

MAS5100  
Masteroppgave  
Høyskolen Kristiania



En kvalitativ studie av  
Den pliktoppfyllende kvinne i kjøpskontekst

Antall ord: 38128

Vår 2016

”Denne oppgaven er gjennomført som en del av utdannelsen ved Høyskolen Kristiania. Høyskolen Kristiania er ikke ansvarlig for oppgavens metoder, resultater, konklusjoner eller anbefalinger”

## **Forord**

Denne masteroppgaven er utarbeidet som en del av masterprogrammet Master i Markedsføringsledelse ved Høyskolen Kristiania, Oslo, 2014-2016. Arbeidet med masteroppgaven startet allerede i august 2015, og har vært et kontinuerlig arbeid for oss det siste året. Vi har valgt et tema som vi oppfatter som svært interessant, men også komplekst. Arbeidet med masteroppgaven har vært krevende, men en svært lærerik prosess.

Det er flere vi ønsker å takke i forbindelse med arbeidet. Først og fremst ønsker vi å rette en stor takk til vår veileder, Runar Døving. Hans faglige dyktighet, kunnskap og engasjement har bidratt stort til vår oppgave. Takk for gode innspill, diskusjoner og konstruktive tilbakemeldinger.

Vi uttrykker også stor takknemlighet overfor informantene som deltok i denne undersøkelsen, som vi har fått lov til å følge på deres handleturer samt at de har stilt opp for personlige intervjuer. Uten denne innsikten ville vi ikke vært i stand til å undersøke temaets omfang og dimensjoner.

**Høyskolen Kristiania, Oslo. august 2016**

748787

980242

## Sammendrag

Det er forsket lite på hvorvidt forbrukere responderer på symbolmerking i kjøpskontekst, spesielt er det gjort svært få kvalitative studier på dette området. Hensikten med vår oppgave var å få en dypere innsikt i hvilken grad forbrukeren responderer på offentlig styringsverktøy i kjøpskontekst, i dette tilfellet Nøkkelhullsmerket. Vårt teoretiske utgangspunkt bestod av to hovedkomponenter. Først så vi nærmere på governance teori hvor vi pekte på offentlig styring gjennom symbolmerking, som en form for indirekte styring av forbrukeren. Deretter gjorde vi rede for forbrukerteori med fokus på Den pliktoppfyllende kvinne som en operasjonell abstraksjon, der kvinnens plikter og relasjoner med andre individer ble definert.

Vi har hatt en abduktiv tilnærming til datainnsamlingen, der vi har benyttet et etnografisk design i form av deltakende observasjon, samt avsluttende dybdeintervjuer. Feltarbeidet strakk seg over en periode på ca. 2 måneder, hvor vi i snitt gjennomførte tre observasjoner per informant. Dette resulterte i 15 handleturer og totalt 5 dybdeintervjuer hvorav utvalget består av fem kvinner. Utvalget ble basert på ulike demografiske variabler; primært alder, kjønn og relasjoner i husholdet. Den faglige konteksten for undersøkelsen var butikker informantene foretok matinnkjøp.

Oppsummert viste våre funn at Nøkkelhullsmerket hadde en begrenset relevans i kjøpskontekst. Dette i form av at merkingen ikke ble brukt som et bevisst beslutningsgrunnlag av studiens informanter, og vi anser dermed ikke Den pliktoppfyllende kvinne som en egnet mottaker av Nøkkelhullet som symbolmerke. Dette har sammenheng med flere årsaker. Dette i form av en mengde plikter kvinnen har i kjøpskontekst; plikten hvor normer og regler knyttet til hvilken kontekst varen skal inngå i, samt at kvinnen benytter relasjoner i og utenfor husholdet som et beslutningsgrunnlag. Funnene anses som relevante og viktige for det offentlige som blant annet Helsedirektoratet, samt leverandører som benytter seg av symbolmerking på sine produkter.

**Fagfelt:** Forbrukersosiologi, markedsføring og antropologi.

**Nøkkelord:** Symbolmerking, relasjonelle perspektiver, plikt, kontekst,

## Innholdsfortegnelse

<b>1.0 INTRODUKSJON OG FORSKNINGSSPØRSMÅL.....</b>	<b>6</b>
<b>2.0 TEORETISK RAMMEVERK.....</b>	<b>7</b>
2.1 GOVERNANCE TEORI .....	7
2.1.1 Helse- og ernæringspolitikk.....	10
2.1.2 Symbolmerking.....	12
2.1.3 Forbrukerens forhold til næringsinnhold og symbolmerking.....	15
2.2 DEN PLIKTOPPFYLLENDE KVINNE.....	17
2.2.1 Mat og kjønn.....	19
2.2.2 Relasjonelt perspektiv.....	21
2.2.3 DPK som operasjonell abstraksjon.....	26
<b>3.0 METODISK STRATEGI.....</b>	<b>27</b>
3.1 METODE.....	27
3.2 VALG AV FORSKNINGSDSIGN .....	29
3.2.1 Daniel Millers etnografiske studie.....	30
3.2.2 Intervju.....	31
3.3 STYRKER OG SVAKHETER VED VALGT METODE OG FORSKNINGSDSIGN.....	32
3.4 UTVALGSSTRATEGI.....	34
3.4.1 Rekruttering av informanter.....	36
3.5 GJENNOMFØRING AV FELTSTUDIER .....	37
3.6 OSS SOM FORSKERE I FELTET.....	39
3.6.1 Karakteristikk ved mennesket som instrument.....	39
3.6.2 Kvinner forsker på kvinner.....	41
3.7 EVALUERING AV KVALITATIVE STUDIER .....	42
3.7.1 Reliabilitet.....	42
3.7.2 Validitet.....	43
3.7.3 Overførbarhet og bekreftbarhet.....	43
3.8 FORSKNINGSETIKK.....	44
3.9 TRANSKRIBERINGSPROSESSEN .....	45
3.10 FORUTSETNINGER FOR ANALYSE.....	46
3.10.1 Forberedelser til feltarbeid.....	47
3.10.2 Faktisk gjennomføring av feltarbeid og intervju.....	48
3.10.3 Presentasjon av informanter.....	50
<b>4.0 ANALYSE.....</b>	<b>51</b>
4.1 STYRINGSMENTALITET OG KOSTHOLD .....	51
4.1.1 Kosthold og offentlig styring.....	51
4.1.2 Indirekte styring gjennom symbolmerking.....	58
4.2 DEN PLIKTOPPFYLLENDE KVINNE.....	65
4.2.1 Samvittighet.....	65
4.2.2 Vertinnerollen.....	73
4.2.3 Kvinnen som måltidsforvalter.....	76
4.3 KONTEKST .....	78
4.3.1 Brød engasjerer.....	78
4.3.2 Dikotomien hverdag - helg.....	82
4.3.3 Nødløsninger.....	85
4.4 RELASJONELT PERSPEKTIV.....	87
4.4.1 Mor – barn perspektiv.....	87
4.4.2 Mellom partnere.....	92
4.4.3 Det objektiverste selvet.....	96
<b>5.0 OPPSUMMERING.....</b>	<b>99</b>

5.1 KONKLUSJON .....	99
5.2 TEORETISKE IMPLIKASJONER.....	101
5.3 POLITISKE IMPLIKASJONER.....	102
5.4 INTERESSANTE FUNN FOR VIDERE FORSKNING .....	104
<b>6.0 LITTERATURLISTE.....</b>	<b>106</b>

## Tabeller

TABELL 1: METODISKE TILNÆRMINGER .....	27
TABELL 2: UTVALGSSTRATEGI.....	35
TABELL 3: TRANSKRIPSJONSSYSTEM INSPIRERT AV DU BOIS (1991) .....	46
TABELL 4: FAKTISK UTVALG - MELLOM PARTNERE.....	50
TABELL 5: FAKTISK UTVALG - KVINNE MED MANN OG BARN.....	50
TABELL 6: FAKTISK UTVALG - DET OBJEKTIVERTE SELVET.....	50

VEDLEGG I:	SPØRSMÅLSTYPER INTERVJU
VEDLEGG II:	HJELPEMIDLER OBSERVASJON
VEDLEGG III:	GODKJENNING NSD – NORSK SENTER FOR FORSKNINGSDATA
VEDLEGG IV:	INFORMASJONSSKRIV
VEDLEGG V:	OBSERVASJONSSKJEMA
VEDLEGG VI:	SLUTTSKJEMA
VEDLEGG VII:	NØKKELHULLET
VEDLEGG VIII:	TRAFIKKLYS
VEDLEGG IX:	GUIDELINE DAILY AMOUNT

## 1.0 Introduksjon og forskningsspørsmål

Fokus på fedme og overvekt i den norske befolkningen er økende, og den norske befolkningen opplever stadig flere sykdommer knyttet til livstil- og kostholdvalg. Blant en rekke årsaker er dette en konsekvens av valg forbrukeren tar i det dagligdagse, og da primært valg av matvarer i butikk. Dette har medvirket til at 53 % av den norske befolkningen i dag kan betegnes som overvektige (Bostad og Ansari 2014). Dette er et problem. Offentlige instanser forsøker å dempe utviklingen med reguleringer og informasjonskampanjer for å påvirke forbrukernes kostholdvalg i positiv retning. Dette skal bidra til å veilede forbrukeren til å foreta fornuftige valg som fremmer god helse på et nasjonalt nivå. Helseminister Bent Høie belyser problematikken og har uttalt at overvekt "...utgjør en stor trussel både for den enkelte av oss og for samfunnet, også på et globalt område. Samfunnet kan ta noen viktige grep, men til slutt dreier det seg om at folk selv må ta ansvar for egne valg" (Framstad 2010).

Uttalelsen vitner om en todelt ansvarsfordeling; staten og enkeltindividet selv. Et *statlig* virkemiddel er symbolmerking av sunne matvarer, og Nøkkelhullsmerket som ble innført i 2009, er et viktig instrumentelt verktøy i denne sammenheng. Symbolmerkingen har til hensikt å informere og veilede forbrukerne i kjøpskontekst om produkter som inneholder mindre fett, sukker og salt, samt mer fiber enn andre matvarer av samme type. Andelen som kjenner til merkingen er svært høy, og var i 2015 på 96 %. Denne høye kjennsapsgraden kan indikere at offentlig styringsverktøy i form av Nøkkelhullsmerking har fått en viktig posisjon blant norske forbrukere (Helsedirektoratet 2015a, 33).

