

Bokanmeldelse

Mediating Sustainability in the Consumer Society

Siri Homlong

Lektor (PhD), Institutionen för bild- och slöjdpedagogik, Konstfack

orcid.org/0000-0002-8125-4496

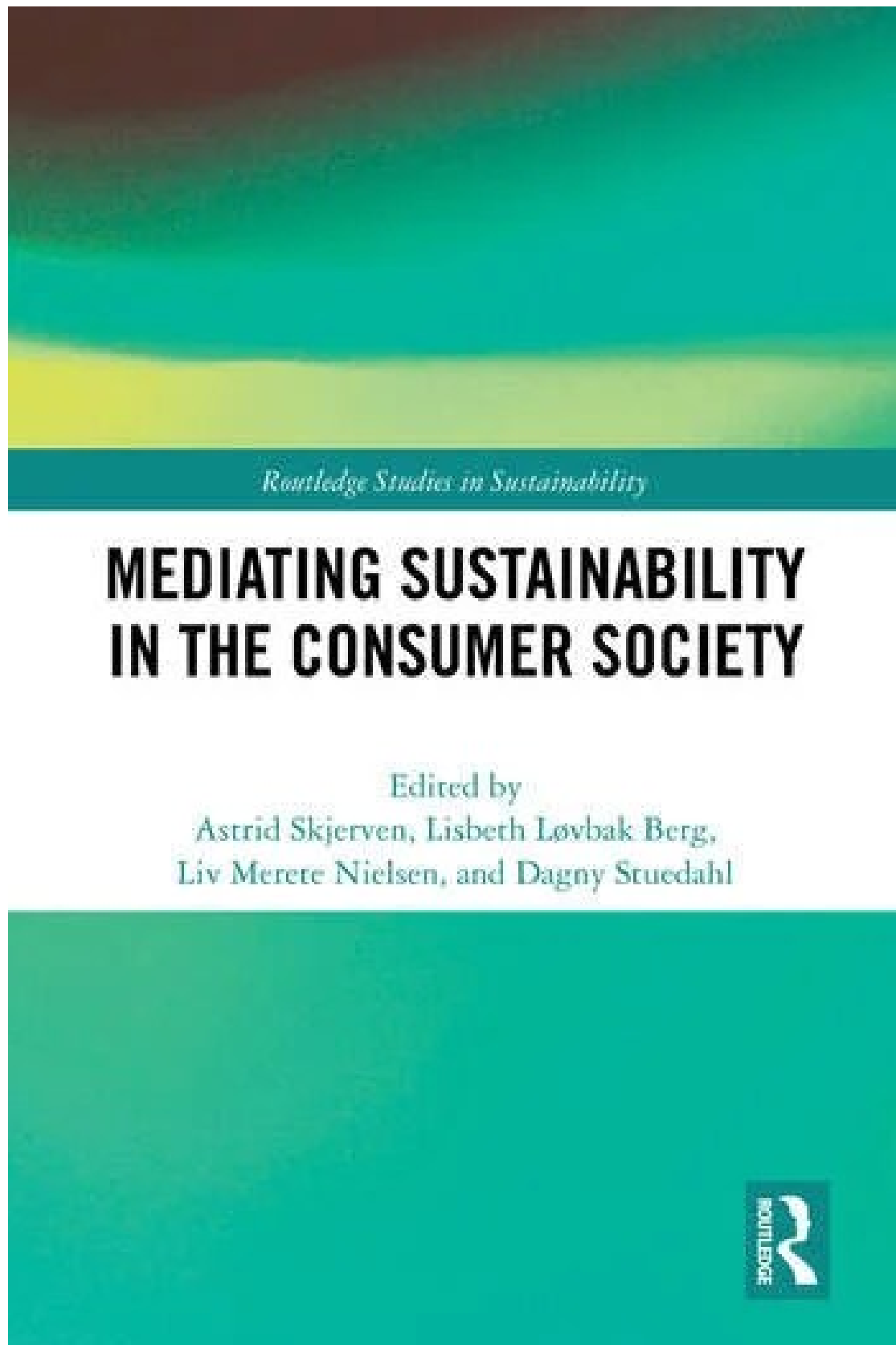
siri@homlong.se



© Forfatter(ne). Dette er en Open Access-artikkel utgitt i henhold til vilkårene i
CC-BY 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)
www.FormAkademisk.org

Figur 1

Mediating Sustainability in the Consumer Society. Eds. Astrid Skjerven, Lisbet Løvbak Berg, Liv Merete Nielsen & Dagny Stuedahl. (2025). Routledge



Boken er en antologi som inngår i serien *Routledge Studies in Sustainability*. De elleve kapitlene er inndelt i temaene Ethics, Consumption, Communication og Literacy. Forfatterne er tilknyttet flere ulike organisasjoner, forsknings- og utdanningsinstitusjoner i Storbritannia, Australia, Tyskland og Norge, og har bakgrunn i filosofi, konsumforskning, media og design. Kapitlene beskriver og diskuterer bærekraft i et demokratisk perspektiv, i reklamekampanjer, grønnvasking og ansvarsspørsmål i relasjon til sosiale medier etc. Konkrete eksempler presenteres fra blant annet Instagram, IKEA, motebransjen og aktivisme.

I det innledende kapitlet peker redaktørene på at formidling av informasjon spiller en viktig rolle for konsumenters og samfunnsborgeres mulighet å gjøre bærekraftige valg, men at informasjon som formidles ofte har avsendere med politiske eller kommersielle interesser som på ulike måter vinkler budskapet eller påvirker produktene som presenteres for markedet.

Redaktørene presenterer flere bøker fra perioden 2015 til 2024 som tar opp denne problematikken, bøker som alle har fokus på et spesielt problem- eller fagområde. Med *Mediating Sustainability in the Consumer Society* vil de gi et mer holistisk og multidisiplinært perspektiv i relasjon til medier, offentlig sektor samt ulike sosiale grupper og individer, med målet å skape bevissthet i samfunnet om de ulike aktørenes roller. Med de varierte kapitlenes ulike perspektiv, redaktørenes litteraturpresentasjon og forfatterens referanser til ytterligere forskning og informasjon, bidrar boken med innsyn i mange aktørers virksomhet - og til refleksjon over hvilke orienteringsmuligheter konsumenter i hele verden har til å sortere den informasjon som på ulike måter formidles.