	100	100	100	100	100
N	184	237	123	172	121	227

“Vet ikke” og ubesvart er utelatt.

Vi ser at den viktigste grunnen respondentene oppgir for at de ikke kildesorterer glass er at innleveringsstasjonene for glass er for langt unna. Dette rimer godt

med at innsamlingssystemet for kildesortert glass ikke er så godt utbygd. Folk må ofte reise et godt stykke fra hjemmet for å få levert glasset fra seg. Når det gjelder papir oppgir respondentene generelt at det er for brysomt som den viktigste grunnen til at de ikke kildesorterer.

3.2 Miljøpolitisk aktivisme

Folk lar ikke bare sitt miljøengasjement komme til uttrykk i sine dagligdagse forbrukshandlinger, men også gjennom ulike former for politisk deltakelse. Tradisjonell politisk deltakelse begrenser seg til stemmegivning ved politiske valg, til valg av beslutningstakere. Fordi det konvensjonelle politiske systemet ikke i tilstrekkelig grad har fanget opp nye politiske spørsmål, som for eksempel miljøsaken, har det oppstått nye former for politisk deltakelse. Denne formen for politisk deltakelse kalles gjerne *ukonvensjonell politisk deltakelse* (Marsh, 1990), eller *sub-politikk* (Beck, 1992, 1997). Subpolitikken skiller seg fra det vi tradisjonelt forbinder med politikk ved at (a) aktører utenfor det politiske, eller korporative, systemet også opptrer på den politiske scenen, og (b) at ikke bare kollektive aktører, men også individer deltar i politiske prosesser (Beck, 1997). Mens politisk deltakelse tidligere stort sett har avgrenset seg til stemmegivning, til valg av beslutningstakerne, innebærer disse nye formene for politisk deltakelse at folk selv deltar i å fatte beslutninger. Inglehart (1990) kaller denne nye formen for sub-politisk deltakelse for *elite-styrende politikk*, som han kontrasterer mot den tradisjonelle elite-styrte politikken.

Inglehart (1977) mener at det er to hovedgrunner til fremveksten av ukonvensjonell politisk deltakelse i den senere tid. *For det første* viser han til overgangen fra materialistiske til postmaterialistiske verdier. De etablerte politiske partiene oppstod i en tid da det var klassekonflikter som dominerte den politiske dagsordenen. Disse partiene er derfor ikke så opptatt av de sakene postmaterialister interesserer seg for, som for eksempel miljøvern. Siden postmaterialistene ikke får sine interesser tilstrekkelig artikulert innenfor konvensjonelle politiske kanaler, tar de derfor ukonvensjonelle politiske metoder i bruk. *For det andre* har økt utdanningsnivå gjort at en stadig større del av befolkningen har fått tilstrekkelig interesse og forståelse for nasjonal og internasjonal politikk til å delta i å fatte beslutninger på dette nivået. Inglehart

viser dessuten til at det er et samspill mellom verdiendringene og den økte politiske kompetansen: Verdiendringene har bidratt til å legitimere autoriteter. Endringer i fordelingen av politiske ferdigheter har endret på balansen mellom eliten og massene. Verdiendringer kombinert med en økt følelse av at de eksisterende økonomiske og politiske systemene ikke strekker til, gjør at folk benytter seg av nye former for politiske inputs.

Det finnes flere former for ukonvensjonell politisk deltakelse. Vi skal ta for oss fire ulike typer, nemlig *deltakelse i demonstrasjoner, økonomiske donasjoner, deltakelse i underskriftskampanjer og boikott av varer av miljøhensyn.*

3.2.1 Deltakelse i demonstrasjoner

Deltakelse i demonstrasjoner er en form for protest. I miljørammen kan disse protestene være rettet mot bedrifter som forurensere, offentlig miljøpolitikk, lover som berører miljøet etc. Demonstrasjoner kan spenne fra milde ytringer til sivil ulydighet.

Sivil ulydighet

Iblant innebærer deltakelse i demonstrasjoner at man handler i strid med loven. I slike tilfeller snakker man gjerne om *sivil ulydighet*. Det å bryte loven blir en del av hensikten med aksjonene, fordi dette bidrar til å rette oppmerksomheten mot det saksområdet man vil belyse. Lorentzen (1981: 182-3) skriver at “*en sivilulydighetshandling innebærer et åpent, erklært og synlig lovbrudd som har til formål å påpeke urimelige eller urettferdige trekk ved et offentlig vedtak, en offentlig politikk, eller en lovs innhold eller tilblivelse*”.

Hagtvet (1981) viser til at hensikten med sivil ulydighet er å fange flertallets oppmerksomhet omkring opplevd urett, at sivil ulydighet kan beskrives som en *appell*, et argument et mindretall retter mot et flertall. Ulydigheten representerer en påminnelse fra mindretallets side om at det mener at flertallets handlinger har underminert den politiske troskap som opprinnelig bandt dem til det politiske systemet. Mindretallet ber om besinnelse fra flertallets side. Hagtvet viser til at vedvarende brudd på respekten for minoriteten legitimerer sivil ulydighet fordi forutsetningene for sosialt samarbeid er brutt.

Fordi ulydigheten ofte får konsekvenser for andre borgere må den begrunnes overfor en offentlighet. Det er med andre ord ikke tilstrekkelig å anføre private grunner. Sivil ulydighet må baseres på normer som kan generaliseres, det vil si gjøres gjeldende for flere enn det individet eller den gruppen som benytter seg av aksjonsformen. Sivil ulydighet må i siste instans baseres på et *moralsk* argument. I denne sammenheng blir juridiske og politiske argumenter av provisorisk art: Der slike begrunnelser er uttømt faller forsvaret for sivil ulydighet tilbake på etiske prinsipper. Enhver moralsk rettferdiggjøring av sivil ulydighet tar sitt utgangspunkt i aksiomet om at loven ikke er unndratt ordinær moralsk vurdering. Det har vært et anerkjent prinsipp at etiske normer har forrang fremfor juridiske, et syn som også finner støtte i moderne moralfilosofi. I konstitusjonelle demokratier er handlingen rettet mot undertrykkende lover, ikke mot loven i seg selv (Hagtvet, 1981).

Det er i denne sammenheng nødvendig å skille mellom *legalitet* og *legitimitet*. For at en person eller en gruppe skal føle seg forpliktet av de bud som kommer fra myndighetene, må de ikke bare være legale (i den forstand at de er i overensstemmelse med gjeldende lovgivning) - de må også være legitime (bli betraktet som moralsk gyldige, rettmessige) (Hagtvet, 1981). Mange er av den oppfatning at det er riktig, iblant til og med et krav, at man handler i strid med de formelle myndighetenes bestemmelser. Det kan for eksempel være moralsk riktig å delta i en demonstrasjon for å ta vare på miljøet, selv om dette muligens defineres som ulovlig av myndighetene. Folk oppfatter det som legitimt å delta i ulovlige demonstrasjoner for å ta vare på miljøet. I dette ligger det at de moralsk "hever seg over" det formelle lovverket og politiske beslutninger, fordi de er overbevist om at de har moralen på sin side.

Tabell 3.28: "Deltatt i en protest eller demonstrasjon i forbindelse med et miljøspørsmål de siste tre årene"

	1995	1996	1997
Ingen	93	96	97
1 gang	3	3	1
2 ganger	1	0	1
3 el. flere ganger	1	1	1
Vet ikke/ubesvart	2	0	0
%	100	100	100
N	1025	1004	1022

I hovedtrekk ser vi at det jevnt over er få⁶⁴ som har deltatt i demonstrasjoner i forbindelse med miljøspørsmål og at det dreier seg om små endringer over tid. Hovedgrunnen til at så få har deltatt i denne typen aktiviteter er nok primært at demonstrasjoner ikke er en hverdagslig begivenhet og at det dermed byr seg få muligheter for deltakelse. I den grad demonstrasjoner innebærer sivil ulydighet kan også dette virke som en barriere mot deltakelse for mange.

3.2.2 Økonomiske donasjoner

En annen form for handling som kan beskrives som ukonvensjonell politisk aktivisme, er økonomiske donasjoner til støtte for bestemte formål. Dette kan beskrives som en form for veldedighet, der man gjennom økonomiske ytelser har til hensikt å fremme et bestemt formål.

⁶⁴ Dette er ikke spesielt for Norge. I data samlet inn i 1992-93 viste det seg at mens det var 3,8 prosent av de norske respondentene som oppgav at de hadde deltatt i en demonstrasjon i forbindelse med miljøspørsmål de fem siste årene, var det tilsvarende tallet for Japan 2,7 prosent. I Tyskland var imidlertid oppslutningen noe høyere, med 8,8 prosents oppslutning i Øst-Tyskland og 8,4 prosents oppslutning i Vest-Tyskland (Nyberg, 1997).

Tabell 3.29: "Gitt penger til en organisasjon eller gruppe som arbeider med miljø-/naturvern (ikke medlemsavgift) de siste tre årene"

	1995	1996	1997
Ingen	81	62	80
1 gang	7	22	5
2 ganger	4	6	4
3 el. flere ganger	3	7	9
Vet ikke/ubesvart	5	3	2
%	100	100	100
N	1025	1004	1022

Vi ser at det er langt flere som oppgav å ha gitt penger til miljøformål i 1996 sammenliknet med 1995 og 1997. Lavik (1997) forklarer de høye tallene i 1996 med at TV-aksjonen i 1996 var viet miljø (det at flesteparten bare hadde gitt penger en gang støtter opp under en slik forklaring). TV-aksjonen i 1996 skulle imidlertid også ha gitt utslag i tallene for 1997, siden dette bare var ett år etter TV-aksjonen og respondentene bes om å redegjøre for de tre siste årene. Når dette ikke er tilfelle kan det skyldes at en del av respondentene i 1997 hadde glemt at de ga penger til TV-aksjonen året i forveien eller at denne var viet miljøformål.

Denne formen for politisk aktivisme innebærer en økonomisk belastning for aktøren. Det kan således sies å være en handlingsmessig indikator på respondentens økonomiske offervilje:

Tabell 3.30: Sammenheng mellom økonomiske donasjoner og offervilje.1997

Gitt penger til miljø- el. naturvernorg.	Villig til å gi avkall på varer og tjenester		
	Villig	Verken...eller...	Uvillig
Ikke gitt penger	79	86	94
En el. flere ganger	21	14	6
%	100	100	100
N	720	170	81

N=971. P<0.01 (kjikvadrat-test).

Som man kunne forvente er andelen som har gitt penger til organisasjoner eller grupper som arbeider med natur- eller miljøvern større blant dem som oppgir at de er villige til å gi avkall på varer og tjenester enn blant de som oppgir at de er uvillige til dett. Dette innebærer med andre ord at det er samsvar mellom holdninger og handlinger på dette området.

3.2.3 Deltakelse i underskriftskampanjer

En annen form for ukonvensjonell politisk aktivisme er deltakelse i underskriftskampanjer. Dette dreier seg om å skrive under på opprop om bestemte politiske saker. De innsamlede underskriftene blir så benyttet for å dokumentere befolkningens støtte for de aktuelle sakene overfor autoriteter med beslutningsmakt, det være seg statlig eller av annen karakter (for eksempel kommersielle selskaper).

Dette er en form for ukonvensjonell politisk aktivisme som er mindre kontroversiell enn deltakelse i demonstrasjoner. Underskriftskampanjer er fullt lovlige og deltakelse innebærer dermed ikke sivil ulydighet. Deltakelse i underskriftskampanjer innebærer heller ikke de økonomiske utgiftene pengegaver til miljøformål innebærer. Potensielle kostnader knyttet til deltakelse, både av økonomisk og ikke-økonomisk karakter, vil dermed være mindre for

denne typen deltakelse enn for økonomiske donasjoner og deltakelse i demonstrasjoner.

Tabell 3.31: "Skrevet under på opprop om miljøspørsmål de siste tre årene"

	1995	1996	1997
Ingen	81	82	88
1 gang	9	7	4
2 ganger	4	5	4
3 el. flere ganger	2	4	3
Vet ikke/ubesvart	4	2	1
%	100	100	100
N	1025	1004	1022

Som vi ser er det stadig færre som oppgir at de har skrevet opp under opprop om miljøspørsmål de tre siste årene. En forutsetning for at folk skal kunne delta i underskriftskampanjer er at slike faktisk initieres. Nedgangen blant dem som oppgir at de har skrevet opp under et opprop om miljøspørsmål kan muligens skyldes at det har blitt iverksatt færre slike aksjoner de siste årene.