Folkehelsen er også et *individuell* ansvar. En av kontekstene hvor grunnleggende beslutninger om eget kosthold foretas er i selve kjøpsituasjonen. Tidligere forskning viser at det i hovedsak er kvinnen som har ansvar for innkjøp og planlegging av familiens måltider og kosthold (Døving 2003; Grunert, Wills og Fernández-Celemín 2010; Wandel 1997). Det vil derfor være av interesse å undersøke hvordan kvinnen som har dette ansvaret handler i en kjøpskontekst, og i hvilken grad Nøkkelhullsmerkingen påvirker kvinnens kjøpsintensjon og beslutningsgrunnlag.

På bakgrunn av dette ønsker vi å belyse følgende forskningsspørsmål:

*I hvilken grad responderer Den pliktoppfyllende kvinne på offentlige styringsverktøy i kjøpskontekst?*

For å belyse dette ønsker vi i første omgang å se nærmere på teori knyttet opp mot variablene som gjør seg gjeldende i forskningsspørsmålet. Dermed ønsker vi å se nærmere på teori knyttet opp mot offentlig styringsverktøy (statlig ansvar) og den pliktoppfyllende kvinne (individuell ansvar), samt faktorer og teoretiske retninger som gjør seg gjeldende innenfor hver av disse variablene. Etter en grundig gjennomgang av teori og tidligere forskning på området, ønsker vi å avklare nærmere hvordan vi metodisk ønsker å undersøke problemstillingen. Når tilstrekkelig med data er innhentet vil vi analysere funnene opp mot det formulerte forskningsspørsmålet.

## **2.0 Teoretisk rammeverk**

Dette kapittelet omhandler en gjennomgang av eksisterende forskning på området, og vil således danne utgangspunkt som et teoretisk rammeverk for vår oppgave. Innledningsvis ønsker vi å belyse teori knyttet til offentlig styring der governance-teori, offentlig helse- og ernæringspolitikk, samt symbolmerking av matvarer er sentrale elementer. Videre ønsker vi å se nærmere på teori knyttet opp mot den pliktoppfyllende kvinnen der kvinnens: posisjon i hjemmet, kjøpsvaner og relasjoner vil bli belyst.

### **2.1 Governance teori**

For å belyse variabelen ”offentlig styringsverktøy” ønsker vi å benytte governance-teori som utgangspunkt og teoretisk perspektiv. I 1978 introduserte Michel Foucault begrepet *gouvernementalité* (eng. *Governmentality*). På norsk har begrepet vært relatert til å regjere eller å styre, og har vært oversatt med ”regjering” eller ”styringsmentalitet”. Vi velger heretter å benytte begrepet styringsmentalitet når vi henviser til Foucault sitt begrep (Neumann 2003). Foucault utviklet begrepet for å forstå nettopp hva som er spesifikt for maktutøvelse i moderne samfunn, og viste til hvordan offentlige institusjoner kan ha en innvirkning på, og makt over befolkningen. Styringsmentalitet viser til det brede spekteret av fremgangsmåter og prosedyrer for styring av menneskelig atferd. Altså handler det ikke om hvordan Staten styrer

landet, men hvordan hver enkelt av oss forventes å regjere oss selv (Neumann 2003). Foucault pekte på individualisering som en viktig faktor, og viste med dette til et resultat av en langsom liberalisering, der individets frihet til å velge selv har et forsprang fremfor felles, samfunnsmessige normer og regler (Neumann 2003).

Begrepet ble introdusert samtidig som nyliberalismen fikk fotfeste over store deler av den vestlige verden. Internasjonalt var nemlig det politiske 70-tallet inspirert av en nyliberalistisk tenkning. Påstanden om at kapitalisme var en forutsetning for frihet, og at det kun var i kapitalistiske land politisk frihet eksisterte, var tanker som nådde økt oppslutning (Nilsen og Smedshaug 2011, 11). Nyliberalistene på 1970-tallet kjempet for en folkevalgt statsmakt innenfor demokratiske rammer. Den nyliberale ideologien ønsket folkestyre i minst mulig grad, og hadde en sterk tro på at markedets krefter ville komme med løsninger som ville være til det beste for samfunnet og individene i det (Nilsen og Smedshaug 2011, 15).

I Norge fikk den nyliberalistiske retningen virkninger i form av økt oppslutning på høyresiden, der staten skulle ha en mindre sentral rolle i innbyggernes liv. Høyre-regjeringen med Kåre Willoch i spissen vektla frihet til individet, og en markedsøkonomi der staten skulle ha en mer tilbaketrukket rolle, og mer skulle overlates til de frie markedskrefter (Willoch 2002, 467). Denne politiske tendensen dannet grunnlag for en oppfatning hos befolkningen om at de som forbrukere opererte på et marked der de hadde frie valg til å ta egne beslutninger. En tendens som er gjeldende i stor grad også i dag (Willoch 2002, 469). Ser vi imidlertid nærmere på denne friheten kan vi si at den går mer i retning av å være en *juridisk frihet* og ikke en absolutt frihet. Dette grunnet at Regjeringen gjennom sin politikk utøver en stor grad av indirekte styring. Vi kan således si at det eksisterer en frihet innenfor konteksten av et normativt system, der brudd på disse normene møtes med sosial kontroll og påfølgende sanksjoner av samfunnet og medlemmene i det. Indirekte styring over forbrukernes matforbruk kan dermed ses på som et normativt system hvor det eksisterer klare føringer på hva som er akseptabelt å spise, og hva som bedømmes som "ukorrekt" konsum. Et eksempel på dette er det norske måltidsmønsteret.

Til tross for at det eksisterer en forestilling om individuell frihet knyttet til kosthold og forbruk, eksisterer det klare normer rundt hva et akseptabelt måltid skal inneholde, innenfor ulike kontekster (Bugge og Døving 2000, 204). Et måltid kan ikke kun karakteriseres som en



tallerken bestående av mat, men fungerer også som en oppskrift som er kulturelt kodet (Bugge og Døving 2000, 45). Det eksisterer for eksempel klare kulturelle koder knyttet til konsum av brødvarer, der brødet endrer betydning i henhold til hvilket måltid det inngår i. Ved frokost i hverdagene er det grovbrød som er den akseptable normen, og brødvarianten fungerer som et symbol på det hverdagslige. Trer vi over i sfæren knyttet til helgefrokost får brødet en endret karakter hvor varianter som rundstykker, loff og spesialbrød er forventet å finne på familiens frokostbord. Disse tendensene indikerer at det er klare sosiale normer og kontroll knyttet til konsum av noe så elementært som brødmat. Også måltidsmessig kan brødet inngå i kontekster som er moralsk problematiske. Brød og middag betraktes som inkongruent i form av at brødmat ikke karakteriseres som en "ordentlig middag", og dette viser hvordan brød som måltid også kan bli problematisk (Bugge og Døving 2000, 45; Bugge 1999). Dette vitner om at det eksisterer klare kulturelt betingede normer om hva som er forventet konsum innenfor ulike kontekster, både knyttet til ulike tidspunkter i løpet av samme dag, men også med tanke på sfærene hverdag/helg. Dette indikerer at betraktningen av individet som utgangspunkt for frie, individuelle valg er begrenset til det juridiske. I praksis opererer individet på et marked som er underlagt en rekke normer og regler knyttet til korrekt atferd, der brudd og avvik møtes med sosiale sanksjoner og kontroll, som hos individet kan resultere i reaksjoner som skam og dårlig samvittighet.

*Styring* er et annet sentralt element i Foucaults begrep. Han henviser med dette til den styringen som regulerer befolkningens atferd i form av hvordan vi styres, styrer oss selv og styrer andre. Slik sett kan vi se at styringsbegrepet til Foucault har et tresidig perspektiv der styring er fordelt på hvordan individet styrer seg selv, hvordan individet styres av offentlig instanser og hvordan individet også styrer andre individer i samfunnet. Styring omfatter kunnskap om hvem og hva som skal styres, og om teknikker og mekanismer for å oppnå egne mål. Fremfor alt benytter styringen seg av en mer eller mindre gjennomtenkt ledelse av atferden til den som blir styrt (Dean 2006, 55). Styringsmentalitet kan ses på som en overordnet måte å betrakte styringen som utspiller seg i praksis, et praksisfelt basert på et velferdsstatlig prosjekt som forsøker å kombinere styring med frihet og selvstendighet (Dean 2006, 49). I et forbrukerperspektiv innebærer dette en statlig intervensjon der forbrukeren forsøkes å bli oppdratt til å foreta velinformerte valg som er til beste for forbrukeren selv, men også for det offentlige og samfunnet som helhet. Et eksempel er avgiftsbelagte produkter som eksempelvis alkoholholdige drikker. Forbrukeren har frihet og mulighet til å kjøpe en

flaske vin, men konsumet forsøkes styrt gjennom avgifter (prispolitikk) og begrenset distribusjon (tilgjengelighet). Et annet eksempel på dette er den norske helse- og ernæringspolitikken.

### 2.1.1 Helse- og ernæringspolitikk

”Bli din egen helseminister” er et utsagn som godt illustrerer hvordan det offentlige legger til rette for frie valg, samtidig som de utsteder detaljerte instruksjoner om hvordan befolkningen skal og ikke skal leve (Neumann 2003, 9). Foucault fanger tilsvarende opp denne dimensjonen i begrepet *hyrdesmakt*, der han viser til hvordan regjering av selvet og regjering av samfunnet er tett knyttet sammen. Velferdsstatens ideal om å ta vare på individene fra vugge til grav, og å institusjonalisere omsorg som et statlig verktøy, er en strategi som gjør seg gjeldene på flere politiske områder i dag (Neumann 2003, 17). Helse- og ernæringspolitikk er et av områdene hvor ansvarsfordelingen mellom individuell og offentlig styring blir tydelig. Regjeringen har utarbeidet teknikker og mekanismer som skal hjelpe forbrukeren til å foreta fornuftige valg, og disse fungerer som en form for indirekte styring der det offentlige forsøker å påvirke forbrukerens konsum og forbruk. Dermed benytter ikke Regjeringen direkte styring i form av forbud, restriksjoner og begrenset tilgjengelig for å endre befolkningens matvaner, men sikter seg heller inn på å benytte verktøy og tiltak som fremmer god helse, gjennom indirekte påvirkning av valg forbrukere tar i kjøpskontekst. Den norske regjeringen ser det som en viktig oppgave å støtte en positiv utvikling i kostholdet, samtidig som de arbeider for å bremse de negative trendene og utjevning av sosiale ulikheter (Helsedirektoratet 2015a, 11).

I en undersøkelse gjennomført av SIFO (2010) var forbrukerne enige om at matindustrien, det offentlige og forbrukeren deler ansvaret for nasjonens matsikkerhet. Det offentlige og matindustrien må sørge for at maten i norske butikker er av tilfredsstillende kvalitet, og er også ansvarlige for at maten som selges er trygg å spise. Undersøkelsen viser også hvordan forbrukeren på sin side har ansvar for å lese matmerkingen, hvilket fordrer at det offentlige tilrettelegger for at informasjonen på pakningene er tilgjengelig og god (Roos, Kjærnes og Ose 2010, 10). Her ser vi at også forbrukeren er av oppfatningen om en todelt ansvarsfordeling knyttet til mat og helse, der forbrukeren uttrykker en plikt til å være bevisst på valg som tas i kjøpskontekst. Det fremkommer også tydelig at forbrukeren anser Staten

som en aktør med stort ansvar, og at det må tilrettelegges slik at forbrukeren enkelt kan sette seg inn i og forstå det offentlige kostholsanbefalinger.

Behovet for en klar helse- og ernæringspolitikk er tydelig da det fremkommer at nordmenn stadig blir tyngre og tyngre (SSB 2015). Én av tre nordmenn er overvektige, hvorav det er flere menn enn kvinner som er overvektige (SSB 2015). Samtidig fremkommer det at åtte av ti nordmenn betegner egen helse som god, samt oppgir at de også trener minst én gang i uken (SSB 2015). Det kan dermed tyde på at en relativt stor andel av den norske befolkningen ikke lykkes med tanke på individuell styring, da det er et tydelig gap mellom *oppfattet* helse og *faktisk* helse. Norges helseminister Bent Høie uttaler til NRK at han anser dette som en utfordring: ”...dette problemet må vi løse. Ingen land kommer til å klare å skape en helsetjeneste som løser dette problemet bare ved å reparere. Vi må klare å forebygge” (Bostad og Ansari, 2014).

Uttalelsen fra Helseministeren viser til hvordan Regjeringen vektlegger *forebyggende* virksomhet i sitt arbeid, da alt for mye av innsatsen i dag dreier seg om å løse problemer som allerede har inntruffet. Den sentrale begrunnelsen for å satse mer på forebyggende innsats er at det vil være en investering i fremtiden – både menneskelig og økonomisk (Regjeringen 2009, 11). Høies vektlegging av forebygging som strategi er imidlertid ikke noe nytt innenfor norsk helse- og ernæringspolitikk. Helseministeren fra perioden 2001-2004, Dagfinn Høybråten, kommuniserte mye av det samme da han satt som leder for ministerposten, og uttalte også at forebygging var en viktig faktor for å bedre den norske folkehelsen (Spence 2003). Dette illustrerer hvordan det offentlige strategi for å bedre det norske kostholdet ikke har endret seg nevneverdig de siste 20 årene. Den samme ernæringspolitikken kommuniseres nok en gang. Etter våre betraktninger kan det virke som når 1 av 3 nordmenn er overvektige, samt at problemet stadig er økende, nettopp er et symptom på at den ernæringspolitikken som føres ikke fungerer. Det kan dermed stilles spørsmålstegn ved hvorfor Regjeringen ikke i sitt arbeid er mer nytenkende. Dette er også oppsiktsvekkende med tanke på de samfunnsøkonomiske kostnadene relatert til overvekt og fedme, som utgjør en betydelig utgiftspost i de offentlige budsjettene. ”Nordisk handlingsplan for bedre helse og livskvalitet gjennom kosthold og fysisk aktivitet” anslår at kostnader relatert til overvekt og fedme utgjør mellom 0,5 og 1 prosent av BNP i de nordiske landene (Regjeringen 2007). For Norge ville dette om lag utgjøre 6-7 mrd. kroner per år, eller anslagsvis 1600 kroner per innbygger per år (Regjeringen 2007, 9). Dersom utviklingen ikke avtar og folkehelsen ikke forbedres vil Den

norske stat i tiden fremover stå overfor store økonomiske belastninger som påvirker det totale nasjonalbudsjettet i negativ retning.

Helsedirektoratet arbeider likevel aktivt for å bidra til at den norske befolkningen får et bedre kosthold. Direktoratet har ansvar for å vurdere utviklingen i norsk kosthold og gi kostholdsråd, samt samarbeide med andre samfunnsaktører for å fremme den norske folkehelsen (Regjeringen 2007). Folkehelsearbeid er jobben som gjøres for å styrke de faktorene som fremmer god helse (helsefremmende arbeid), og svekke de faktorene som bidrar til sykdom (forebyggende arbeid). Dette helsefremmende og forebyggende arbeidet kan betegnes som en form for indirekte styring (Regjeringen 2007).

Som et ledd i arbeidet med å bedre den norske folkehelsen vedtok Regjeringen i 2005 å utarbeide en handlingsplan for å bedre kosthold i befolkningen; *Oppskrift for et sunnere kosthold 2007-2011*. Handlingsplanen skal være et verktøy for beslutningstakere, fagpersoner og andre i offentlig, privat og frivillig sektor, som spiller en rolle for befolkningens kosthold (Regjeringen 2007). Et av tiltakene som trekkes frem i handlingsplanen er symbolmerking av sunn mat. Denne formen for offentlig styringsverktøy har som hensikt å veilede forbrukeren til å foreta fornuftige valg i kjøpskontekst, og det er Helsedirektoratet og Mattilsynet som har ansvar for merkingen. Her ser vi hvordan det offentlige fremskaffer et verktøy som har til hensikt å tilrettelegge, veilede og indirekte styre forbrukeren i en bestemt retning, mens det til syvende og sist er forbrukeren selv som har hovedansvaret for å styre seg selv og foreta fornuftige valg.

### **2.1.2 Symbolmerking**

Symbolmerking benyttes i dag både nasjonalt og internasjonalt, og verktøyet bidrar til å fremskaffe forbrukeren informasjon om rasjonelle valg. Sunnhetsmerking kan kategoriseres som en form for ernæringsmessig påstand, og skal bidra til at forbrukerne raskt kan identifisere sunne alternativer i butikk (Roos 2007, 9).

Forskning internasjonalt viser at merking i form av næringsdeklarasjoner på baksiden av produktene ofte oppfattes som forvirrende og misvisende for forbrukerne, og at de færreste ikke er i stand til å identifisere sunnere alternativer gjennom slik informasjon (Shannon 1994, 41). I Norge registreres det også problemer knyttet til forståelse av næringsinnholdet i ulike

matvarer. Næringsinnhold betraktes gjerne av forbrukerne som vanskelig å forstå, samt at informasjonen oppfattes som svært teknisk og avansert (Wandel 1997, 213). Næringsinnhold alene vil derfor ha en begrenset effekt som strategi for å bedre den ernæringsmessige helsen i befolkningen (Cowburn og Stockley 2004, 22). Symbolmerking kan således fungere som et supplement til den mer kompliserte informasjonen som omhandler produktens næringsinnhold, og undersøkelser viser at symbolmerking er et verktøy forbrukerne er positive til. Merkingen betraktes også av forbrukerne som en viktig bidragskilde til å ta fornuftige og velinformerte valg (Roos, Kjærnes og Ose 2010, 11). Det bør imidlertid nevnes at når det her henvises til forbrukere, kan ikke dette omtales som én homogen masse, da det eksisterer klare demografiske forskjeller mellom forbrukerne. Mye av litteraturen vi har lest viser at variabler som kjønn, utdanning og inntekt i stor grad påvirker forståelse og kunnskap knyttet til helse og ernæring, og dette påvirker følgelig effekten symbolmerking vil ha på kjøpsatferd innenfor ulike segmenter (Roos 2007, 13). Kvinner med høyere utdanning (bachelor eller mer), de med bedre økonomi, bedre helse og de som har barn i husholdet har bedre kjennskap, forståelse og kunnskap knyttet til informasjon om næringsdeklarasjoner og symbolmerking. Det er også disse som har størst interesse for informasjon om kosthold og ernæring (Wandel 1997; Grunert og Wills 2007; Roos 2007; Bugge 2015). Dette medfører at informasjonen det offentlige forsøker å kommunisere til forbrukerne kun når ut til en begrenset andel, og at det er de med mest ressurser som er i stand til å innhente og forstå informasjonen som kommuniseres. Vi kan dermed si at det eksisterer forskjeller mellom forbrukernes forutsetninger for å forstå normative idealer som det offentlige fastsetter.

Internasjonalt finnes det en rekke ulike symbolmerkinger for sunn mat, der de tre vanligste er; Positiv logo (eks. Nøkkelhull), symbol som skiller mellom grad av sunnhet (eks. Trafikklys) og rapportering av næringsinnhold som prosent av "Guideline Daily Amounts (GDA) (Nøkkelhull; Roos 2007; van der Merwe og Venter 2010; Grunert et al. 2010). Trafikklys er en form for merking som graderer ulike produkter etter om de har et høyt, middels eller lavt innhold av fett, sukker og salt. Produktene merkes med farger der grønn = sunn, kan spises i store mengder, oransje = nøytral, spises i moderat mengde, og rød = usunn, spises i begrensede mengder (Roos 2007; van der Merwe og Venter 2010, 418). GDA på sin side er utviklet av den europeiske mat- og drikkevareindustrien. Merkingen skal være et supplement til næringsdeklarasjonen, og gir forbrukeren informasjon om innholdet av energi og næringsstoffer i forhold til et veiledende daglig inntak og per porsjon (Nøkkelhullet; Grunert

et al. 2010, 183). Undersøkelser viser at flertallet av forbrukerne foretrekker GDA fremfor trafikkllys, da merkingen oppgir tall som kan undersøkes og verifiseres av forbrukeren selv. Trafikklysene har på sin side fordel i form av at de er enklere å forstå, men en rekke forbrukere oppgir at informasjonen ved slik merking blir mangelfull. Ideelt sett foretrekker forbrukerne derfor en kombinasjon av trafikkllys og GDA (Grunert og Wills 2007, 392).