3.2.4 Boikott

En rekke miljøproblemer skyldes uansvarlighet fra industriens side. En måte å bidra til å skape et bedre miljø på, er dermed å sanksjonere selskaper som står for en miljøskadelig praksis. Dette kan man gjøre ved å avstå fra å kjøpe produkter fra disse selskapene, å boikotte⁶⁵ selskapene. Det er, som vi tidligere har vært inne på, i siste instans forbrukernes etterspørsel som bestemmer hvilke varer det er som produseres. Det er dermed forbrukerne som til syvende og sist bestemmer hvilke produsenter som vil overleve på markedet.

Forbrukerens kjøpshandlinger i butikken har blitt sammenliknet med politisk valgatferd, men med visse vesentlige forskjeller. Mens borgeren bare kan avgi

⁶⁵ Dulsrud (1992: 154) definerer forbrukerboikott som "en aksjon med deltakelse fra et antall forbrukere som ved hjelp av markedsmessige sanksjoner (kjøp/ikke-kjøp) ut fra en uttalt målsetting forsøker å påvirke egenskapene ved et produkt eller en bestemt atferd hos den næringsdrivende".

sin stemme hvert fjerde år, kan konsumenten “stemme” flere ganger hver dag. På samme måte som en politisk stemmeseddel ikke formidler velgerens meninger om bestemte saker, men kun gir en generell anerkjennelse av politikken, signaliserer også kjøpshandlingen kun et “ja” eller et “nei” til produsenten; den sier ikke noe om hva forbrukeren mener om alle aspekter ved produktet eller produsenten⁶⁶. Kjøp av en vare vil dermed fungere som en anerkjennelse av produsenten og dens praksis. Den eneste måten å ta avstand fra produsentens politikk på, er dermed ved å avstå fra å kjøpe varen.

Med utgangspunkt i deres virkemåte skiller Smith (1990) mellom to former for boikott. *Effektive boikotter* virker gjennom økonomisk press; *symbolske boikotter* har sin virkning i form av moralsk press. Mens effektive boikotter påvirker selskapers økonomi, har symbolske boikotter en virkning på selskapenes image. Boikotter fungerer dermed ikke bare i kraft av deres økonomiske konsekvenser, men også som en form for sosial sanksjonering.

En forutsetning for at vi skal kunne snakke om en organisert forbrukerboikott er at det fra en iverksetter foreligger en advarsel, oppfordring eller en kunngjøring om boikott rettet mot et boikottmål (Dulsrud, 1992). Et eksempel på en slik iverksetter er stiftelsen Etisk Forbruk, som gir ut bladet “Etisk Forbruk”. I det nevnte bladet finner man “tester” av produkter og selskaper mht. ulike etiske kriterier, som f.eks. miljøvennlighet, hvorvidt produsentene har kontakt med undertrykkende regimer, om produktene testes på dyr etc. Leserne oppfordres til å boikotte produsenter av produkter som ikke tilfredsstillter etiske krav.

⁶⁶ “There is no way for example to buy something from a company in a way which says ‘I like your product but I’m not so keen on your policies in Indonesia’” (Turner et al., 1993: 16).

Tabell 3.32: Boikottet varer pga. miljøhensyn de siste tre årene.

	1995	1996	1997
Ingen	71	78	84
1 gang	7	6	3
2 ganger	4	4	2
3 el. flere ganger	13	10	7
Vet ikke/ubesvart	5	2	4
%	100	100	100
N	1025	1004	1022

Vi ser at det er stadig færre som oppgir at de har boikottet varer av miljøhensyn. Det var flest som oppgir å ha boikottet varer av miljøhensyn i 1995. Dette gjenspeiler sannsynligvis de storstilte oppfordringene til boikott av franske varer, som en følge av Frankrikes prøvesprengninger av atomvåpen i Stillehavet. Spørsmålsformuleringen var imidlertid om de hadde boikottet varer i løpet av de siste tre år.

3.3 Oppsummering

Vi har i dette kapittelet sett på omfanget av ulike indikatorer for miljøengasjement, samt hvorvidt det har funnet sted endringer i vårt miljøengasjement på 90-tallet.

Vi har sett at flesteparten av respondentene stoler på produsentenes miljømerker, men at enda flere har tillit til offentlig miljømerking. Det er stadig flere som vet at det er Svane-merket som er det offentlig godkjente miljømerket. I 1997 oppgav hele 80 prosent av respondentene Svane-merket på spørsmålet om hva som er det offentlig godkjente miljømerket, noe som tyder på at Svane-merket har befestet sin posisjon i forbrukernes bevissthet. Ikke bare har forbrukerne god kjennskap til Svane-merket, men de har også stor tillit til det. I 1997 oppgir hele 83 prosent at de i meget stor eller stor grad har tillit til at varer merket med Svanen faktisk er miljøvennlige. Til tross for dette viser det seg at de færreste regelmessig ser etter miljøinformasjon når de handler varer i dagligvarebutikken. Det har imidlertid funnet sted en liten økning blant dem som ser etter slik informasjon.

Om kjennskapen til miljømerking er god, kan man ikke si det samme om kjennskapen til det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon, Debios Ø-merke. Bare 14 prosent av respondentene oppgav riktig svaralternativ på spørsmålet om hva som er det offentlig godkjente merket for økologisk matvareproduksjon. Til tross for dette oppgav 85 prosent av respondentene meget stor eller stor tillit til at varer med Debios Ø-merke faktisk er økologisk produsert. Sannsynligvis skyldes dette at folk generelt har stor tillit til merkeordninger.

Folks tilbøyelighet til å kjøpe økologiske produkter varierer mellom produktkategorier. Det er flere som oppgir at de ville ha kjøpt økologisk produserte gulrøtter enn økologisk produsert melk, til tross for at det er mulig å spore en liten økning blant dem som oppgir at det er sannsynlig at de vil kjøpe økologisk produsert melk hvis det er tilgjengelig i dagligvarebutikken. Det er også en noe større andel som er villig til å betale ekstra for økologiske gulrøtter enn for økologisk melk. Betalingsvilligheten for økologisk produsert melk er noe redusert fra 1996 til 1997 (9 prosentpoeng færre oppgir at de *ikke* ville betale ekstra for økologisk produsert melk).

Det vanligste motivet for kjøp av økologisk produsert mat er hensyn til helse, med miljøhensyn på andreplass. Dette viser at det ikke bare er miljøengasjement som gjør at folk kjøper økologisk produsert mat, og at kjøp av økologisk produsert mat dermed ikke nødvendigvis handler om miljøbevissthet.

Det viser seg at folk er bevisste sammenhengen mellom bilbruk og forurensning. Til tross for dette er bilen det vanligste framkomstmiddelet både til jobb/skole og til dagligvarebutikken⁶⁷, en tendens som forsterkes fra 1995 til 1997.

Som man kunne forvente er det sammenheng mellom tilgang til bil og bruk av bil. Det er et signifikant skille mellom dem som har en og de som har to eller flere biler. Sannsynligheten for at man bruker bil øker når husholdningen har

⁶⁷ Dette er i tråd med andre undersøkelser, bl. a. fant Berge og Nondal (1994) i en undersøkelse fra Oslo og Akershus at bil var det vanligste transportmiddelet når det gjaldt arbeids-/skolereiser, handleturer og fritidsreiser.

tilgang til to eller flere biler. Dette gjelder både med hensyn til reiser til jobb/skole og til daglivarebutikken. De som ikke har tilgang til bil reiser primært med kollektive transportmidler til jobb, mens de i hovedvekt går til butikken.

Et mindretall av utvalget oppgir at de reduserer bilbruken av miljøhensyn. Det er faktisk over 50 prosent som oppgir at de *aldri* reduserer bilbruken av miljøhensyn. Blant dem som har to eller flere biler, er det 59 prosent som aldri reduserer bilbruken av miljøhensyn i 1997. Det er små endringer i reduksjonen av bilbruk av miljøhensyn fra 1995 til 1997. Den vanligste grunnen respondentene oppgir for at de ikke reduserer bilbruken av miljøhensyn er at de har dårlig tilgang til kollektive trafikktilbud, fulgt av at de liker friheten ved å kjøre egen bil.

En forutsetning for å se poenget med kildesortering er at man har tillit til at ordningene for kildesortering fungerer etter intensjonen. Flesteparten av respondentene har slik tillit. Vi kan imidlertid spore et lite tilbakeslag fra 1996 til 1997. Dette henger muligens sammen med omtale i massemedier om at kildesortert avfall har blitt behandlet som ordinært avfall. Til tross for dette er det stadig flere som oppgir at de kildesorterer papir- og glassavfall. Dette gjenspeiler økt tilgang til ordninger for kildesortering. Mens 52 prosent av befolkningen tilgang til kildesortering med hentesystem i 1995, hadde dette økt til 77 prosent i 1997 (Statistisk sentralbyrå).

Det er en noe mindre andel som kildesorterer glass enn papir. Dette har antakeligvis sammenheng med at henteordninger for papir er mer utbredt enn henteordninger for glass, og at det derfor krever mindre innsats å kildesortere papir enn glass. Det er større andel som oppgir at de kildesorterer der det er henteordninger enn der det er bringeordninger. Mens 73 prosent hadde tilgang til kildesortering med hentesystem for papir i 1997, var det tilsvarende tallet for glass 5,8 prosent (Statistisk sentralbyrå).

Det er imidlertid interessant å merke seg at forskjellen mellom dem som må levere papiravfallet og de som får det hentet er blitt betydelig mindre i 1997 sammenliknet med de tidligere årene. Tatt i betraktning at det ikke er færre som oppgir at de kildesorterer i 1997 enn tidligere, kan dette muligens være en indikator på at folk har blitt villige til å ofre mer for miljøet.

Den grunnen flest angir for at de kildesorterer er at de vil bidra til å bedre miljøet. Tilrettelegging spiller også inn, og en del synes at det er en grei måte å unngå overfylte søppelkasser på. Den viktigste grunnen respondentene oppgir for at de *ikke* kildesorterer glass, er at innleveringsstasjonene for glass er for langt unna. Innsamlingssystemet for kildesortert glass er ikke så godt utbygd. Folk må ofte reise et stykke fra hjemmet for å få levert det. Når det gjelder papir oppgir respondentene generelt bekvemmelighetshensyn som den viktigste grunnen til at de ikke kildesorterer.

Det viser seg at det er svært få som har deltatt i demonstrasjoner i forbindelse med miljøspørsmål. Hovedgrunnen til at så få har deltatt i denne typen aktiviteter, er nok primært at demonstrasjoner ikke er noen hverdagslig begivenhet, og at det dermed byr seg få muligheter for deltakelse. I den grad demonstrasjoner innebærer sivil ulydighet kan også dette for mange virke som en barriere mot deltakelse.

Det har funnet sted en viss tilbakegang når det gjelder oppslutning om ulike former for ukonvensjonell miljøpolitisk aktivisme. Det å ha gitt penger til en organisasjon eller gruppe som arbeider med miljø-/naturvern har en topp i 1996, som høyst sannsynlig skyldes at TV-aksjonen dette året var tilegnet miljø. Tilsvarende var det flere som oppgav å ha boikottet varer av miljøhensyn i 1995, noe som sannsynligvis kan forklares med oppfordringene til å boikotte franske varer på grunn av Frankrikes atomsprengninger i Stillehavet dette året. Det hefter imidlertid en viss usikkerhet ved disse tallene knyttet til respondentenes hukommelse, ved at de blir bedt om å redegjøre for et tidsrom på tre år.

4 Analyse

I forrige kapittel så vi på omfanget av ulike indikatorer for miljøengasjement, samt hvorvidt det har funnet sted endringer i vårt miljøengasjement på 90-tallet. I dette kapittelet skal vi se nærmere på hvilke variabler det er som forklarer dette miljøengasjementet.

4.1 Metode

Vi vil som nevnt benytte oss av to analyseteknikker. For det første vil vi benytte oss av *bivariate krysstabeller* hvor vi ser på enkle sammenhenger mellom et utvalg av sosialstrukturelle variabler og de ulike indikatorene for miljøengasjement. På denne måten vil vi se hvordan miljøengasjementet fordeler seg i befolkningen i forhold til sentrale sosialstrukturelle variabler. For det andre vil vi benytte oss av *multivariate regresjonsanalyser* der vi kontrollerer effektene av de ulike variablene mot hverandre. I disse analysene vil vi introdusere det vi kaller kulturelle variabler i tillegg til de sosialstrukturelle.