På det norske markedet benyttes hverken trafikkllys eller GDA i utstrakt grad, men GDA er i økende grad å finne på ulike produkter. Norske myndigheter er imidlertid skeptiske til denne merkingen, og har i likhet med forbrukerorganisasjoner i Europa identifisert villedende elementer ved ordningen. Heller ikke trafikkllys har fått anerkjennelse som offentlig styringsverktøy, og norske myndigheter har hovedsakelig gått inn for symbolmerking rettet kun mot sunne matvarer. De advarselsmerker dermed ikke usunne matvarer på lik linje som eksempelvis britiske myndigheter (Nøkkelhullet). Norske myndigheter har siden 2009 benyttet Nøkkelhullsmerket som offentlig symbolmerking av sunn mat, og merkingen har til hensikt å påvirke norske forbrukere til å foreta sunnere valg i kjøpskontekst (Nøkkelhullet). Symbolmerkingen er en del av et felles nordisk samarbeid, og ble opprinnelig innført i Sverige i 1989. Ordningen er frivillig, men produsentene er selv ansvarlige for å følge reglene myndighetene har vedtatt. Nøkkelhullsmerkede matvarer har ulike krav til maksimalt innhold av fett, mettet fett, natrium, sukkerarter og tilsatt sukker, samt minimumsgrenser for innhold av kostfiber, fullkorn, frukt og grønt (Astrup, Løken og Andersen 2015, 6). Merkeordningen har siden innføringen i 2009 fått en viktig posisjon både blant forbrukerne, men også i matvarebransjen. Antall produkter som er merket med Nøkkelhullet økte betraktelig i perioden 2009-2014, fra omkring 400 til 1980 produkter. På forbrukersiden oppgir hele 96 prosent at de har kjennskap til merket, og også seks av ti oppgir at de er kjent med at dette er myndighetenes merkeordning (Helsedirektoratet 2015, 33).

Nøkkelhullet som symbol har fordel i form av at forbrukerne betrakter dette som en positiv merking (Roos, Kjærnes og Ose 2010). Vi antar at merkingen betraktes som positiv da Nøkkelhullet oppfordrer til konsum, og ikke legger begrensninger og ”skremmer” forbrukere fra konsum av bestemte matvarer, slik eksempelvis advarselsmerking og røde trafikkllys gjør. Symbolet har også fordel i form av at en logo har potensialet til å nå bredt da den ikke er avhengig av mottakernes språkkunnskaper. Symbolet er også i stor grad selvforklarende, og

medfører at forbrukerne enkelt kan gjøre sunnere valg uten å måtte sette seg inn i, eller ha kompetanse til å forstå produktenes næringsdeklarasjon (Roos, Kjærnes og Ose 2010, 51).

Det at offentlige aktører står som avsender av Nøkkelhullet er også en faktor som er viktig å belyse, da vi antar dette påvirker merkets troverdighet blant forbrukerne. Norske forbrukere tar daglig en rekke rasjonelle valg knyttet til innkjøp av mat i butikk, og de fleste valg inneholder en viss usikkerhetsmargin. For forbrukeren kan det å foreta riktige valg både være vanskelig og tidkrevende, og det er derfor viktig å være bevisst tillits-fenomenet og hvordan forbrukerne forholder seg til matsikkerhet. Flere studier har vist at forbrukeren har stor tillit til matsikkerheten og den offentlige matkontrollen, men lav tillit til markedets og markedsaktørenes evne til å ivareta matsikkerheten (Berg 2005, 109). Luhmann (1999) poengterer at tillit kan erstatte eller frita oss fra en del rasjonelle vurderinger av valg, og at verden er kompleks og fylt med ulike valgsituasjoner til en hver tid. Således kan en løsning på ”problemet” knyttet til komplekse valg være å benytte tillit eller mistillit som en faktor. En slik kilde til tillit kan være offentlige instanser. I likhet med Kjærnes (1999) argumenterer vi følgelig for at tillit fører til at valg blir mindre krevende, og at forbrukeren gjennom å stole på Mattilsynet og Helsedirektoratets anbefalinger kan sikre at maten de kjøper er helsesikker og ernæringsmessig gunstig.

### **2.1.3 Forbrukerens forhold til næringsinnhold og symbolmerking**

I henhold til interesse viser det seg at spesielt kvinner og høyt utdannede er bevisst på linken mellom mat og helse (Grunert og Wills 2007). Dette indikerer en generell interesse for ernæring, samt interesse for å innhente informasjon om næringsinnholdet i maten de spiser. Forbrukere varierer imidlertid i grad av interesse for næringsinformasjon blant ulike produkter.

I en rekke studier opplyses det om at næringsinnhold er mindre relevant for ferske matvarer som frukt, grønnsaker og kjøtt, samt for matvarer som betraktes som ”belønning”, og da spesielt sjokolade (Grunert og Wills 2007). Det vil være viktig å være oppmerksomme på i egne studier at matvarer som faktisk er sunne ikke nødvendigvis innebærer en umiddelbar interesse for næringsinnhold. Vi må også være oppmerksomme på at i tilfeller hvor forbrukeren har bestemt seg for å ”unne seg noe” er produktets næringsinnhold av underordnet betydning. Produkter hvor interessen er høyest er for typisk prosesserte produkter

slik som ferdigmat. Dette underbygges av det faktum at ferdigmat er den produktkategorien forbrukeren benytter lengst tid på å foreta valg i med et gjennomsnitt på 41 sekunder. Også i produktkategorier som yoghurter og frokostblandinger fremkommer det at forbrukerne er interessert i å undersøke næringsinnholdet. Dette indikerer at næringsinnhold gjerne undersøkes ved produkter som ved første øyekast betraktes som sunne, men som ikke nødvendigvis er det (Grunert og Wills 2007, 390; Grunert et al. 2010, 180).

Som tidligere nevnt, er forbrukerne positive til symbolmerking av matvarer i form av GDA, trafikklys eller helselogoer (Grunert og Wills 2007, 391). Allikevel viser et studie av Rayner et al. (2001) at bruken av symbolmerker i faktisk kjøpsituasjon er begrenset, og at informanter i et forskningsprosjekt kun valgte symbolmerkede produkter en sjelden gang (Rayner et al. 2001, 27). Det er derfor her, som ved annen forbrukerforskning, viktig å være oppmerksom på avvik mellom intensjon og faktisk atferd ved datainnsamling.

Da forbrukerne faktisk valgte symbolmerkede matvarer i en kjøpsituasjon, begrunnet de valgene med at merkingen bidro til å forenkle informasjonsprosessering, i form av at de slapp å undersøke næringsdeklarasjonen på baksiden av pakken (Rayner et al. 2001). Ved noen tilfeller ble symbolmerkingen benyttet etter forbrukerne hadde foretatt et produktvalg, for å sikre at produktet de hadde valgt for andre grunner, faktisk var et sunt alternativ (Rayner et al. 2001). Symbolmerkingen ble heller ikke benyttet ukritisk, og flere uttrykte skepsis til hva produktet var tilsatt for å gjøre det sunnere. Forbrukerne som ikke valgte symbolmerkede produkter begrunnet dette med at de handlet basert på vane, og dermed ikke trengte et symbol for å hjelpe dem. Andre mente symbolet ikke hadde nok innflytelse og dermed ikke var troverdig nok (Rayner et al. 2001, 28). Samtlige av disse observasjonene er faktorer vi må være oppmerksomme på ved egne observasjoner, og det vil være viktig å få innsikt i de tanker og refleksjoner som gjør seg gjeldende ved valg/ikke valg av symbolmerkede produkter hos våre informanter.

Mange av tendensene som viser seg ved internasjonal forskning blir bekreftet også her i Norge. Majoriteten er positive til symbolmerking av sunn mat, men kvinner, de med god økonomi og god helse er noe mer positive til symbolmerking (Roos 2007, 24). Et interessant funn er imidlertid at i forkant av introduksjonen av Nøkkelhullsmerket i Norge, var majoriteten av norske forbrukere mest positive til sunhetsmerking i form av trafikklys. Dette



indikerer at uenighetene som pågår internasjonalt om hvilken form for symbolmerking som bør benyttes, også har noe fotfeste her i Norge. Det er vanskelig å si noe om myndighetenes valg av Nøkkelhull som symbolmerking påvirker forbrukernes valg, men vi bør ved egne undersøkelser være oppmerksomme på at en relativt stor andel (68%), heller ønsket symbolmerking i form av trafikklys da sunnhetsmerking skulle innføres i Norge (Roos 2007).

Mange av studiene knyttet til symbolmerking er kun basert på forbrukernes intensjon og interesse i forkant av kjøp, og dette medfører følgelig at det eksisterer begrenset innsikt i hvordan symbolmerking brukes i faktiske kjøpsituasjoner (Grunert og Wills 2007, 395). Dette underbygger vår antakelse om at å observere informanter i faktiske kjøpsituasjoner vil fremskaffe informasjon og innsikt, som ikke er spesielt utbredt i dagens forbrukerforskning.

## 2.2 Den pliktoppfyllende kvinne

Subjektet som danner utgangspunkt for vår forskning er ”Den pliktoppfyllende kvinne”. Vi ønsker innledningsvis å avgrense denne konstruksjonen gjennom kvinnens posisjon i hjemmet, relasjoner hun inngår i samt hvordan dette innebærer *plikter* som det forventes at kvinnen følger. Tidligere forskning viser til at kvinnen har mest makt i hjemmet, både når det gjelder husarbeid, ernæring og omsorg. En gjennomgående faktor er at disse oppgavene er nært knyttet til kvinnelig kjærlighet og plikt (Roos 2004). Kvinnen er også ansvarlig for representasjon av familien utad, og hennes rolle som vertinne blir den representasjonelle utøvelse av statusen som kvinne, partner og/eller mor (Døving 2003, 74). Dermed vil ethvert hjem representeres av en vertinne, og plikten til å være en god vertinne kommer til uttrykk når husholdet besøkes av individer som ikke er en del av det primære husholdet.

I denne sammenheng blir det derfor innledningsvis viktig å definere pliktbegrepet, og et fornuftig sted å starte kan være Immanuel Kants analyse av begrepet. Kant pekte på at en handling kun har moralsk verdi, dersom den gjøres med utgangspunkt i plikt. Han pekte på plikt som det å gjøre hva som er rett kun fordi det er riktig, og for å ha god vilje må man handle av plikt, og ikke bare i samsvar med plikten (Stratton-Lake 2012, 11; Svendsen 2015). Altså er plikt og moral begreper som er tett knyttet sammen, og for Den pliktoppfyllende kvinne blir det dermed viktig å handle i tråd med plikter som sikrer at hun fremstår som et individ med god moral. Den pliktoppfyllende kvinnes plikter kommer også som en

konsekvens av at hun innehar tilstrekkelig med ressurser til å oppfylle pliktene som forventes av henne. Slik sett har Den pliktoppfyllende kvinne forutsetninger for å ”lykkes” på forbrukermarkedet i form av at hun gjennom økonomisk tilgang og kompetanse innehar en tilstrekkelig grad av økonomisk og kulturell kapital. Kapitalen kommer til uttrykk gjennom en form for symbolsk makt, og det er dette som i stor grad preger hennes kjøpsatferd og rolle som forbruker (Tangen 2007).

Slik vi anser det videre må Den pliktoppfyllende kvinne følge en rekke plikter som konsekvens av hennes posisjon i hjemmet, altså har hun plikter overfor de rundt seg, men også overfor seg selv. Dette kan være plikt til å; spise sunt, forsyne mann og barn med næringsrik mat, vektlegge familiens preferanser ved matinnkjøp, sikre smakfulle måltider og komponere spennende matpakker. Det er videre interessant å se nærmere på *hvor* denne plikten kommer fra, og vi antar den i stor grad opprettholdes gjennom kunnskapsoverføring mellom generasjoner. Det å være en god husmor innebærer et knippe av rettigheter og plikter, der eksempelvis det å være måltidsforvalter inngår som en del av oppgavene (Lien 1987, 129). Denne plikten hadde imidlertid ikke stått like sterkt dersom ikke kvinnen hadde erfart en slik praksis i sin oppvekst, eksempelvis gjennom mor og/eller bestemødres atferd. Kunnskapsoverføringen mellom generasjoner kan dermed betraktes som *taus kunnskap*. Begrepet innebærer et aktivitetsaspekt, der begrepets tilknytning til våre kunnskapsevner kommer i bakgrunnen. Altså refererer ikke begrepet kun til det en vet, men også til aktiviteten ”å vite” samt de mentale evnene som er involvert og kreves i denne aktiviteten (Polanyi 1967). Slik sett kan vi se hvordan kunnskapen nærmest går i arv mellom mor og datter. Kompetansen en mor besitter som eksempelvis matlaging og innkjøp fremkommer gjerne som kjønnsavhengig, og dette signaliseres til datteren i huset, ubevisst. En kvinnes evne til å lage mat er ikke en konsekvens av en systematisk opplæring eller formelle læringsprosesser, men heller et resultat av å inngå som en del av et matkulturelt fellesskap. Dermed kan denne tause kunnskap betraktes som kvinnenes *habitus*, der kunnskapen de erfarer blir såpass fremtredende at ”den sitter i kroppen” (Bourdieu 1984; Bugge 2006, 247). Dermed er ikke dette reflektert kunnskap. Evnen til å sette sammen måltider, lage matpakker og gjøre huset rent er kunnskap som kommuniseres gjennom atferd og praksis utført av kvinnelige rollemodeller, ikke gjennom bevisst og reflektert opplæring (Døving og Klepp 2011). Plikten følges av kvinnen gjennom fokus på korrekt inntak av mat, og dermed er

kvinnen – både moralsk og i praksis- ansvarlig for familiens ernæring og barnas helse (Døving 2003; Klepp og Døving 2011, 6).

Pliktene kvinnen må følge er likevel ikke utelukkende uproblematisk da brudd på sentrale plikter kan følges av reaksjoner både fra andre, men også fra kvinnene selv. Den pliktoppfyllende kvinne utsettes daglig overfor et sosialt press knyttet til det å servere kulturelt riktig mat som er ernæringsmessig gunstig. Brudd med disse moralske kodene er ikke uten sosiale sanksjoner fra andre individer, og da spesielt andre mødre (Døving 2003, 131). Igjen ser vi hvordan kvinnen må opptre moralsk riktig, der eksempelvis det å kjøpe sjokolade til sønnen på en mandag blir moralsk problematisk. Moral refererer her til et mulig eller faktisk brudd på plikt, men dette forutsetter imidlertid at plikten har et mer eller mindre eksplisitt identifikasjonskriterium (Døving 2003, 319). Dermed må kvinnen identifisere seg med plikten om å *kun* servere godteri på lørdagskvelden for at det skal forekomme et moralsk brudd, ved innkjøp av sjokolade på en mandag. Bryter kvinnen en plikt som oppfattes som relevant, kan en sosial sanksjon fra individene rundt være indignasjon i form av fordømmelse og negativ vurdering av kvinnens atferd. Kvinnen kan også reagere selv på egen atferd gjennom kroppslige reaksjoner som skyld og skam. Dermed er brudd på en plikt gjenstand for reaksjoner, både fra andre individer, men også fra kvinnen selv. Det å være en dårlig mor og partner er dermed intet alternativ for Den pliktoppfyllende kvinne (Døving 2003).

### 2.2.1 Mat og kjønn

Det er en tydelig underliggende og systematisk konflikt mellom kvinnen og mannen i hjemmet, med tanke på barnas kosthold (Døving 2003, 136). Til tross for økt deltakelse for kvinner i arbeidslivet de senere årene har kvinnen likevel hovedansvaret i hjemmet, noe som kan tilsa at hun innehar betraktelig mer makt i hjemmet enn det mannen har (Roos, 2004). Gjennom hele kvinnens livsløp er de sterkt representert i oppdragsarenaer, også utenfor hjemmet. Barnehagelærere, sykepleiere og helsesøstre er eksempler på typiske kvinneroller som uttrykker omsorg, og rollene illustrerer hvordan barn og unge tidlig er omgitt av kvinnelige autoriteter (Døving 2003, 137). Kvinnen som det ansvarlige og pliktoppfyllende kjønn reflekteres også i hvordan menn og kvinner i ung alder forbereder seg på å flytte ut. Kvinner har generelt sett vært flinkere til å samle og handle inn ting som trengs til de skal etablere eget hushold. Det kan dermed tyde på at kvinnen er mer ansvars- og omsorgsfull enn det mannen er, og at det er en form for skjevhet i maktforholdet (Døving 2003, 47). Riktig

ernæring for barna og orden i hjemmet er med andre ord et kvinnelig ansvar, både i familien og i offentligheten.

Tidlig sosialisering bidrar videre til forventinger om hva gutter og jenter skal spise. Blant annet er kvinner mer utsatt for sosiale sanksjoner fra andre menn og kvinner relatert til matvalg og hvor mye de spiser (Jensen og Holm 1999). Jensen og Holm (1999) illustrerer i sin artikkel at mat er kjønnsbetinget; rødt kjøtt er assosiert med kvaliteter som styrke og makt, og fungerer således som et symbol på maskulinitet, og kjøttprodukter spises i mange kulturer i større grad av menn enn kvinner. Kvinner på sin side konsumerer i større grad frukt, grønnsaker, fisk og melkeprodukter, og det viser seg også at kvinners matvaner oftere er i tråd med ernæringsanbefalinger (Jensen og Holm 1999). Måltidsvaner er noe som endrer seg gjennom hele livet, og overgangen fra å være ung aleneboer til å inngå samboerskap/ekteskap, og særlig overgangen til å bli foreldre, har konsekvenser for måltidsmønsteret (Bugge og Døving 2000, 9). Dette er interessant og indikerer at ansvarsrollen kontinuerlig er en del av kvinnen, samtidig som dens innhold kan endre noe karakter avhengig av hvor kvinnen er i sitt livsløp.

Det er en klar tendens at kvinner er mer interessert i informasjon om matens næringsinnhold enn menn (Grunert og Wills 2007, 389; Wandel 1997; Roos 2010). Vi antar at noe av bakgrunnen for at kvinner har en større interesse for denne informasjonen, henger sammen med arbeidsfordelingen i hjemmet. I et studie av britiske og australske handlevaner fremkom det at kvinner var overrepresentert når det kom til matinnkjøp i husholdet. I to britiske kjeder (Tesco og Sainsbury's) og en australsk kjede, fremkom det at kvinner gjorde mellom 76 og 92 % av de ukentlige matinnkjøpene (Rayner et al. 2001, 26). I et studie av Grunert et al. (2010) pekes det også på hvordan kvinner har hovedansvaret for matinnkjøp i britiske hushold (Grunert et al. 2010, 179). Disse tendensene vet vi med bakgrunn i litteratur i stor grad er gjeldende også her i Norge, og at ansvar og plikt knyttet til familiens ernæring i stor grad er en kvinnelig oppgave (Bugge og Døving 2000; Døving 2003; Bugge 2015).

Variasjonen i en rekke studier danner grunnlag for å skille mellom ulike demografiske variabler basert på kvinners livssituasjon. Det vil være interessant å undersøke om det er forskjeller mellom hvordan kvinner, som er i ulike stadier i livsløpet, responderer på offentlig styringsverktøy (Nøkkelhullsmerket). Litteraturen vi har gjennomgått viser interessante funn

og underbygger vår antakelse om at kvinner vil være et interessant forskningsobjekt, samt at vi kan få tilgang til bakenforliggende årsaker til forskjellen mellom kvinner og menn og arbeidsfordelingen. Det vil helt klart være en fordel å studere kvinner da forskning påpeker at det er disse som i størst grad er i kontakt med symbolmerkede matvarer på daglig basis. Basert på denne refleksjonen antar vi at vi kan gjøre unike funn ved å studere Den pliktoppfyllende kvinne i kjøpskontekst.

### **2.2.2 Relasjonelt perspektiv**

I et eksperiment gjennomført av Big Blue & Company i flere norske matbutikker fikk både kvinner og menn samme oppgave, nemlig å gå inn i en butikk og kjøpe Coca-Cola. Mennene kom ut med en halvliter Coca-Cola til seg selv, mens kvinnene kom ut med en firepack halvannenliter Coca-Cola til familien (Valvik 2015). Dette eksperimentet illustrerer at det er betydlige forskjeller mellom kvinner og menns kjøpsatferd i butikk, og at når kvinnen handler gjøres dette med utgangspunkt i relasjoner hun inngår i. Det fremkommer at det er kvinnene som handler og tilbereder maten familien spiser, men at de fleste kvinner utfører disse oppgavene innenfor et sett av sosiale relasjoner (Charles og Kerr 1988, 40). Kvinner handler i konsumsfærene og oversetter varer til gaver som de re-distribuerer, og kvinners forbruk og handlevaner kommer særlig til uttrykk gjennom relasjoner (Døving 2003, 38). Vi anser det derfor som hensiktsmessig å se nærmere på ulike relasjoner som preger Den pliktoppfyllende kvinne sitt liv.