4.1.1 Regresjonsanalyse

Vi vil benytte oss av lineær regresjonsanalyse. Lineær regresjonsanalyse er en statistisk metode der man forsøker å tilpasse en rett linje til fordelingen av punkter i et punktdiagram. Teknikken tillater oss å finne den best tilpassede linjen til punktene i diagrammet. Når vi benytter oss av multivariat regresjonsanalyse, kan vi analysere den direkte effekten av en uavhengig variabel, mens vi kontrollerer for alle de andre uavhengige variablene i modellen. Vi kan dermed kontrollere for spuriøse sammenhenger, dvs. tilsynelatende sammenhengen som egentlig skyldes bakenforliggende variabler.

Vi vil oppgi fire typer koeffisienter i forbindelse med regresjonsanalysen. *Konstantleddet* i regresjonslikningen kan fortolkes som den verdien vi kan

forvente på den avhengige variabelen for enheter som har verdien 0 på den uavhengige variabelen. *B-verdien* er en type stigningskoeffisient for regresjonslinjen. B-verdien angir gjennomsnittlig endring på den avhengige variabelen når vi endrer den uavhengige variabelen med en verdienhet. *T-verdiene* gjenspeiler sammenhengenes signifikansnivå. Desto større T-verdi, desto sterkere sammenhenger har man gjerne med å gjøre. Hvis man har å gjøre med T-verdier som er 1.96 eller større, betyr det at det er mindre enn 5 prosents sannsynlighet for at vi forkaster en sann nullhypotese (nullhypotesen er hypotesen om at det ikke er noen sammenheng mellom de aktuelle variablene). *Forklart varians* (R^2) angir den totale forklaringskraften til alle de uavhengige variablene som er inkludert i analysen. Den angir hvor mye av den totale variasjonen på den avhengige variabelen som kan forklares med de uavhengige variablene som er inkludert i analysen (angitt i prosent).

4.2 Operasjonalisering

4.2.1 Avhengige variabler

Miljøbevisst handleatferd

Denne variabelen måler i hvilken grad folk er miljøbevisst når de foretar sine valg i dagligvarebutikken. Respondenten blir spurt: “Når du handler dagligvarer, ser du alltid etter om produktene inneholder informasjon om miljø, ser du etter alltid, ofte, av og til, sjelden eller aldri?”. Dette er med andre ord en variabel med fem verdier. I de bivariate krysstabellene omkoder vi variabelen til tre verdier, slik at vi står tilbake med kategoriene “alltid/ofte”, “av og til” og “sjelden/aldri”. I regresjonsanalysen beholder vi de fem opprinnelige verdiene, men snur verdiene på hodet, slik at de som oppgir at de aldri ser etter miljøinformasjon scorer lavest mens de som oppgir at de alltid ser etter miljøinformasjon scorer høyest.

Bilbruk

Denne variabelen måler i hvilken grad folk reduserer bilbruken av hensyn til miljøet. Vi spør her respondentene: “Unngår du ofte, av og til, sjelden eller aldri bruk av bil hovedsakelig av hensyn til miljøet?”. Variabelen har altså

opprinnelig fire verdier. I de bivariate krysstabellene omkoder vi variabelen til to verdier, “ofte/av og til” og “sjelden/aldri”. I regresjonsanalysen beholder vi de fire opprinnelige verdiene, men snur verdiene på hodet, slik at de som oppgir at de aldri reduserer bilbruken av miljøhensyn scorer lavest mens de som oppgir at de ofte reduserer bilbruken scorer høyest.

Kildesortering av papir

Denne variabelen måler i hvilken grad folk kildesorterer papir for gjenvinning. Respondentene blir spurt: “*I hvilket omfang leverer du eller andre i din husholdning papir for kildesortering?*”. Svaralternativene er “alt”, “det meste”, “noe”, “lite” eller “ingenting”. Variabelen har dermed opprinnelig fem verdier. I de bivariate krysstabellene omkoder vi variabelen til tre verdier, slik at vi står tilbake med kategoriene “alltid/ofte”, “av og til” og “sjelden/aldri”. I regresjonsanalysen beholder vi de fem opprinnelige verdiene, men snur verdiene på hodet, slik at de som oppgir at de aldri leverer papir til kildesortering scorer lavest, mens de som oppgir at de alltid leverer papir scorer høyest.

Kildesortering av glass

Denne variabelen måler i hvilken grad folk kildesorterer glass for gjenvinning. Respondentene blir her spurt: “*I hvilket omfang leverer du eller andre i din husholdning glass for kildesortering?*”. Svaralternativene er “alt”, “det meste”, “noe”, “lite” eller “ingenting”. Variabelen har dermed opprinnelig fem verdier. I de bivariate krysstabellene omkoder vi variabelen til tre verdier, slik at vi står tilbake med kategoriene “alltid/ofte”, “av og til” og “sjelden/aldri”. I regresjonsanalysen beholder vi de fem opprinnelige verdiene, men snur verdiene på hodet, slik at de som oppgir at de aldri leverer glass til kildesortering scorer lavest, mens de som oppgir at de alltid leverer glass scorer høyest.

Miljøpolitisk aktivisme

De handlingene som faller inn under begrepet miljøpolitisk aktivisme er hvorvidt man har skrevet under på opprop om miljøspørsmål, hvorvidt man har gitt penger til en organisasjon eller gruppe som arbeider med miljø- eller naturvern, hvorvidt man har deltatt i en protest eller demonstrasjon i forbindelse med et miljøspørsmål, og endelig, hvorvidt man har boikottet varer på grunn av miljøhensyn. Alle de fire variablene har fire mulige verdier, “ikke deltatt”, “deltatt 1 gang”, “deltatt 2 ganger”, “deltatt 3 eller flere ganger”.

Her lager vi en indeks bestående av de fire handlingstypene. Denne indeksen er additiv og verdiene rangerer fra 0 (de som ikke har utført noen av handlingstypene) til 12 (de som har utført alle de fire handlingstypene tre eller flere ganger). Fordi fordelingen langs denne indeksen viste seg å bli svært skjev, har vi dikotomisert den slik at vi står tilbake med to kategorier, en gruppe bestående av dem som ikke har deltatt i noen av de ulike formene for miljøpolitisk aktivisme de tre siste årene, og en gruppe bestående av de som har deltatt i en eller flere av de ulike handlingstypene en eller flere ganger de siste tre årene.

4.2.2 Uavhengige variabler

Når man skal identifisere tilhengere, og motstandere, av politiske spørsmål, er det vanlig å benytte begrepet *skillelinje*. En politisk skillelinje er et prinsipp for å dele inn en populasjon på en måte som gjør det mulig å predikere politisk atferd. Man kan benytte seg av ulike typer variabler for å identifisere skillelinjer. Hvilke variabler det er mest hensiktsmessig å anvende, avhenger av hva det er man undersøker, fordi ulike spørsmål skaper forskjellige polariseringer i befolkningen. I statsvitenskap og politisk sosiologi opereres det hovedsakelig med to skillelinjemodeller, nemlig en strukturell og en kulturell skillelinjemodell. *Den strukturelle skillelinjemodellen* tar utgangspunkt i at det er aktørens posisjon i den sosiale strukturen som bestemmer hans eller hennes politiske atferd, mens *den kulturelle skillelinjemodellen* tar utgangspunkt i at det er aktørens kulturelle orienteringer som er avgjørende. Disse kulturelle orienteringene kan for eksempel omfatte trossystemer, ideologier, eller verdier (Knutson, 1985).

Hvilken skillelinjemodell det er mest hensiktsmessig å anvende avhenger dermed av hva man undersøker. I industrielle samfunn var det den økonomiske klassekampen som var den sentrale politiske konflikten. Når man skulle identifisere de stridende partene i denne konflikten, viste den strukturelle skillelinjemodellen seg å være hensiktsmessig. Den sosiale strukturen definerte her ulike økonomiske posisjoner, dvs. sosiale klasser med ulike økonomiske interesser. Dermed var det mulig å identifisere de ulike partene ved hjelp av strukturelle variabler. Med overgangen fra industrielle til post-industrielle samfunn, og fra materialistiske til post-materialistiske verdier, har det oppstått nye konflikter. Det som sies å kjennetegne disse nye konfliktene er at det ikke er mulig å lokalisere aktørene i den sosiale strukturen. Det aktørene i de nye konfliktene har til felles, er deres kulturelle orienteringer. Dermed må man benytte seg av kulturelle variabler for å identifisere aktørene.

Med utgangspunkt i den strukturelle og den kulturelle skillelinjemodellen vil vi dele de uavhengige variablene inn i to hovedkategorier, *sosialstrukturelle* og *kulturelle* variabler. De sosialstrukturelle variablene vi tar for oss er *kjønn, alder, utdanning, husholdningsinntekt* og de kulturelle variablene er *vekst-med-vern-ideologien, vitenskapsoptimisme, materialisme/postmaterialismedimensjonen, intern versus ekstern kontroll, identitet som miljøbevisst forbruker og synet på miljøproblemenes alvorlighetsgrad.*

Sosialstrukturelle variabler

Sosialstrukturelle variabler viser til folks posisjon i den sosiale strukturen. Det er flere grunner til at man kan forvente en sammenheng mellom folks posisjon i den sosiale strukturen og deres miljøengasjement. Deres posisjon i den sosiale strukturen har for eksempel betydning for hvorvidt de eksponeres for miljøproblemer, noe som kan forventes å ha betydning for deres *miljøbevissthet*. Den sosiale strukturen utgjør også det miljøet hvor individets sosialisering finner sted. Folk med ulik posisjon i den sosiale strukturen kan sies å tilhøre ulike *subkulturer* (Moschis, 1987). Bourdieu (1984) benytter seg av begrepet *habitus* for å beskrive hvordan folks posisjoner i den sosiale strukturen disponerer folk til å handle på bestemte måter.

Sosialstrukturelle variabler lokaliserer *miljøbevegelsens sosiale base*. De identifiserer *hvem* det er som handler miljøbevisst. De sosialstrukturelle

variablene vi tar for oss i denne undersøkelsen er *kjønn*, *alder*, *utdanning*, *husholdningsinntekt*.

Kjønn

Kjønn er en dikotom variabel der menn har blitt tildelt verdien 0 og kvinner verdien 1.

Alder

Vi har for anledningen delt aldersvariabelen inn i fire kategorier, nærmere bestemt de under 30 (der de yngste varierer noe fra år til år, i 1995 og 1996 er den yngste 15 år, i 1997 er den yngste 18 år), aldersgruppen 30 til og med 44 år, aldersgruppen 45 til og med 59 år, og aldersgruppen som består av dem fra 60 år og mer.

Utdanning

Utdanningsvariabelen har tre verdier. De tre verdiene viser henholdsvis til dem som kun har utdanning fra grunnskolenivå, de som har sin høyeste utdanning fra videregående skole og de som har utdanning fra høyskole eller universitetsnivå.

Husholdningsinntekt

Vi har delt variabelen husholdningsinntekt inn i tre verdier. De tre verdiene viser henholdsvis til dem med samlet husholdningsinntekt på mindre enn 200 000 kroner i året, de som hører hjemme i husholdninger med en samlet inntekt fra 200 000 til 499 000 kroner, og de fra husholdninger med samlet årsinntekt på 500 000 kroner eller mer.

Kulturelle variabler

Kulturelle variabler er egenskaper ved aktørene som ikke kan reduseres til sosial struktur, dvs. at de har en eksistens uavhengig, eller relativt uavhengig, av sosialstrukturelle forhold. Mens sosialstrukturelle variabler identifiserer hvem det er som handler miljøbevisst, gir kulturelle variabler en pekepinn på *hva det er som motiverer folk* til å handle miljøbevisst.