#### **2.2.2.1 Mor-barn perspektiv**

Mye forbrukerforskning viser til at kvinnen står overfor en rekke plikter i hjemmet. Det er kvinnen som har ansvaret for barnets ernæring, og riktig mat for barna er et kvinnelig ansvar, både i familien og i offentligheten (Døving 2003, 52; Rayner et al. 2001, 26; Grunert et al. 2010, 179). Barnas ernæring er et ansvarsområde som kvinnen ser på som svært viktig, og dersom barnet nekter å spise sunne måltider som hun har tilberedt kan dette tolkes som en utfordring for morens autoritet. Sunne måltider spises således innenfor sosiale relasjoner av makt, en makt som utøves av mor for å kontrollere barnas atferd og for å sosialisere dem til sosialt akseptabel atferd (Charles og Kerr 1988, 87).

I flere kontekster fremkommer det at mødre har et ambivalent forhold til barnas inntak av søtsaker. Det tyder på at kvinner gjennom barnas inntak av søtsaker uttrykker en relasjonell kjærighet, hvor søtsaker brukes som et verktøy til å korrigere eller disiplinere barnet til korrekt atferd (Charles og Kerr 1988, 100). Det fremkommer at en rekke mødre benytter søtsaker som belønning når barna har gjort seg fortjent til anerkjennelse. Søtsaker brukes også som et substitutt for oppmerksomhet når mødrene er slitne, og de ikke har energi eller kapasitet til å gi barnet den oppmerksomheten som forventes av dem. Andre situasjoner hvor søtsaker brukes strategisk av mødre er trøst, som sanksjon om ikke barnet oppfører seg og som intensiv for læring (Charles og Kerr 1988, 100). Alle disse eksemplene viser til situasjoner hvor mor gjennom søtsaker forhandler med barna, og at søtsaker blir et uttrykk for mors kjærighet til egne barn. Til tross for denne funksjonen søtsaker har i mødrenes liv er det imidlertid med en viss skepsis mødrene bruker søtsaker til å tjene disse funksjonene. Mødrene føler også et ansvar for barnas ernæring, og ønsker å begrense barnas inntak av søtsaker for å sikre at barna konsumerer sunne matvarer som er positive for barnets helse og utvikling (Charles og Kerr 1988, 101). Mødre uttrykker kjærighet gjennom å sørge for at barnet får i seg riktig og sunn mat, og det er kun i visse sfærer at det tillates å spise usunn mat, som eksempelvis 17. Mai (Døving 2003, 126). Kvinner frykter også sosiale sanksjoner knyttet til barnas ernæring, og dersom de benytter godteri eller andre søtsaker som et oppdragelsesverktøy i en offentlig kontekst, er det svært viktig å signalisere til sine omgivelser at dette ikke er korrekt oppdragelse og et unntak. I slike tilfeller fremkommer det hvordan kvinnes praksis og plikt blir en respons på sosialt press, og hvordan bruken av mat/søtsaker kommer i konflikt med mødrenes ønske om å kontrollere barnas matinntak og sikre riktig ernæring (Døving 2003, 130; Charles og Kerr 1988, 102).

Mødre bruker også mye tid og energi på å søke diskurser i ønske om å etablere en normativ base, hvor de kan konseptualisere deres egne handlinger som mødre. Mødrene forsøker å finne så mange modeller som mulig som kan veilede de til korrekt atferd som mor deriblant; råd fra helsepersonell, tv-programmer, blader og bøker om morsrollen. Mødre bruker også kontinuerlig andre mødre som en normativ diskurs, og søker stadig bekreftelse på at de gjør det riktig og lykkes i morsrollen. Det er altså en konstant referanse til det normative (Miller 1998, 34). I en kjøpskontekst kan det normative være offentlige kostholdsanbefalinger som eksempelvis Nøkkelhullsmerket. Merket kan tilsvare en modell som veileder mødre til å

foreta sunne matvalg som sikrer barnets ernæringsmessige utvikling. Relasjonelt kan vi anse mors ansvar for barnets ernæring som et uttrykk for mors kjærlighet til sitt barn.

I Millers studie av shopping i London fremkommer det når mødrene er ute og handler at valgene tar en form som idealiserer barnet som den passende mottaker av kjøpene (Miller 2001, 38). Et eksempel som trekkes frem er en mor som er på utkikk etter en spesiell type pølse som sønnen liker. Kvinnen er innom en rekke butikker og bruker en hel morgen på å finne riktig merke. Denne atferden kan fungere som et uttrykk for morens ansvar om å kultivere og respektere barnets valg på et område hun følte, til en forandring, ikke var et av de tilfellene hvor barnet søker uavhengighet av valg kun for å trosse foreldrenes ønsker. Her flyttes fokuset fra den normative diskursen som modellerer både moren og barnets atferd, til en mer spesifikk og individualisert representasjon av barnet som et aktivt subjekt med egne ønsker (Miller 2001, 39).

Relasjonen som preger samspillet mellom mor og barn vil være et interessant utgangspunkt for egne studier, og vi ønsker å utforske nærmere om den pliktoppfyllende kvinnen bruker relasjonen til sitt barn som utgangspunkt ved matinnkjøp. Det vil også være av interesse å se nærmere på om Nøkkelhullsmerket benyttes som en normativ modell om "korrekt" oppdragelse og et uttrykk for mors kjærlighet til barnet.

### ***2.2.2.2 Mellom partnere***

Partnerrelasjon er en annen form for relasjon hvor Den pliktoppfyllende kvinne uttrykker omsorg og ansvar. Miller (1998) ser i sitt studie også på denne typen relasjon, og illustrerer hvordan relasjonen stilles mellom en rekke normative modeller ved shopping. Det er en normativ kjønnspraksis i typiske hushold med en spenning mellom normative modeller, og hva den man handler for faktisk vil ha. For en av Millers informanter, Susan, er det en spenning mellom det normative idealet om hvordan det forventes at et par feirer tiårsjubileum, og en modell av hvordan menn typisk er. Susan karakteriserer sin ektefelle, Charles, som en "typisk mann" uten særlig interesse for romantikk og jubileeer. Spenningen oppstår da mellom den normative modellen om hva som forventes, et romantisk ideal som Charles ikke lever opp til, og den mer treffende normen om hvordan typiske menn er (Miller 2001, 22). Dette eksempelet illustrerer at når kvinnen er i et partnerskap handler hun med utgangspunkt i relasjonen hun har til sin mann. Til tross for at mannen ikke er tilstede vektlegges både hans

preferanser og normen om hvordan mannen er. I tilfellet med Susan veier normen om ”den typiske mannen” tyngre enn den idealiserte normen om hva som forventes.

Dette relasjonsperspektivet viser seg også med tanke på mat. Kvinnen foretar emosjonelle investeringer i mat, og prioriterer gjerne mannens matpreferanser fremfor egne. Mat benyttes av kvinnen som et verktøy i å opprettholde parrelasjonen, uttrykke følelser og for å sikre at mannen forblir fornøyd og tilfreds med egen partner (Charles og Kerr 1988, 64). Når kvinner oppgir hva som vektlegges ved innkjøp av mat svarer en relativt stor majoritet at mannens preferanser er det viktigste (Charles og Kerr 1988). Det å velge mat som er god og som verdsettes av en sulten mann, er en grunnleggende del av å være en kvinnelig partner. Således bruker kvinnen mat som et uttrykk for kjærlighet og omsorg. Kvinnen investerer mye energi og krefter i å tilfredsstille mannens preferanser, slik at hun anerkjennes som partner (Charles og Kerr 1988, 68). Mye kan tyde på at det er en grad av sannhet i at veien til mannens hjerte går gjennom hans mage. Kvinnen anskaffer mat som foretrekkes av mannen for å sikre at han er lykkelig i deres partnerskap, og kvinnen bruker også mat for å demonstrere at de lykkes i, og oppfyller deres rolle som omsorgsperson. Det har imidlertid forekommet endringer i tiden etter Charles og Kerr (1988) gjennomførte sine undersøkelser i perioden mellom 1982 og 1983. Ser vi på nyere litteratur er det tydelige tendenser på at relasjonen mor-barn i stor grad har overtatt plassen som husholdets viktigste faktor. Dette innebærer at det har forekommet en forskyvning der mannens preferanser, som historisk sett har dominert familiens kosthold, har blitt forflyttet (Lyngø 2003; Gullestad 1997). De siste 30 årene har det gått i retning av at det er barnets preferanser som er avgjørende for mors innkjøp, og at det er denne relasjonen som i størst grad vektlegges av mor. Vi ser dermed at mors fokus har gått fra mann til barn (Charles og Kerr 1988; Miller 1998; Døving 2003).

Til tross for denne endringen er det likevel slik at kvinnen vektlegger mannens preferanser fremfor sine egne, og det vil være rimelig å anta at den normative diskursen om hva som er sunt og ernæringsmessig riktig kan komme i konflikt med idealet om å tilfredsstille mannens preferanser. Det kan naturligvis også være tilfeller hvor kvinnen handler til en mann hvor det ikke er noen nevneverdig spenning, mellom det normative idealet om hva som er ernæringsmessig riktig, og hva mannen foretrekker. Det at den pliktoppfyllende kvinnen inngår i en partnerrelasjon vil være en viktig faktor å vektlegge ved egne undersøkelser, og



det vil være av interesse å observere om denne relasjonen kommer til uttrykk i kvinnenes matvalg, og om det oppstår en spenning mellom det *normative* og det *typiske*.

### 2.2.2.3 Det objektiverte selvet

Miller argumenterer for at individualisme i økende grad har blitt inkorporert med slektskap (Miller 1998, 41). Som individer inngår vi i en rekke kontekster og relasjoner, og vi har forestillinger om hvordan vi ønsker og antar at andre oppfatter oss gjennom forbruk. Et eksempel som Miller trekker frem er Margaret, en husmor som mangler selvtillit når det kommer til matinnkjøp. Ved observasjoner fremstiller hun seg som kreativ og opptatt av utradisjonell mat, men som Miller registrerer vitner hennes handlekurv imidlertid om det motsatte. Utover i handleturen hvilte kvinnen i stor grad på andres syn om hvem hun *kunne* være, og uttrykte at mannens venner virket mer sofistikerte og kunnskapsrike vedrørende mat og drikke enn hun selv. Det fremkom at Margaret arbeidet for mannen og hans venner sin anerkjennelse, og hun følte derfor behov for å demonstrere sitt kreative talent til Miller. For kvinnen ble mangel på selvtillit tydelig, og mannen og vennene fungerte som modeller for disse aspirasjonene. I Margarets tilfelle løste tryggheten som kjente merkevarer gir kontradiksjonen. Kvinnens forhold til ulike merkenavn ble viktig i form av at disse uttrykker og medierer relasjonen til andre mennesker, som er grunnlaget for det meste av shopping (Miller 2001, 45).

Det overnevnte eksempelet illustrerer at shopping oftest er et forsøk på å løse motsetningene mellom diskursen av slektskapsrelasjoner og relasjonen i seg selv (Miller 2001, 47). Slik vi tolker det innebærer dette at nærmest ingen former for shopping er fritatt fra føringene som slektskapsrelasjoner og normative idealer gir. I henhold til normative idealer fremkommer det at mat stadig får en mer sentral rolle i det å oppnå ettertraktede verdier som sunnhet, slankhet og skjønnhet. Kvinner forsøker å leve opp til et ideal om en slank kropp og god helse, der bestemte typer matvarer og ingredienser enten ekskluderes eller inkluderes i kvinnenes kosthold (Bugge 2012). Norske kvinner forsøker på en daglig basis å oppnå en slankere kropp, og en relativt stor andel forsøker å redusere inntak av ingredienser som fett og sukker. I en offentlig diskurs blir det å lykkes i å oppnå god helse, en slank kropp og å leve på et bestemt kosthold beskrevet som heroisk og ideelt (Bugge 2005, 217). Disse betraktningene vitner om at også pliktoppfyllende kvinner i enslige hushold gjør valg basert på en norm om hva som forventes fra relasjoner som subjektet inngår i, men også av en idealisert norm om

hva som er forventet kjøpsatferd. Således er ikke Den pliktoppfyllende kvinne, med kun ansvar for egen ernæring, fritatt fra spenningen som kan oppstå mellom ulike modeller. Det viser seg at kvinner som kun har ansvar for eget kosthold og ernæring, i like stor grad må ta hensyn til en normativ diskurs om hva som forventes (Bugge 2012). Dette er betraktninger vi bør være oppmerksomme på ved egne undersøkelser, og vi må være bevisst på at kvinner som tilsynelatende kun handler til enslig hushold, også kan styres av relasjoner eller idealer som ikke direkte er knyttet til kvinnens hushold.

### 2.2.3 DPK som operasjonell abstraksjon

Av den foregående teorijennomgangen fremkommer det at Den pliktoppfyllende kvinne har en rekke *plikter* som kommer til uttrykk i hennes atferd, både i og utenfor kjøpskontekst. Dermed velger vi å bruke DPK (Den Pliktoppfyllende Kvinne) som en operasjonell abstraksjon i denne oppgaven. Det er viktig å poengtere at DPK ikke i alle kontekster og situasjoner handler som DPK, men at rollen innehar ulike nivåer som både er kontekst- og relasjonsavhengig. Vi anser det slik at DPK sin rollestruktur i denne sammenheng særlig kommer til uttrykk i kjøpskontekst, og da spesielt gjennom hennes relasjoner til mann, barn og øvrig familie, samt eventuelle gjester. Hvilke plikter som spesifikt styrer DPK defineres dermed av antakelser i forkant av datainnsamlingen, samt konstruksjoner som observeres ved innsamlingen. Slik sett blir DPK en form for essensialisering, altså en tingliggjøring av en sosial *konstruksjon*, og DPK vil dermed benyttes av oss som et analytisk verktøy. Måten å gjøre dette på er å *abstrahere* det i form av å skape en fast kategori av noe som i realiteten er en skala. Status som DPK medfølger en rekke plikter og rettigheter og rollen blir således hvordan kvinnen utfører disse. Dette har vi ambisjoner om å kunne observere gjennom å følge kvinnene i kjøpskontekst, som vi etter litteratursøk har blitt oppmerksomme på er en arena hvor kvinnen handler med utgangspunkt i en rekke plikter.

Vi har ved denne teorijennomgangen belyst variablene som gjør seg gjeldende i vårt forskningsspørsmål; *I hvilken grad responderer Den pliktoppfyllende kvinne på offentlige styringsverktøy i kjøpskontekst?* Teorijennomgangen bidrar til at vi har tilstrekkelig innsikt i temaet vi ønsker å undersøke, og vi vil videre belyse hvordan vi metodisk ønsker å undersøke vårt forskningsspørsmål.

### 3.0 Metodisk strategi

I dette kapittelet vil vi redegjøre for de metodiske valgene vi ønsker å foreta, samt utdype hvordan dette vil påvirke vårt forskningsdesign. Vi vil også utdype vår utvalgsstrategi, rekruttering av informanter og hvordan vi planlegger å gjennomføre undersøkelsen. Vi ønsker videre å se nærmere på betydningen av å bruke oss selv som instrument for datainnsamlingen samt belyse viktige etiske aspekter ved bruk av kvalitative tilnærminger. Avslutningsvis vil vi gå gjennom forutsetninger for analysen som vil inneholde forberedelser til og faktisk gjennomføring av feltarbeidet, samt en presentasjon av vårt faktiske utvalg.

#### 3.1 Metode

Utgangspunktet for oppgavens forskningsdesign er spørsmålet vi ønsker å undersøke, og kan i forskningssammenheng betegnes som et *ontologisk* spørsmål. Ontologi er læren om hvordan virkeligheten faktisk ser ut, men det vil imidlertid være vanskelig å komme frem til en enhetlig forståelse av hvordan verden faktisk er. Dermed vil vårt valg av forskningsdesign påvirke den kunnskapen vi fremskaffer om temaet som ønskes undersøkt (Gilje og Grimen 1993,17; Jacobsen 2015, 22). Videre vil *metode* være de teknikker vi som benytter for å tilegne oss kunnskap om virkeligheten, og det er en rekke spørsmål som må tas stilling til i denne sammenheng. Det vil være hensiktsmessig å avklare metodikken vi ønsker å benytte først, da dette vil avgjøre hvilket forskningsdesign som er mest egnet. I henhold til metode er det følgende distinksjoner som trekkes:

Induktiv	Fra empiri til teori
Deduktiv	Fra teori til empiri
<b>Abduktiv</b>	Dialektisk forhold mellom teori og empiri
Individualisme	Enkeltmennesket som datakilde
<b>Holisme</b>	Samspeillet mellom enkeltmennesker som datakilde
Avstand	Skille mellom forsker og fenomen
<b>Nærhet</b>	Forståelse for hva andre mener og tror
Kvantitativ	Informasjon i form av tall
<b>Kvalitativ</b>	Informasjon i form av ord

Tabell 1: Metodiske tilnærminger (Jacobsen 2015)

I den overnevnte tabellen vil de metodiske tilnærmingene som er uthevet i fet skrift være de som gjør seg gjeldende for undersøkelse av vårt forskningsspørsmål, og som videre danner grunnlag for vårt videre forskningsdesign. En *abduktiv* tilnærming kan betraktes som en kombinasjon av induksjon og deduksjon. Tilnærmingen ble opprinnelig introdusert av den amerikanske vitenskapsteoretikeren Charles S. Peirce som viste til hvordan abduksjon kan betraktes som det samme som en hypotese. Mer presist fokuserte han på veien til å forme en hypotese, altså å retrodisere. Således blir abduksjon et forsøk på å vise logisk hvordan en antagelse eller hypotese formes (Peirce 1958 i Døving 2003, 339). Årsaken til at vi anser denne tilnærmingen som mest passende er at vi ønsker å utvikle kunnskap både gjennom det induktive (observasjoner) og det deduktive (om antakelser får støtte eller ikke i empiri). Vår teoretiske forankring vil bidra til å gi perspektiver på hvordan observasjoner kan forstås, og analyse av observasjoner vil ha en sentral plass når det gjelder å utvikle ideer. Således vil en abduktiv tilnærming være en kontinuerlig veksling mellom teori og empiri, der teori utvikles på grunnlag av systematiske og dyptgående analyser (Thagaard 2013; Jacobsen 2015).

Vi ønsker videre å ha en *holistisk* tilnærming da vi vil se nærmere på konteksten individet inngår i, og dets samspill med andre enkeltindivider; altså Den pliktoppfyllende kvinne som en sosial person (Jacobsen 2015, 24). I vår oppgave vil dette samspillet være mellom den pliktoppfyllende kvinnen og andre medlemmer i husholdet, eksempelvis mann og barn. Vi antar den relasjonen kvinnen har til andre enkeltindivider vil påvirke valg som tas i kjøpskontekst, og at Den pliktoppfyllende kvinne dermed ikke kan anses som en isolert analyseenhet, fritatt fra kontekst og relasjoner. Den neste distinksjonen som trekkes er om samarbeidet mellom forskeren og informant skal være preget av nærhet eller avstand (Thagaard 2013; Jacobsen 2015). I våre undersøkelser vil *nærhet* til informantene være viktig, da det er et behov for at vi oppnår en forståelse av hva deltakerne mener, samt hvordan de opplever egen situasjon. Det vil være av betydning å oppnå en relasjon med våre informanter, og at vi gjennom flere møter sikrer at informantene føler en stor grad av trygghet overfor oss som forskere. Dette vil være viktig slik at kvinnene ”tør” å uttrykke meninger og tanker som umiddelbart ikke er å betrakte som ”politiske korrekte”.

Avslutningsvis ønsker vi å samle inn *kvalitative* data der vi vil etterstrebe å oppnå informasjon i form av ord. Dette vil bidra til at vi gjennom observasjoner og dialog får det som Clifford Geertz betegner som *tykke beskrivelser* (Geertz 1975). Vi vil gjennom en

kvalitativ tilnærming oppnå tykke beskrivelser av fenomenet/konteksten som ønskes undersøkt, og da sosiale fenomener er for komplekse til å reduseres til tall, vil informasjon i form av ord åpne for mer nyanserikdom (Jacobsen 2015, 24). Av de foregående valgene fremkommer det at vi vil ha en fortolkningsbasert tilnærming til datainnsamlingen, da vår metode skiller seg betraktelig fra positivismen og det naturvitenskapelige idealet (Jacobsen 2015).