De kulturelle variablene vi tar for oss er *vekst-med-vern-ideologien, vitenskapsoptimisme, materialisme/postmaterialisme-dimensjonen, intern versus ekstern kontroll og identitet som miljøbevisst forbruker og synet på miljøproblemenes alvorlighetsgrad.*

Vitenskapsoptimisme (VITENOPT)

Denne variabelen måler folks syn på hvilken rolle moderne vitenskap spiller i miljøsammenheng. Dette måles ved å spørre: *“Moderne vitenskap vil løse våre miljøproblemer uten at det fører til store forandringer i vårt levesett”*. Svaralternativene er “helt enig”, “delvis enig”, “verken enig eller uenig”, “delvis uenig”, “helt uenig”. Vi har omkodet variablene slik at de som er helt uenige i påstanden scorer lavest, mens de som er enige i påstanden scorer høyest.

Vekst-med-vern (VEKSTVER)

Denne variabelen måler folks oppslutning omkring det vi kaller “vekst-med-vern”-ideologien. Dette måles ved å spørre i hvilken grad respondenten er enig i påstanden: *“For å kunne beskytte miljøet trenger Norge økonomisk vekst”*. Svaralternativene er “helt enig”, “delvis enig”, “verken enig eller uenig”, “delvis uenig” og “helt uenig”. Vi har omkodet variablene slik at de som er helt uenige i påstanden scorer lavest, mens de som er enige i påstanden scorer høyest.

Materialisme/postmaterialisme-dimensjonen (MPM)

Materialisme/postmaterialisme-dimensjonen blir målt i form av en indeks. Respondenten blir spurt: *“Hvis du måtte velge, hvilket av disse forholdene mener du er det viktigste hensynet som må ivaretas i Norge i dag?”*. De svaralternativene informantene blir bedt om å prioritere mellom er:

1. Opprettholde lov og orden
2. Gi folk mer å si i politiske beslutninger

3. Bekjempe prisstigningen
4. Bekjempe miljøproblemer
5. Beskytte yringsfriheten
6. Bekjempe arbeidsledigheten

Deretter blir respondenten spurt: *“Og hvilket forhold mener du er det nest viktigste hensynet som må ivaretas i Norge i dag?”*. Respondenten må her velge et annet av alternativene på listen ovenfor. Indeksen konstrueres ved å samstille respondentens svar på de to spørsmålene. Tre av alternativene (det første, det tredje og det sjette) representerer materialistiske verdier. De tre andre representerer postmaterialistiske verdier. Hvis begge de svarene respondenten oppgir representerer materialistiske verdier klassifiseres respondenten som en materialist. Hvis begge de svarene respondenten oppgir representerer postmaterialistiske verdier, klassifiseres respondenten som en postmaterialist. Dersom de to svarene respondenten avgir representerer både materialistiske og postmaterialistiske verdier, havner respondenten i kategorien “blandet”.

Intern/ekstern kontroll (INTERN)

Denne variabelen måler respondentens følelse av intern versus ekstern kontroll. Dette måles ved å be respondenten forholde seg til påstanden: *“Den enkelte forbruker kan selv bidra til å løse miljøproblemene”*. De svaralternativene respondenten må velge mellom er “helt enig”, “delvis enig”, “verken enig eller uenig”, “delvis uenig”, “helt uenig”. Vi har omkodet variablene slik at de som er helt uenige i påstanden scorer lavest, mens de som er enige i påstanden scorer høyest.

Miljøbevisst identitet (MILJOBEV)

Denne variabelen måler i hvilken grad respondenten ser på seg selv som en miljøbevisst forbruker. Dette måles ved å spørre: *“I hvilken grad oppfatter du deg selv som en miljøbevisst forbruker?”*. De svaralternativene respondenten blir presentert for er “i stor grad”, “i noen grad”, “både...og...”, “i liten grad” og “i svært liten grad”. Vi har omkodet variablene slik at de som “i svært liten grad” ser på seg selv som en miljøbevisst forbruker scorer lavest, og de som “i stor grad” ser på seg selv som en miljøbevisst forbruker scorer høyest.

Oppfatning angående miljøproblemenes alvorlighetsgrad (MILJOVER)

Denne variabelen måler respondentens syn på alvoret i miljøproblemene. Dette måles ved å konfrontere respondenten med påstanden: *“Miljøproblemene er betydelig overdrevet”*. De svaralternativene respondenten må velge mellom er “helt enig”, “delvis enig”, “verken enig” eller “uenig”, “delvis uenig”, “helt uenig”. Vi har omkodet variablene slik at de som er helt uenige i påstanden scorer lavest, mens de som er enige i påstanden scorer høyest.

4.3 Analyse av miljøengasjement

Hvem er det som utfører de ulike formene for miljøbevisst handling? Hvilke kulturelle orienteringer har de? Er det de samme variablene som forklarer ulike former for miljøengasjement eller varierer dette? Er det de samme variablene som forklarer en gitt form for miljøengasjement fra år til år? Dette er noen av spørsmålene vi skal forsøke å besvare her. Dette vil vi gjøre ved å ta for oss de ulike handlingstypene en for en. Vi kommer til å kjøre to former for analyse. Først vil vi se på de enkle fordelingene langs sentrale sosialstrukturelle variabler. Deretter vil vi kjøre multivariate regresjonsanalyser der vi inkluderer både sosialstrukturelle og kulturelle variabler. Vi vil presentere funnene fra de ulike årene, slik at vi kan se på endringer langs de ulike indikatorene over tid.

Bemerkninger angående signifikansnivå

Vi vil heretter operere med to ulike måter å angi signifikansnivået for sammenhengene mellom variablene på. I de bivarierte krysstabellene vil vi benytte oss av stjerner (*) for å angi signifikansnivået. Vi opererer her med tre ulike signifikansnivåer. En stjerne (*) angir et signifikansnivå på 5 prosent, to stjerner (**) et signifikansnivå på 1 prosent og tre stjerner (***) et signifikansnivå på 0.1 prosent. I regresjonsanalysene oppgir vi signifikansnivået i form av T-verdier. Her representerer en T-verdi på (+/-) 1.96 et signifikansnivå på 5 prosent, en T-verdi på (+/-) 2.58 et signifikansnivå på 1 prosent, og en T-verdi på (+/-) 3.29 et signifikansnivå på 0.1 prosent.

4.3.1 Miljøbevisst innkjøp

Vi har vært inne på hvordan forbrukeren kan la sitt miljøengasjement komme til uttrykk gjennom de valg han eller hun foretar i butikkhyllene. En del varer er merket med miljømerker som er ment å garantere produktets miljøvennlighet. En måte for forbrukeren å handle miljøbevisst på er dermed å velge varer med miljømerking. Vi er i denne sammenheng interessert i å undersøke hvem det er som ser etter slik miljøinformasjon på varene i dagligvarebutikken. Vi spurte: *“Når du handler dagligvarer, ser du alltid etter om produktene inneholder informasjon om miljø?”*

Tabell 4.1: Ser etter miljøinformasjon: Kjønn

	1995***		1996***		1997**	
	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner
Alltid/ofte	10	18	9	16	14	18
Av og til	24	28	16	27	22	28
Sjelden/aldri	66	54	75	57	64	54
%	100	100	100	100	100	100
N	485	516	494	491	503	506

Kvinner ser oftere etter miljøinformasjon på varene når de handler i dagligvarebutikken enn menn. Denne sammenhengen er signifikant alle de tre årene.

Tabell 4.2: Ser etter miljøinformasjon: Alder

	1995*				1996				1997*			
	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-
Alltid/ofte	12	13	19	13	8	13	14	14	11	15	19	22
Av og til	22	32	26	24	23	25	20	17	21	27	26	19
Sjelden/aldri	66	55	55	63	69	62	66	69	68	58	55	59
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	269	273	211	247	262	308	198	216	169	377	291	170

I grove trekk er det slik at eldre oftere ser etter miljøinformasjon når de handler enn yngre. Sammenhengen er signifikant i 1995 og 1997.

Tabell 4.3: Ser etter miljøinformasjon: Utdanning

	1995**			1996**			1997		
	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.
Alltid/ofte	12	14	17	11	10	16	18	14	18
Av og til	21	27	33	23	19	27	22	25	26
Sjelden/aldri	67	59	50	66	71	57	60	61	56
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	409	342	243	244	511	228	181	431	392

Den bivariate sammenhengen mellom utdanning og det å se etter miljøinformasjon når man handler er signifikant i 1995 og 1996. Det er folk med utdanning fra høyskole eller universitet som oftest ser etter miljøinformasjon når de handler dagligvarer.

Tabell 4.4: Ser etter miljøinformasjon: Husholdningsinntekt

	1995			1996			1997		
	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-
Alltid/ofte	17	14	15	13	11	9	21	15	14
Av og til	20	28	26	24	22	19	24	24	25
Sjelden/aldri	63	58	59	63	67	72	55	61	61
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	280	439	86	286	491	123	134	496	235

Den bivariate sammenhengen mellom husholdningsinntekt og miljøbevisste innkjøpshandlinger er ikke signifikant i noen av de tre årene.

Tabell 4.5: Regresjonsanalyse: Ser etter miljøinformasjon

	1995		1996		1997	
	B	T-verdi	B	T-verdi	B	T-verdi
Kjønn	,19	2,48	,24	3,03	,17	2,15
Alder						
-30 til 44 år	,16	1,49	,11	1,03	,16	1,39
-45 til 59 år	,24	2,04	,05	,44	,08	,67
-60 år eller mer	,08	,63	-,10	-,85	-,02	-,12
Utdanning						
-videregående skole	,23	2,39	,02	,22	-,15	-1,20
-høgskole/universitet	,33	2,92	,16	1,30	-,08	-,61
Husholdningsinntekt						
-200-499 000	-,15	-1,65	-,13	-1,36	-,17	-1,36
-500 000 eller mer	-,21	-1,44	-,29	-2,11	-,19	-1,30
VEKSTVER	,01	,26	,08	2,40	,02	,78
VITENOPT	-,01	-,36	-,06	-1,37	-,01	-,37
MPM-dimensjonen						
-blandet	,04	,46	,14	1,65	,32	2,69
-postmaterialister	,12	,71	,30	1,69	,41	2,86
INTERN	,08	1,94	,03	,57	,02	,42
MILJOBEV	,31	6,56	,25	5,55	,35	7,27
MILJOVER	-,13	-4,12	-,15	-3,96	-,08	-2,45
Konstantledd	,86	3,15	1,17	3,89	,94	2,89
R ²	12,9		10,4		11,3	
N	768		801		723	

Det er noen sammenhenger som går igjen i alle de tre årene. Kvinner ser oftere etter miljøinformasjon på varene enn menn når de foretar sine valg i dagligvareforretningen, det er positiv sammenheng mellom det å se på seg selv som miljøbevisste forbrukere og det å se etter miljøinformasjon, og de som er enige i påstanden om at miljøproblemene er overdrevet ser sjeldnere etter miljøinformasjon når de handler enn de som er uenige i denne påstanden.

4.3.2 Bilbruk

Som vi har vært inne på representerer persontransport med bil en stor og stadig økende andel av miljøbelastningene. Vi kan dermed la vårt miljøengasjement komme til uttrykk ved i minst mulig grad benytte oss av forurensende

transportmidler. En måte å gjøre dette på er ved å redusere unødvendig bruk av bil. Hvem er det som er mest miljøbevisst i sin bilbruk? Vi spurte informantene: “Unngår du ofte, av og til, sjelden eller aldri bruk av bil hovedsakelig av hensyn til miljøet?”

Tabell 4.6: Unngår bruk av bil av hensyn til miljøet: Kjønn

	1995		1997	
	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner
Ofte/av og til	26	25	23	23
Sjelden/aldri	74	75	77	77
%	100	100	100	100
N	387	347	457	413

Vi ser at det praktisk talt ikke er noen forskjell mellom kvinner og menn når det gjelder det å redusere bilbruken av miljøhensyn.

Tabell 4.7: Unngår bruk av bil av hensyn til miljøet: Alder

	1995				1997			
	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-39	60-
Ofte/av og til	23	26	27	26	25	21	22	29
Sjelden/aldri	77	74	73	74	75	79	78	71
%	100	100	100	100	100	100	100	100
N	171	236	187	140	137	351	263	118

Den bivariante sammenhengen mellom alder og det å redusere bilbruken av miljøhensyn er heller ikke signifikant.

Tabell 4.8: Unngår bruk av bil av hensyn til miljøet: Utdanning

	1995***			1997		
	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.
Ofte/av og til	20	24	35	26	19	25
Sjelden/aldri	80	76	65	74	81	75
%	100	100	100	100	100	100
N	269	268	195	144	375	346

Utdanning har signifikant effekt for hvorvidt folk reduserer bilbruken av miljøhensyn i 1995. Sammenhengen er monoton og positiv.

Tabell 4.9: Unngår bruk av bil av hensyn til miljøet: Husholdningsinntekt⁶⁸

	1995			1997		
	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-
Ofte/av og til	22	28	26	24	24	18
Sjelden/aldri	78	72	74	76	76	82
%	100	100	100	100	100	100
N	145	382	80	78	458	227

Den bivariante sammenhengen mellom husholdningsinntekt og det å redusere bilbruken av miljøhensyn er ikke signifikant.

⁶⁸ Kategoriene for husholdningsinntekt viser til husholdningens samlede bruttoinntekt per år oppgitt i antall 1000 kroner.

Tabell 4.10: Regresjonsanalyse: Unngår bilbruk av miljøhensyn

	1995		1997	
	B	T-verdi	B	T-verdi
Kjønn	-,13	-1,57	,07	,91
Alder				
-30 til 44 år	-,15	-1,25	-,10	-,96
-45 til 59 år	,00	-,03	-,23	-2,01
-60 år eller mer	,14	,92	,00	,03
Utdanning				
-videregående skole	,15	1,48	-,09	-,83
-høgskole/universitet	,38	3,27	,14	1,27
Husholdningsinntekt				
-200-499 000	-,02	-,15	-,11	-,77
-500 000 eller mer	-,12	-,78	-,28	-1,83
VEKSTVER	,00	-,12	-,01	-,51
VITENOPT	,00	-,13	-,04	-1,32
MPM-dimensjonen				
-blandet	-,02	-,23	,22	1,99
-postmaterialister	,15	,75	,32	2,41
INTERN	-,03	-,73	,04	1,20
MILJOBEV	,25	4,68	,16	3,69
MILJOVER	-,08	-2,45	-,04	-1,39
Konstantledd	1,20	3,90	1,27	4,16
R ²	6,7		6,3	
N	586		638	

Den eneste variabelen som har signifikant betydning for hvorvidt folk reduserer bilbruken av miljøhensyn begge årene, er i hvilken grad folk ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere. Denne sammenhengen er positiv.

4.3.3 Kildesortering

Økende avfallsmengder utgjør som nevnt et stort miljøproblem. En måte å avhjelpe dette problemet på er ved å kildesortere avfallet slik at det kan resirkuleres. Vi tar her for oss to typer kildesortering, nærmere bestemt kildesortering av papir og kildesortering av glass.

Kildesortering av papir

Vi spurte respondentene: "I hvilket omfang leverer du eller andre i din husholdning papir for kildesortering?"

Tabell 4.11: Kildesortering av papir: Kjønn

	1995**		1996		1997	
	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner
Alt/det meste	60	66	65	65	84	86
Noe	7	10	7	10	6	5
Lite/ingenting	33	24	28	25	10	9
%	100	100	100	100	100	100
N	484	507	484	483	468	471

Vi ser at kvinner i noen grad kildesorterer papir mer enn menn. Sammenhengen er imidlertid kun signifikant i 1995.

Tabell 4.12: Kildesortering av papir: Alder

	1995				1996**				1997			
	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-
Alt/det meste	55	65	66	68	57	65	68	74	80	86	86	88
Noe	10	8	8	7	10	10	5	6	7	5	4	7
Lite/ingenting	35	27	26	25	33	25	27	20	13	9	10	5
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	264	269	210	248	259	293	199	215	149	352	274	162

Vi ser at eldre mennesker kildesorterer papir oftere enn yngre. Den bivariate sammenhengen mellom alder og kildesortering av papir er imidlertid kun signifikant i 1996.

Tabell 4.13: Kildesortering av papir: Utdanning

	1995			1996*			1997		
	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/univ.
Alt/det meste	65	61	64	56	67	73	85	85	86
Noe	6	10	9	10	8	7	4	5	6
Lite/ingenting	29	28	27	34	25	20	11	10	8
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	405	336	241	242	498	225	162	399	374

Den bivariate sammenhengen mellom utdanning og kildesortering av papir er kun signifikant i 1996. Sammenhengen er i dette tilfellet monoton og positiv.

Tabell 4.14: Kildesortering av papir: Husholdningsinntekt⁶⁹

	1995*			1996			1997		
	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-
Alt/det meste	61	66	73	61	66	72	86	86	86
Noe	6	9	8	9	8	9	2	5	5
Lite/ingenting	33	25	19	30	26	19	12	9	9
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	281	429	86	283	478	123	120	460	226

Sammenhengen mellom husholdningsinntekt og kildesortering av papir er kun signifikant i 1995, der den er monoton og positiv.

⁶⁹ Kategoriene for husholdningsinntekt viser til husholdningens samlede bruttoinntekt per år oppgitt i antall 1000 kroner.

Tabell 4.15: Regresjonsanalyse: Kildesortering av papir

	1995		1996		1997	
	B	T-verdi	B	T-verdi	B	T-verdi
Kjønn	,14	1,30	,11	1,03	,05	,54
Alder						
-30 til 44 år	,06	,41	,28	1,88	,10	,79
-45 til 59 år	,08	,49	,27	1,68	,04	,29
-60 år eller mer	,44	2,40	,64	3,87	,13	,81
Utdanning						
-videregående skole	,03	,20	,17	1,18	,01	,07
-høyskole/universitet	-,11	-,70	,25	1,46	,05	,35
Husholdningsinntekt						
-200-499 000	,23	1,76	,11	,79	,01	,09
-500 000 eller mer	,50	2,40	,38	2,00	,00	-,02
VEKSTVER	,08	1,86	-,05	-,98	,03	,91
VITENOPT	-,07	-,149	-,09	-,160	-,01	-,33
MPM-dimensjonen						
-blandet	,04	,33	,06	,54	-,28	-2,25
-postmaterialister	,35	1,35	,25	1,01	-,15	-1,03
INTERN	,15	2,66	,05	,81	,00	,04
MILJOBEV	,26	3,80	,33	5,16	,21	4,28
MILJOVER	-,06	-,126	,10	1,80	-,06	-1,76
Konstantledd	1,58	3,97	1,72	4,05	3,58	10,6
R ²	5,6		7,5		3,0	
N	760		782		681	

Den eneste variabelen som har signifikant betydning alle de tre årene for kildesortering av papir, er hvorvidt folk ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere. De som ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere kildesorterer oftere enn de som ikke gjør det.

Kildesortering av glass

Vi spurte respondentene: "I hvilket omfang leverer du eller andre i din husholdning glass for kildesortering?"

Tabell 4.16: Kildesortering av glass: Kjønn

	1995		1996		1997	
	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner
Alt/det meste	57	59	59	60	73	69
Noe	11	11	12	12	7	9
Lite/ingenting	32	30	29	28	20	22
%	100	100	100	100	100	100
N	484	510	488	478	470	470

Den bivariante sammenhengen mellom kjønn og kildesortering av glass er ikke signifikant noen av årene.

Tabell 4.17: Kildesortering av glass: Alder

	1995***				1996***				1997***			
	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-
Alt/det meste	43	62	64	63	44	60	67	69	55	69	77	77
Noe	17	10	8	8	16	12	12	8	12	9	6	7
Lite/ingenting	40	28	28	29	40	28	21	23	33	22	17	16
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	266	273	212	242	252	301	202	210	150	355	272	161

Den bivariante sammenhengen mellom alder og kildesortering av glass er signifikant alle de tre årene. I hovedtrekk er det slik at eldre kildesorterer oftere enn yngre.

Tabell 4.18: Kildesortering av glass: Utdanning

	1995			1996**			1997*		
	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/univ.
Alt/det meste	59	56	59	48	63	63	69	67	76
Noe	9	12	12	15	11	11	7	8	8
Lite/ingenting	32	32	29	37	26	26	24	25	16
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	404	340	241	240	500	224	164	403	369

Den bivariate sammenhengen mellom utdanning og kildesortering av glass er signifikant i 1996 og 1997. I hovedtrekk kildesorterer de med høyere utdanning oftere glass enn de med lavere utdanning.

Tabell 4.19: Kildesortering av glass: Husholdningsinntekt⁷⁰

	1995**			1996			1997		
	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-
Alt/det meste	52	63	63	56	61	66	80	68	72
Noe	10	9	15	10	12	14	5	8	8
Lite/ingenting	38	28	22	34	27	20	15	24	20
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	283	433	85	274	486	125	123	459	226

Den bivariate sammenhengen mellom husholdningsinntekt og kildesortering av glass er kun signifikant i 1995. Det er de med husholdningsinntekt på 500 000 eller mer som oftest kildesorterer glass og de med husholdningsinntekt på mindre enn 200 000 som sjeldnest gjør det.

⁷⁰ Kategoriene for husholdningsinntekt viser til husholdningens samlede bruttoinntekt per år oppgitt i antall 1000 kroner.

Tabell 4.20: Regresjonsanalyse: Kildesortering av glass

	1995		1996		1997	
	B	T-verdi	B	T-verdi	B	T-verdi
Kjønn	-,04	-,37	,19	1,80	-,17	-1,66
Alder						
-30 til 44 år	,20	1,31	,31	2,22	,33	2,22
-45 til 59 år	,33	1,90	,51	3,35	,61	3,86
-60 år eller mer	,65	3,53	,73	4,62	,47	2,27
Utdanning						
-videregående skole	,20	1,39	,20	1,49	-,09	-,56
-høgskole/universitet	,03	,21	,03	,21	,05	,32
Husholdningsinntekt						
-200-499 000	,36	2,79	,33	2,60	-,35	-2,12
-500 000 eller mer	,60	2,91	,47	2,60	-,19	-1,03
VEKSTVER	-,01	-,31	-,05	-1,08	-,01	-,36
VITENOPT	-,02	-,48	-,16	-2,97	,03	,70
MPM-dimensjonen						
-blandet	,02	,18	,02	,20	,14	,89
-postmaterialister	-,11	-,44	,41	1,75	,29	1,60
INTERN	,14	2,40	,19	3,31	,01	,27
MILJOBEV	,33	4,73	,33	5,57	,35	5,67
MILJOVER	-,07	-1,49	,02	,30	-,03	-,73
Konstantledd	1,28	3,22	1,29	3,23	2,40	5,75
R ²	6,9		11,7		8,9	
N	763		789		676	

Alderskategorien 60 år eller mer kildesorterer signifikant oftere enn refereransegruppen (som består av dem under 30 år) alle de tre årene. Vi ser også at folk som ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere kildesorterer signifikant oftere enn de som ikke gjør det i alle de tre årene.

4.3.4 Miljøpolitisk aktivisme

Folk lar ikke bare sitt miljøengasjement komme til uttrykk i sine dagligdags forbrukshandlinger, men også gjennom ulike former for politisk deltakelse. Tradisjonell politisk deltakelse begrenser seg til stemmegivning ved politiske valg, til valg av beslutningstakere. De senere årene har det oppstått nye former for politisk deltakelse. Miljøspørsmål har blitt kanalisert over i ukonvensjonelle

former for miljøpolitisk atferd fordi de nedprioriteres innen konvensjonelle politiske kanaler.

Økt utdanningsnivå har gjort at en stadig større del av befolkningen har fått tilstrekkelig interesse og forståelse for nasjonal og internasjonal politikk til å delta i å fatte beslutninger på dette nivået. Verdiendringer har bidratt til å delegitimere autoriteter. Verdiendringer kombinert med en økt følelse av at de eksisterende økonomiske og politiske systemene ikke strekker til, gjør at folk benytter seg av nye former for politiske inputs. Mens politisk deltakelse tidligere stort sett har avgrenset seg til stemmegivning, dvs. å velge beslutningstakerne, åpner nye former for politisk deltakelse, for at folk selv kan delta i å fatte beslutninger. Elite-styrende politikk gir publikum en viktigere rolle når det gjelder å fatte beslutninger, ikke bare å velge beslutningstakere.

Tabell 4.21: Deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter: Kjønn

	1995		1996		1997	
	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner	Menn	Kvinner
Har deltatt	35	37	43	41	32	29
Har ikke deltatt	65	63	57	59	68	71
%	100	100	100	100	100	100
N	452	462	486	468	475	466

Den bivariate sammenhengen mellom kjønn og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er ikke signifikant i noen av årene.

Tabell 4.22: Deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter: Alder

	1995***				1996*				1997**			
	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-	-29	30-44	45-59	60-
Har deltatt	44	44	33	21	46	45	42	34	39	34	29	20
Har ikke deltatt	56	56	67	79	54	55	58	66	61	66	71	80
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	248	244	199	223	253	291	198	211	152	357	272	158

Den bivariate sammenhengen mellom alder og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er signifikant alle de tre årene. Sammenhengen er monoton og negativ alle de tre årene.

Tabell 4.23: Deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter: Utdanning

	1995***			1996***			1997***		
	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.	Gr. skole	Vid. g.	H.sk/ univ.
Har deltatt	20	41	57	36	39	57	19	28	40
Har ikke deltatt	80	59	43	64	61	43	81	72	60
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	385	306	219	244	497	211	173	402	360

Den bivariante sammenhengen mellom utdanning og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er signifikant alle de tre årene. Vi ser at sammenhengen mellom utdanning og denne typen aktiviteter er monoton og positiv.

Tabell 4.24: Deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter: Husholdningsinntekt

	1995**			1996**			1997*		
	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-	-199	200-499	500-
Har deltatt	30	41	47	36	45	54	30	29	39
Har ikke deltatt	70	59	53	64	55	46	70	71	61
%	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N	262	395	76	275	478	121	124	473	210

Sammenhengen mellom husholdningsinntekt og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er også signifikant alle de tre årene. Vi ser at det er en større andel blant folk med høyere husholdningsinntekt som oppgir at de har deltatt i en eller annen form for miljøpolitisk aktivisme.

Tabell 4.25: Regresjonsanalyse: Deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter

	1995		1996		1997	
	B	T-verdi	B	T-verdi	B	T-verdi
Kjønn	,05	,32	-,08	-,55	-,19	-1,46
Alder						
-30 til 44 år	-,21	-1,03	-,12	-,62	-,45	-2,32
-45 til 59 år	-,35	-1,62	-,37	-1,73	-,61	-2,93
-60 år eller mer	-,62	-2,66	-,72	-3,30	-1,03	-3,85
Utdanning						
-videregående skole	,52	2,90	,22	1,15	-,06	-,28
-høgskole/universitet	,96	4,65	,66	2,90	,25	1,22
Husholdningsinntekt						
-200-499 000	-,05	-,33	,20	1,10	-,30	-1,38
-500 000 eller mer	,08	,31	,62	2,42	0,00	,00
VEKSTVER	-,01	-,10	-,11	-1,60	-,05	-,98
VITENOPT	-,13	-2,21	-,18	-2,29	-,12	-2,28
MPM-dimensjonen						
-blandet	,13	,86	,27	1,76	-,06	-,33
-postmaterialister	,66	1,92	,74	2,21	,52	2,23
INTERN	,11	1,58	,20	2,44	-,08	-1,16
MILJOBEV	,32	3,61	,49	5,87	,29	3,70
MILJOVER	-,21	-3,80	-,28	-3,91	-,17	-3,20
Konstantledd	,19	,38	,10	,18	1,81	3,39
R ²	15,5		16,1		10,6	
N	696		767		674	

Også for deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er det noen sammenhenger som går igjen i alle de tre årene. Aldersgruppen 60 år eller mer deltar signifikant sjeldnere i ukonvensjonelle former for miljøpolitisk aktivisme enn referanseggruppen (som består av de under 30 år). Folk som tror at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene, deltar sjeldnere i miljøpolitiske aktiviteter enn folk som er skeptiske til dette. Folk som ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere deltar oftere i miljøpolitiske aktiviteter enn de som ikke ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere. Dessuten deltar de som er uenige i påstanden om at miljøproblemene er overdrevne signifikant oftere i miljøpolitiske aktiviteter enn de som er av denne oppfatningen.

4.4 Oppsummering

Vi vil her foreta en oppsummering av effektene til de uavhengige variablene som vi har benyttet oss av i analysen. Dette gjør vi ved å ta for oss de uavhengige variablene én for én og se på hvilke utslag de har hatt for de forskjellige handlingstypene.

Kjønn

Kvinner ser oftere etter miljøinformasjon på varene når de handler i dagligvarebutikken enn menn. Denne sammenhengen er signifikant alle de tre årene, både i de bivarierte krysstabellene og i den multivariate regresjonsanalysen. Når vi ser på de bivarierte sammenhengene kildesorterer kvinner signifikant oftere papir enn menn i 1995. Kontrollert for de andre variablene i den multivariate regresjonsanalysen, er imidlertid ikke denne sammenhengen lenger signifikant.

Sett under ett kan kvinner sies å være noe mer miljøengasjerte enn menn. Det eneste feltet kjønnsforskjellen ser ut til å være stabil over tid, er imidlertid for det å se etter miljøinformasjon. Dette er den eneste sammenhengen som er signifikant alle de tre årene.

Alder

De bivarierte sammenhengene mellom alder og det å se etter miljøinformasjon er signifikante i 1995 og 1997. I grove trekk ser eldre mennesker oftere etter miljøinformasjon når de handler enn yngre. I den multivariate regresjonsanalysen ser aldersgruppen 45 til 59 år ser signifikant oftere etter miljøinformasjon når de handler dagligvarer enn de under 30 år i 1995.

De bivarierte sammenhengene mellom alder og det å redusere bilbruken av miljøhensyn er ikke signifikante verken i 1995 eller 1997 (de to årene vi hadde spørsmål om reduksjon av bilbruk). I den multivariate regresjonsanalysen viser det seg at aldersgruppen 45 til 59 år reduserer bilbruken signifikant sjeldnere enn referansegruppen (som består av de under 30 år) i 1997.

Den bivariate sammenhengen mellom alder og kildesortering av papir er signifikant i 1996, der eldre kildesorterer oftere enn yngre. I regresjonsanalysen kildesorterer aldersgruppen over 60 år signifikant oftere papir enn referansegruppen i 1995 og 1996. Den bivariate sammenhengen mellom alder og kildesortering av glass er signifikant i alle de tre årene. I hovedtrekk kildesorterer eldre oftere glass enn yngre. I de multivariate regresjonsanalysene kildesorterer aldersgruppen over 60 signifikant oftere glass enn referansegruppen alle de tre årene, mens aldersgruppen 45 til 59 år kildesorterer signifikant oftere enn referansegruppen i 1996 og 1997.

De bivariate sammenhengene mellom alder og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er signifikante alle de tre årene. Disse sammenhengene er monotone, der yngre deltar oftere i ukonvensjonelle former for miljøpolitiske aktiviteter enn eldre. Når vi ser på de multivariate regresjonsanalysene, er det imidlertid bare aldersgruppen over 60 år som deltar signifikant sjeldnere i miljøpolitiske aktiviteter enn referansegruppen alle de tre årene.

Alder viser seg dermed å ha en viss betydning for miljøengasjement. Effekten av alder viser seg imidlertid å variere med hensyn til hvilke handlingstyper vi ser på. Mens eldre mennesker forbruker mer miljøbevisst, deltar yngre oftere i miljøpolitiske aktiviteter. Dette er i tråd med tidligere undersøkelser (se bl. a. Nyberg, 1997).

Utdanning

Den bivariate sammenhengen mellom utdanning og det å se etter miljøinformasjon når man handler i dagligvarebutikken, er signifikant i 1995 og 1996. I begge disse årene er det de med utdanning fra høyskole- eller universitetsnivå som oftest ser etter miljøinformasjon. I den multivariate regresjonsanalysen er sammenhengen mellom utdanning og det å se etter miljøinformasjon signifikant i 1995, der sammenhengen er monoton og positiv.

Den bivariate sammenhengen mellom utdanning og bilbruk er signifikant i 1995, der tilbøyeligheten til å redusere bilbruken av hensyn til miljøet øker i takt med utdanningsnivået. De med utdanning fra høyskole- eller universitetsnivå reduserer bilbruken signifikant oftere enn referansegruppen (som består av de med kun grunnskole) også i den multivariate regresjonsanalysen.

Den bivariate sammenhengen mellom utdanning og kildesortering av papir er signifikant i 1996, der den er monoton og positiv. De bivariate sammenhengene mellom utdanning og kildesortering av glass er signifikante i 1996 og 1997. I 1996 kildesorterer de med videregående skole og de med utdanning fra høyskole- eller universitetsnivå oftest glass. I 1997 kildesorterer de med utdanning fra høyskole eller universitetsnivå oftest glass. Disse sammenhengene er imidlertid ikke lenger signifikante når vi kontrollerer for de andre variablene i den multivariate regresjonsanalysen.

Den bivariate sammenhengen mellom utdanning og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er signifikant i alle de tre årene. Denne sammenhengen er monoton og positiv alle de tre årene. Denne sammenhengen er også signifikant i den multivariate regresjonsanalysen i 1995. I regresjonsanalysen for 1996 deltar de med utdanning fra høyskole eller universitetsnivå signifikant oftere i denne typen aktiviteter enn de med bare grunnskole.

Det viser seg dermed at utdanning har en viss betydning for folks miljøengasjement, og at det gjennomgående er de med høyere utdanning som opptrer mest miljøengasjert.

Husholdningsinntekt

De bivariate sammenhengene mellom husholdningsinntekt og det å se etter miljøinformasjon når man handler er ikke signifikante i noen av årene. I den multivariate regresjonsanalysen for 1996 ser de med husholdningsinntekt på mer enn 500 000 i året signifikant sjeldnere etter miljøinformasjon enn de i referansegruppen (som består av de fra husholdninger med en samlet inntekt på under 200 000 i året).

Den bivariate sammenhengen mellom husholdningsinntekt og kildesortering av papir er signifikant i 1995, der omfanget av folks kildesortering øker etter som vi går oppover i inntektskategoriene. I regresjonsanalysen kildesorterer de som tilhører husholdninger med inntekt på 500 000 eller mer signifikant oftere enn referansegruppen både i 1995 og i 1996.

Den bivariate sammenhengen mellom husholdningsinntekt og kildesortering av glass er signifikant i 1995. Denne sammenhengen er også signifikant i den

multivariate regresjonsanalysen. I den multivariate regresjonsanalysen er sammenhengen mellom husholdningsinntekt og kildesortering av glass signifikant også i 1996 og 1997. I 1996 er denne sammenhengen er monoton og positiv. I 1997 kildesorterer de som tilhører husholdninger med en brutto årsinntekt på 200 000 til 499 000 signifikant sjeldnere enn de fra husholdninger med brutto årsinntekt på under 200 000 kroner.

De bivariate sammenhengene mellom husholdningsinntekt og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter er signifikante alle de tre årene. De som tilhører husholdninger med en årsinntekt på 500 000 kroner eller mer deltar oftest i denne typen aktiviteter. Disse sammenhengene er imidlertid ikke lenger signifikante når vi kontrollerer for de andre variablene: I de multivariate regresjonsanalysene består den eneste signifikante sammenhengen i at de som tilhører husholdninger med en brutto årsinntekt på mer enn 500 000 deltar signifikant oftere i miljøpolitiske aktiviteter i 1996. Sett under ett viser det seg dermed at det er folk i den høyeste inntektskategorien (over 500 000) som er mest miljøengasjerte.

Vekst-med-vern-ideologien (VEKSTVER)

Den eneste signifikante sammenhengen mellom hvilket syn man har på vekst-med-vern-ideologien og miljøengasjement, er for hvorvidt man ser etter miljøinformasjon når man gjør sine innkjøp i dagligvarebutikken i 1996. De som er tilhengere av vekst-med-vern-ideologien ser oftere etter miljømerking enn de som er motstandere av ideologien.

Hvorvidt folk mener det er nødvendig med økonomisk vekst eller ikke for å løse miljøproblemene, ser med andre ord ikke ut til å ha noen særlig betydning for deres miljøengasjement. Vekst-med-vern ser dermed ikke ut til å være noen viktig skillelinje når det gjelder miljøengasjement på individnivå.

Vitenskapsoptimisme (VITENOPT)

Det er signifikant sammenheng mellom holdning til moderne vitenskap og kildesortering av glass i 1996, der de som er enige i påstanden om at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene uten at det fører til store forandringer i vårt levesett kildesorterer sjeldnere enn de som er uenige i denne påstanden. Det er også signifikant sammenheng mellom holdning til moderne vitenskap og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter alle de tre årene. I alle disse tilfellene er det de som er uenige i påstanden om at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene som scorer høyest.

MPM-dimensjonen (MPM)

Det er signifikant sammenheng mellom MPM-dimensjonen og det å se etter miljøinformasjon når man handler og det å redusere bilbruken av miljøhensyn i 1997. I begge disse tilfellene er det de som prioriterer postmaterialistiske verdier som scorer høyest og de som prioriterer materialistiske verdier som scorer lavest. I 1997 kildesorterer de som tilhører den kategorien som har både materialistiske og postmaterialistiske verdier blant sine øverste prioriteringer papir signifikant sjeldnere enn de som prioriterer to materialistiske verdier på topp. Sammenhengen mellom det å prioritere postmaterialistiske verdier og delta i ukonvensjonelle former for miljøpolitisk aktivisme er signifikant og positiv i 1996 og 1997. Sett under ett viser det seg dermed at folk med postmaterialistiske verdier generelt er mer miljøengasjerte enn andre.

Intern/ekstern kontroll (INTERN)

Respondentenes følelse av intern versus ekstern kontroll er signifikant for kildesortering av papir i 1995, for kildesortering av glass i 1995 og 1996, og for deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter i 1996. I alle disse tilfellene scorer de som føler at den enkelte forbruker selv kan bidra til å løse miljøproblemene høyere enn de som har mindre tro på dette.

Miljøbevisst identitet (MILJOBEV)

Den sikreste prediktoren for miljøengasjement sett under ett er at folk ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere. Denne variabelen har signifikant effekt for alle de ulike handlingstypene i alle de tre årene. Som vi har vært inne på kan vi her stille et spørsmålstegn ved årsaksforholdet, om det er slik at folk går rundt og tenker på seg selv som miljøbevisste forbrukere, og dermed føler seg "forpliktet" til å handle miljøbevisst, eller om de først handler miljøbevisst, for

så å definere seg selv som miljøbevisste forbrukere i ettertid. Uansett kausalforhold kan det ikke sies å være noen overraskelse å finne statistisk sammenheng mellom det å se på seg selv som miljøbevisst forbruker og det å handle miljøbevisst, siden dette er variabler som må sies å ligge svært tett opp til hverandre.

Oppfatninger angående miljøproblemenes alvorlighetsgrad (MILJOVER)

Det er signifikant sammenheng mellom folks oppfatninger angående alvorret i miljøproblemen og det å se etter miljøinformasjon ved varekjøp alle de tre årene. De som mener at miljøproblemen er overdrevet, ser sjeldnere etter miljøinformasjon når de handler enn de som ikke er av denne oppfatningen. Det er signifikant sammenheng mellom folks oppfatninger angående miljøproblemenes alvorlighetsgrad og miljøbevisst bilbruk i 1995, der de som er enige i påstanden om at miljøproblemen er betydelig overdrevet, er mindre miljøbevisste i sin bilbruk enn de som er av motsatt oppfatning. Det er signifikant sammenheng mellom folks oppfatning angående alvorret i miljøproblemen og deltakelse i ukonvensjonelle former for miljøpolitiske aktiviteter alle de tre årene. Over hele linjen er det de som mener at miljøproblemen er betydelig overdrevet som i minst grad deltar i miljøpolitiske aktiviteter.

5 Oppsummering og konklusjon

Hensikten med denne rapporten har vært å undersøke hvorvidt det har funnet sted endringer i folks miljøengasjement på 90-tallet. Vi har tatt for oss endringer både i miljøpolitisk kultur og i folks faktiske miljøengasjement. Andre aspekter vi er opptatt av er hvem det er som er mest miljøengasjert, hva det er som motiverer disse, og hvorvidt vi kan spore endringer over tid med hensyn til hva det er som forklarer ulike former for miljøengasjement. Vi vil her foreta en oppsummering av de funnene vi har gjort, samt forsøke å trekke noen konklusjoner.

5.1 Endringer i miljøpolitisk kultur

I kapittel 2 definerte vi miljøpolitisk kultur som de aspekter ved den politiske kulturen som har, eller kan forventes å ha, betydning for folks miljøengasjement. Vi operasjonaliserte den miljøpolitiske kulturen ved å finne ulike indikatorer for oppfatninger, holdninger, verdier og ideologier.

Vi kan konstatere at det har funnet sted visse endringer i den miljøpolitiske kulturen de senere årene. Det viser seg at våre oppfatninger angående miljøproblemenes alvorlighetsgrad har endret seg noe. De aller fleste opplever miljøproblemene som alvorlige. Det er imidlertid færre som er av den oppfatning at miljøproblemene er svært alvorlige i 1997 enn hva tilfellet var i 1989. På den annen side er det flere som synes at miljøproblemene er ganske alvorlige. Dette tyder på at færre mener at miljøproblemene utgjør en overhengende fare, men at det likevel fremdeles er mange som tar dem alvorlig.

Når det gjelder oppfatninger om miljøsammenhenger viser det seg at flertallet, i tråd med teorien om drivhuseffekten, er av den oppfatning at forbrenning av fossile brensler bidrar til denne. Andelen som mener dette har økt fra 1993 til 1997. Mens det er flere som er bevisste sammenhengen mellom bruk av fossile brensler og drivhuseffekten, er det imidlertid færre som kobler bruk av KFK-gasser til nedbrytning av ozonlaget.

Det kan se ut som om vi har fått mer miljøbevisste verdier og holdninger de senere årene. Stadig flere synes å prioritere miljøvern fremfor materialistiske verdier, og vi har blitt mer villige til å godta en reduksjon i sin levestandard for å beskytte miljøet. Over halvparten oppfatter seg selv som miljøbevisste forbrukere og det store flertallet av respondentene mener at den enkelte forbruker har noe å bidra med i miljørammen.

Det har også funnet sted endringer i synet vårt på miljøpolitiske virkemidler. Mens andelen som er positive til økonomiske virkemidler i miljøpolitikken har økt, har andelen av de som er positive til forbud av miljøskadelige varer og tjenester minnet. Det ser dermed ut som om det finner sted en endring i vårt syn på virkemidler, i form av en dreining vekk fra normative/juridiske virkemidler (forbud og påbud) til økonomiske virkemidler. Det er også en større andel som mener at forurensende industri må rydde opp etter seg selv.

Vi fant at folk som identifiserer seg med partier på høyresiden i det politiske landskapet generelt er mer negative til miljøpolitiske virkemidler (som forbud mot miljøskadelige varer og tjenester, avgiftsbelastning av miljøskadelige varer og tjenester, og sanksjoner mot bedrifter som forurenser). Våre tall indikerer dessuten at folk på venstre- og høyresiden opplever miljøsituasjonen noe ulikt, at representanter for høyresiden har en tendens til å se mindre alvorlig på situasjonen enn folk på venstresiden og i sentrum.

Vårt syn på vitenskapens rolle i miljørammen har også endret seg. Det har funnet sted en økning blant dem som mener at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene uten at det fører til store endringer i vårt levesett. Parallelt med dette har det funnet sted en reduksjon blant dem som mener at vi trenger økonomisk vekst her i landet for å beskytte miljøet. På den annen side at det er flere som er *helt uenige* i at økonomisk vekst skader miljøet. Dette kan bety at det har funnet sted en sterkere polarisering i befolkningen med hensyn til synet på betydningen av økonomisk vekst for miljøet.

5.2 Endringer i miljøengasjementet

Vi definerte innledningsvis miljøengasjement som miljøbevisst handling, der miljøbevisste handlinger er handlinger der aktøren lar betraktninger om handlingens konsekvenser for miljøet gi utslag i hvordan han eller hun handler. Vi har sett nærmere på to hovedformer for miljøengasjement, miljøbevisst forbruk og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter. Miljøbevisst forbruk omfatter søk etter miljøinformasjon ved innkjøp, kjøp av økologisk produsert mat, valg av transportmiddel, samt kildesortering av papir og glass. Miljøpolitisk aktivisme omfatter deltakelse i demonstrasjoner, økonomiske donasjoner, deltakelse i underskriftskampanjer og boikott av varer av miljøhensyn.

Som vi har sett har den miljøpolitiske kulturen endret seg en del de senere årene. Det viser seg at det også har funnet sted endringer i vårt miljøengasjement, blant annet at det er en økning blant dem som oppgir at de ser etter miljømerking på produktene i dagligvarebutikken i 1997 sammenliknet med 1995 og 1996, at det er en større andel som oppgir at de ville kjøpe økologisk produsert melk dersom dette var tilgjengelig i butikken i 1997 sammenliknet med 1996, og at det er en stadig større andel som kildesorterer alt eller mesteparten av deres glass- og papiravfall⁷¹. På den annen side er det en nedgang blant de som oppgir at de reduserer bilbruken av hensyn til miljøet i 1997 sammenliknet med i 1995. Det har også funnet sted en viss tilbakegang når det gjelder oppslutning om ulike former for ukonvensjonell miljøpolitisk aktivisme. Det hefter imidlertid en viss usikkerhet ved dette som kan knyttes til respondentenes hukommelse, ved at de blir bedt om å redegjøre for et tidsrom på tre år.

Vi ser dermed at utviklingstendensene trekker i ulike retninger for forskjellige indikatorer for miljøengasjement. På noen områder har vi blitt mer miljøengasjerte, på andre områder er miljøengasjementet på retur. Dette skillet

⁷¹ Når det gjelder den økte oppslutningen om kjøp av økologisk mat og kildesortering behøver det imidlertid ikke å være et økt miljøengasjement som ligger til grunn. Det kan for eksempel være økt fokusering på helse som gjør at folk kjøper mer av økologisk produserte matvarer, og det kan være at kommunale ordninger for innsamling av kildesortert materiale har blitt bedre utbygd som ligger til grunn for at det er stadig flere som oppgir at de kildesorterer avfall.

sammenfaller stort sett med skillet mellom forbrukshandlinger og deltakelse i politiske aktiviteter. Mens vi blir stadig mer miljøbevisste i vårt daglige forbruk, slutter vi i stadig mindre grad opp om organiserte former for ukonvensjonell miljøpolitisk aktivisme. Dette betyr at miljøbevegelsen ikke er en homogen, ensrettet bevegelse, men at den snarere består av ulike tendenser som går i til dels forskjellige retninger. Det er dermed vanskelig å trekke noen entydige konklusjoner om hvorvidt vi sett under ett har blitt mer eller mindre miljøengasjerte enn tidligere.

5.3 Forklaringer av miljøengasjement

Vi har fokusert på to hovedtyper uavhengige variabler i rapporten, *sosialstrukturelle* og *kulturelle* variabler. Mens sosialstrukturelle variabler viser til folks posisjon i den sosiale strukturen, viser kulturelle variabler til ideologier, verdier, holdninger og oppfatninger. Vi har tatt for oss de sosialstrukturelle variablene *kjønn*, *alder*, *utdanning*, *husholdningsinntekt* og de kulturelle variablene *vekst-med-vern-ideologien*, *vitenskapsoptimisme*, *materialisme/postmaterialisme-dimensjonen*, *intern versus ekstern kontroll*, *identitet som miljøbevisst forbruker* og *synet på miljøproblemenes alvorlighetsgrad*.

Sosialstrukturelle variabler

Sett under ett kan kvinner sies å være noe mer miljøengasjerte enn menn. Det eneste området kjønnsforskjellen er stabil over tid, er imidlertid når det gjelder å se etter miljøinformasjon ved innkjøp av dagligvarer. Sammenhengen mellom alder og miljøengasjement viser seg å variere avhengig av hvilke handlingstyper vi ser på: Mens eldre mennesker forbruker mer miljøbevisst deltar yngre oftere i miljøpolitiske aktiviteter. Utdanning har en viss betydning for folks miljøengasjement, og det er gjennomgående de med høyere utdanning som opptrer mest miljøengasjert. Med hensyn til husholdningsinntekt viser det seg at folk med husholdningsinntekt over 500 000, sett under ett, er mer miljøengasjerte enn folk med lavere husholdningsinntekt.

Kulturelle variabler

Den sikreste prediktoren for miljøengasjement totalt sett er at folk ser på seg selv som miljøbevisste forbrukere. Denne variabelen har signifikant effekt for alle handlingstyper alle de tre årene. En annen variabel som viser seg å være en forholdsvis sikker prediktor for miljøengasjement, er respondentenes oppfatning angående alvorret i miljøproblemene. De som er uenige i utsagnet om at miljøproblemene er alvorlig overdrevet, er generelt mer miljøengasjerte enn de som er enige i denne påstanden. Holdningen til moderne vitenskap viser seg å være en sikker prediktor for deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter. Her er det de som er uenige i påstanden om at moderne vitenskap vil løse miljøproblemene som scorer høyest. Sett under ett viser det seg at respondenter som prioriterer postmaterialistiske verdier generelt er mer miljøengasjerte enn de som prioriterer materialistiske verdier, og at respondenter som er enige i utsagnet om at den enkelte forbruker selv kan bidra til å løse miljøproblemene generelt er mer miljøengasjerte enn de som har mindre tro på dette.

5.4 Endringer i forklaringer av miljøengasjement

Den mest påfallende endringen med hensyn til hva det er som forklarer de ulike formene for miljøengasjement, er at forklaringskraften til materialisme/postmaterialisme-dimensjonen er blitt større, mens forklaringskraften til utdanning har blitt mindre. Dette er i tråd med Ingleharts teori om at kulturelle variabler er i ferd med å få større forklaringskraft enn sosialstrukturelle når det gjelder deltakelse i miljøbevegelsen (Inglehart, 1977, 1990). I 1995 var det ingen signifikante forskjeller mellom materialister og postmaterialister i deres miljøengasjement. I 1997 har MPM-dimensjonen signifikant effekt for hvorvidt folk ser etter miljømerking når de handler varer, reduserer bilbruken av miljøhensyn, kildesorterer papir og deltar i miljøpolitiske aktiviteter. Mens det i 1995 ikke var noen signifikante forskjeller mellom materialister og postmaterialister med hensyn til miljøengasjement, er altså denne dimensjonen blitt en av de sikreste prediktorene for miljøengasjement i 1997. I 1995 hadde utdanning signifikant effekt for hvorvidt folk så etter miljømerking når de handlet, for hvorvidt de reduserte bilbruken og for hvorvidt de deltok i miljøpolitiske aktiviteter. I 1997 har ikke utdanning signifikant effekt for noen av handlingstypene. Dette indikerer at

miljøengasjementet har blitt jevnere fordelt over grupper med ulikt utdanningsnivå.

5.5 Konklusjon

Som vi har sett trekker utviklingstendensene i ulike retninger for forskjellige indikatorer for miljøengasjement. Mens vi på noen områder har blitt mer miljøengasjerte, har vi blitt mindre miljøengasjerte på andre områder. Dette skillet sammenfaller stort sett med skillet mellom forbrukshandlinger og deltakelse i politiske aktiviteter. Mens vi blir stadig mer miljøbevisste i vårt daglige forbruk, slutter vi i stadig mindre grad opp om organiserte former for ukonvensjonell miljøpolitisk aktivisme. Dette betyr at miljøbevegelsen ikke er en homogen, ensrettet bevegelse, men at den snarere består av ulike tendenser som går i til dels forskjellige retninger. Det er dermed vanskelig å trekke noen entydige konklusjoner om hvorvidt vi sett under ett har blitt mer eller mindre miljøengasjerte enn tidligere.

Våre funn tyder på at strukturelle forhold spiller en viktig rolle når man skal forklare miljøengasjement, både med hensyn til forbruk og deltakelse i miljøpolitiske aktiviteter. Økt oppslutningen om kildesortering gjenspeiler bedret tilrettelegging de senere årene. Strukturelle forhold slår også ut i negativ retning: Økt bilbruk gjenspeiler økt tilgang til bil, og nedgangen i oppslutningen om miljøpolitiske aktiviteter gjenspeiler en tilsvarende reduksjon i antall organiserte miljøpolitiske initiativ. Implikasjonen av dette er at tilrettelegging for miljøvennlig handling er et avgjørende miljøpolitisk virkemiddel.

Litteratur

Ajzen, Icek og Martin Fishbein. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. New Jersey: Prentice-Hall.

Baldassare, Mark & Cheryl Katz. 1992. "The Personal Threat of Environmental Problems as Predictor of Environmental Practices", *Environment and Behavior*, vol. 24, no. 5 (september): 606-616.

Beck, Ulrich. 1992. *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: SAGE Publications.

Beck, Ulrich. 1997. *The Reinvention of Politics: Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Cambridge: Polity Press.

Berge, Guro og Turid Nondal. 1994. *Livsstil som barriere. Holdninger til bil og kollektivtransport blant bilbrukere i Oslo og Akershus*. TØI rapport 267/1994.

Berge, Guro, Thorbjørn Rundmo og Morten Stenstadvold. 1992. *Velferdsvirkninger av redusert mobilitet*. TØI rapport 128/1992.

Bjørkum, Ellen. 1997. *Kjøtt, forbrukeroppfatninger og offentlig debatt*. Rapport nr. 3-1997, Statens institutt for forbruksforskning.

Dickens, Peter. 1992. *Society and Nature. Towards a Green Social Theory*. New York: Harvester Wheatsheaf.

Dulsrud, Arne. 1992. "Boikott som forbrukerpolitisk virkemiddel", i John W. Bakke og Marianne Lien (red.): *Mellom nytte og nytelse*. Arbeidsrapport nr. 9-1992, Statens institutt for forbruksforskning.

Eckhoff, Torstein. 1983. *Statens styringsmuligheter, særlig i ressurs- og miljøspørsmål*. Oslo: Tanum – Norli.

Enger, Anniken. 1995. *Kildesortering*. Rapport nr. 11-1995, Statens institutt for forbruksforskning.

Enger, Anniken. 1998. *Miljøargumentasjon i markedsføring. En innholdsanalyse av tre reklamekanaler*. Rapport nr. 1-1998, Statens institutt for forbruksforskning.

Ernæringslinjen. 1995. *Utredning om ernæring og økologisk landbruk*. Universitetet i Oslo.

Grunert, Suzanne C. og Hans Jørn Juhl. 1995. "Values, environmental attitudes, and buying of organic foods", i *Journal of Economic Psychology*, 16: 39-62.

Gundersen, Frode. 1991. "Utviklingstrekk ved miljøbevegelsen i Norge", *Sosiologi i dag*, 2:12-35.

Gundersen, Frode. 1996. "Framveksten av den norske miljøbevegelsen", i Kristin Strømsnes og Per Selle (red.): *Miljøvernpolitikk og miljøvernorganisering mot år 2000*. Oslo: Tano Aschehoug.

Habermas, Jürgen. 1981. New Social Movements, *Telos*, 49: 33-7.

Habermas, Jürgen. 1987. *The Theory of Communicative Action. Volume Two. Lifeworld and System: A Critique of Functionalist Reason*. Boston, Massachusetts: Beacon Press.

Hagtvet, Bernt. 1981. "Ulydighetsproblemet i vestlig politisk filosofi. Analyse av en teoritradisjon", i Bernt Hagtvet (red.): *Den vanskelige ulydigheten. Om sivil ulydighet som aksjonsform i parlamentariske demokratier*. Oslo: Pax Forlag.

Hjorthol, Randi og Guro Berge. 1997. *Miljøbevissthet og valg av reisemåte*. Transportøkonomisk institutt.

Hjorthol, Randi, Marika Kolbenstvedt og Nils Vibe. 1990. *Kan vi leve uten bil? Et spill om byfamiliens hverdagsliv og reiser*. TØI rapport 0057/1990.

Inglehart, Ronald. 1977. *The Silent Revolution: Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Inglehart, Ronald. 1990. *Culture Shift in Advanced Industrial Society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Jansen, Alf-Inge. 1989. *Makt og miljø. En studie av utformingen av den statlige natur- og miljøvernpolitikken*. Oslo: Universitetsforlaget.

Kasin, Olav. 1993. *Fra søppel til ressurs*. Arbeidsrapport nr. 5-1993, Statens institutt for forbruksforskning.

Knutsen, Oddbjørn. 1980. *Verdier i samfunnsvitenskapene (II)*. Rapport nr. 4, Institutt for statsvitenskap, Universitetet i Oslo.

Knutsen, Oddbjørn. 1985. *Politiske verdier, konfliktlinjer og ideologi - Den norske politiske kulturen i et komparativt perspektiv*. Doktorgradsavhandling ved Institutt for statsvitenskap, Universitetet i Oslo.

Lavik, Randi. 1997. *Miljøengasjement i endring*. Arbeidsrapport nr. 7-1997, Statens institutt for forbruksforskning.

Lavik, Randi. 1999. *Miljømonitor. Metodologiske erfaringer*. Notat nr. 5-1999, Statens institutt for forbruksforskning.

Lorentzen, Håkon. 1981. "Ulydighet i demokratiets navn", i Bernt Hagtvat (red.): *Den vanskelige ulydigheten. Om sivil ulydighet som aksjonsform i parlamentariske demokratier*. Oslo: Pax Forlag.

Lunde, Tormod og Arvid Strand. 1995. *Kollektivtransport og publikum*. Arbeidsrapport nr. 8-1995, Statens institutt for forbruksforskning.

Løyland, Knut, Ståle Navrud og Jon Strand. 1993. "Betalingsvillighet for økologiske matvarer i Norge. En betinget verdsettingsstudie", *Sosialøkonomen*, nr. 2: 25-30.

- Marsh, Alan. 1990. *Political Action in Europe and the USA*. Houndmills: MacMillan.
- NOU 1984: 6. *Personbilpolitikk. Personbilen i norsk samferdsel*. Oslo: Universitetsforlaget.
- NOU 1995: 4. *Virkemidler i miljøpolitikken*. Oslo: Statens trykningskontor.
- Nyberg, Anders. 1997. *Miljøengasjement. En sammenlikning av Tyskland, Norge og Japan*. Rapport nr. 10-1997, Statens institutt for forbruksforskning.
- Otnes, Per. 1986. "King Car. An iron cage of irrationality", *Sosiologisk Årbok*.
- Pepper, David. 1986. *The Roots of Modern Environmentalism*. London: Routledge.
- Pepper, David. 1993. *Eco-Socialism. From deep ecology to social justice*. London: Routledge.
- Ramm, Jorun Skoglund. 1997. *Forbrukernes miljøinnsats*. Rapport nr. 2-1997, Statens institutt for forbruksforskning.
- Rokeach, Milton. 1970. *Beliefs, Attitudes and Values: A Theory of Organization and Change*. San Francisco: Jossey-Bass Inc., Publishers.
- Rotter, J. B, M. Seeman og S. Liverant. 1962. "Internal versus external control of reinforcement: A major variable in behavior theory", i N. F. Washburne (red.): *Decisions, Values and Groups*, vol. 2. London: Pergamon Press.
- Seippel, Ørnulf. 1995. *Fra natur til handling. En empirisk analyse av forholdet mellom natursyn, forbruk og politisk atferd*. Oslo: Prosjekt Alternativ Framtid.
- SFT (Statens forurensningstilsyn). 1990. *Miljøeffekter av økologisk jordbruk*. SFT-rapport nr. 101.
- Smith, N. Craig. 1990. *Morality and the market: consumer pressure for corporate accountability*. London : Routledge

Stangeby, Ingunn, Jens Kr Steen Jacobsen, Ronny Klæboe, Lars Rand, Trygve Solheim. 1996. *Persontransport i Norge. Dagens situasjon, utviklingstrekk og faktorer som påvirker folks transportmiddelbruk på reiser*. TØI rapport 326/1996.

St. meld. nr. 58. 1996-97. *Miljøvernpolitikk for en bærekraftig utvikling: dugnad for framtida*. Oslo: Miljøverndepartementet

Strandbakken, Pål. 1995. *Bærekraftig forbruk*. Rapport nr. 1-1995, Statens institutt for forbruksforskning.

Strøm, Bjørn. 1995. *Markedsmuligheter og betalingsvillighet for økologiske produkter*. Rapport 3-1995, Landbrukets Utredningskontor.

Tucker, Lewis R. 1980. "Identifying the Environmentally Responsible Consumer: The Role of Internal-External Control of Reinforcements", *Journal of Consumer Affairs*, vol. 14: 326-340.

Turner, Jane, Rob Harrison, Bruce Bingham og Ruth Binns (red.). 1993. *The Ethical Consumer Guide to Everyday Shopping*. Manchester: ECRA Publishing Ltd.

West, Karin. 1995. "Miljømerking – Om industrialisering av miljøstandarder", *Alternativ Framtid*, 3: 45-56.