### 3.2 Valg av forskningsdesign

Forskningsdesignet omfatter beskrivelse av hva undersøkelsen skal fokusere på, hvem som er aktuelle deltakere samt hvor og hvordan undersøkelsen skal utføres. Designet inneholder altså den faglige konteksten for undersøkelsen. Vi anser *etnografisk design* som mest passende for undersøkelse av vårt forskningsspørsmål da vi har som formål å oppnå en beskrivelse og fortolkning av en sosial gruppe og sosialt system (Thagaard 2013, 55; Johannessen et al. 2011, 86). Som design innebærer etnografi at vi som forskere går ut i felten, og samler inn data ved hjelp av observasjoner over en lengere periode. Mer spesifikt innebærer dette en *deltakende observasjon*, der vi som forskere er en del av kulturen vi studerer (Johannessen et al. 2011, 88). Som forskere vil vi være tilstede i informantenes sosiale setting slik at vi kan se hvordan disse handler i en gitt kontekst. Metoden egner seg godt til å undersøke relasjoner mellom mennesker fordi man har anledning til å avdekke hvordan personer forholder seg til andre i en sosial situasjon, eksempelvis som tidligere nevnt gjennom relasjoner som preger informantens liv.

Det er gjennomgående i metodisk litteratur at begrepene *deltakende observasjon* og *feltarbeid* brukes om hverandre, og det er viktig å understreke at begge begrepene viser til hvordan forskeren oppholder seg i og knytter kontakter i et bestemt miljø. Mer spesifikt kan vi si at feltarbeid knytter seg til den fasen hvor vi som forskere forlater vårt arbeidssted og går ut i felten, altså oppholder oss i et annet miljø. Deltakende observasjon på sin side omhandler mer spesifikt de fremgangsmåter vi anvender i feltarbeidet. Deltakelse innebærer ikke at vi skal gjøre alt deltakerne gjør, men samhandle med dem mens de gjør sine daglige aktiviteter. I vår sammenheng vil dette innebære å følge og observere informantene når de foretar kjøp i butikk og at vi har en interaksjon og kommuniserer med disse i kontekst. Altså vil den faglige konteksten for undersøkelsen være butikker informantene foretar matinnkjøp. På denne måten

oppnår vi økt innsikt gjennom kontinuerlig dialog, og refleksjoner rundt informantenes atferd underveis (Thagaard 2013, 69). Etnografiske studier kan ta en rekke former og det er opp til oss som forskere å avgjøre hvilken retning studiet skal ta. Vi har i den forbindelse latt oss inspirere av den britiske antropologen Daniel Miller og hans feltarbeid i Nord-London. Vi vil følgelig se nærmere på dette studiet og dets relevans for vår forskning.

### 3.2.1 Daniel Millers etnografiske studie

Daniel Miller gjennomførte i 1998 et omfattende etnografisk studie av shopping, der han utførte observasjoner i 76 ulike husholdninger som var lokalisert i samme gate i Nord-London. Millers feltarbeid strakk seg over ett år hvor han samarbeidet med den britiske sosialantropologen Alison Clarke, og han har selv understreket fordelene ved at de var to personer med tanke på å oppnå tillit og kontakt med informantene. Miller har også presisert at deltakende observasjon var essensielt for studiet, og at det å følge informantene på handletur var det som ga unik innsikt i datamateriale og senere i analysen (Miller 1998; Lien 2007).

Vi ønsker å bruke Millers studiet som inspirasjon til eget forskningsarbeid da vi ser stor nytteverdi og fordel ved å ta del i informantenes hverdag. Gjennom en slik deltakelse kan vi ta del i de spontane og umiddelbare refleksjonene informantene gjør seg når de går langs butikkhyllene og skal foreta kjøp. En slik tilnærming medfører at vi vil få tilgang til informasjon og tanker som ikke ville vært mulig å oppnå kun gjennom intervjuer, altså når individet er utenfor kjøpskontekst. Marianne Lien presiserer at et problem med intervju er at folk kan ha en tendens til å stille seg selv i et bedre lys, noe som er spesielt vanlig når det dreier seg om normativt "belastede" felt som matvarer, kosthold og smak (Lien 2007, 338). Også på bakgrunn av vår litteraturgjennomgang har vi registrert en klar tendens om at det ofte forekommer avvik mellom *oppfattet* atferd og *faktisk* atferd. En slik feilmargin vil vi i større grad være i stand til å unngå dersom vi som forskere også er deltakende på informantenes handleturer. Som tidligere nevnt ønsker vi også å få innsikt i eventuelle relasjoner informantene har, og på hvilket grunnlag og i hvilken grad disse relasjonene vektlegges i kjøpskontekst. Vi antar at refleksjoner rundt dette vil være vanskelig å få til i en intervjusituasjon, da aspekter ved slike relasjoner ofte best kommer til uttrykk i umiddelbare vurderinger, og ikke er en del av et bevisst beslutningsgrunnlag som huskes detaljert i ettertid.

Med utgangspunkt i relasjoner informantene har og et fokus på normative idealer om sunt kosthold, vil vi også studere hvorvidt informantene lar seg påvirke av offentlige styringsverktøy i kjøpskontekst. Av offentlige styringsverktøy vil Nøkkelhullsmerket være av størst betydning, men vi må være bevisst på at informantene kan ha kjøpsvaner som ikke er sammenfallende med det vi forventer å observere. I butikk eksponeres forbrukeren for en rekke påvirkningsfaktorer, og vi må ta høyde for at det kan være andre faktorer som påvirker våre informanter i kjøpsøyeblikket.

### 3.2.2 Intervju

I tillegg til å gjennomføre deltakende observasjoner ønsker vi å utføre dybdeintervjuer med hver av informantene. Intervju innebærer at vi kan få fyldige og detaljerte beskrivelser, samt ytterligere innsikt i informantenes tanker og meninger slik at vår forståelse for temaet øker. Metoden bidrar til at vi som forskere kan tre inn i individets mentale verden, samt få inntrykk av mønstre og kategorier som informantene knytter til bestemte temaer eller hendelser (Johannessen et al. 2011, 143; McCracken 1988, 9). Intervju vil altså være et nyttig supplement til våre deltakende observasjoner. En kombinasjon av disse, såkalt metodetriangulering, vil bidra til at vi får omfattende og nyanserte data fra vårt feltarbeid (Fangen 2004, 140). Gjennom intervjuer kan vi få særlig innsikt i, og tilgang til informasjon om hvordan informantene opplever og forstår seg selv og sine omgivelser (Thagaard 2013, 58). Metoden muliggjør det også for oss som forskere å stille spørsmål rundt atferd og beslutninger som observeres i feltet, slik at informantene får anledning til å utdype og forklare sine handlinger.

Et kvalitativt intervju kan ha ulike grader av åpenhet, avhengig av i hvor stor grad intervjuet er strukturert og i hvilken grad intervjueren styrer og legger begrensninger på informanten (Jacobsen 2015, 149). Det trekkes gjerne en distinksjon mellom *strukturert intervju* og *ustrukturert intervju*. I et strukturert intervju er problemet og spørsmålene definert av forskeren i forkant av intervjuet, og informanten forventes å svare innenfor intervjuerens rammeverk og definisjon av problemet. I et ustrukturert eller åpent intervju er ikke formatet standardisert, og intervjueren søker ikke normative responser. Intervjuet har gjerne et flytende format og beveger seg gjerne i en retning basert på respondentens uttalelser og signaler (Guba og Lincoln 1981, 155). Vi bør imidlertid ikke betrakte grad av strukturering som et enten – eller, men betrakte det som en glidende skala fra ett ytterpunkt, der samtalen ikke har noen

spesiell plan og rekkefølge, til et annet ytterpunkt der intervjuet består av faste spørsmål i en fast rekkefølge. Det er derfor ikke uvanlig at vi også finner mer mellomliggende former som kombinerer fremgangsmåter og metoder fra begge intervjuformene (Jacobsen 2015, 150; Johannessen et al. 2011, 144). Ved slike tilfeller snakker vi om det som betegnes som et *semistrukturert intervju*, og det er en slik tilnærming vi ønsker å ha til intervjuene vi skal gjennomføre.

Et semistrukturert intervju er et delvis strukturert intervju som har en overordnet intervjuguide som fungerer som utgangspunkt for intervjuet mens spørsmål, temaer og rekkefølge kan varieres. I et slikt intervju kan forskeren bevege seg frem og tilbake i intervjuguiden hvilket medfører en stor grad av frihet, samtidig som forskeren har en guide som veileder og sikrer at han/hun får innhentet relevant informasjon (Guba og Lincoln 1981, 157; Johannessen et al. 2011, 145). Det vil derfor ved utforming av intervjuguide være viktig at vi utarbeider sentrale deltemaer som inngår i den overordnede problemstillingen, samtidig som spørsmålene stilles på en slik måte at det oppmuntrer informantene til å komme med utdypende informasjon. Intervjuguiden bør også inneholde underpunkter eller underspørsmål, slik at vi får dekket eller utdypet de ulike temaene. Det semistrukturerte intervjuet vil derfor tillate en god balanse mellom standardisering og fleksibilitet, samt at tilnærmingen medfører at vi får inkludert temaer som er viktige å belyse med utgangspunkt i forskningsspørsmålet. Samtidig vil informantene stå fritt til å konkretisere og inkludere temaer som vi kanskje ikke hadde tenkt på i utgangspunktet (Johannessen et al. 2011, 147).

Med tanke på at vi ikke skal definere klare spørsmål i forkant av intervjuene, vil det likevel være viktig å forberede oss på hvordan vi tilnærmer oss informantene, samt avdekke hvordan vi bør formulere oss for å sikre rikelig og nyansert informasjon. Se ”Vedlegg I: Spørsmålstyper” for ytterligere utdypning av relevante spørsmålstyper, samt funksjoner disse vil ha for oss ved innsamling av informasjon gjennom intervjuer.

### **3.3 Styrker og svakheter ved valgt metode og forskningsdesign**

Det er en rekke styrker og svakheter knyttet til de metodiske valgene vi har foretatt. For det første vil en *abduktiv* tilnærming ha fordel i form av at vi får kombinert fremgangsmåter både fra en induktiv og deduktiv tilnærming. Deduktive elementer vil ha styrke i form av at vi har



god innsikt i feltet vi skal forske på, gjennom omfattende litteratursøk i forkant av feltarbeidet. Dette er hensiktsmessig da en viss kunnskap og innsikt i feltet vil medføre at vi er bevisst på hvilke variabler og faktorer som er relevante. Vi vil også være bedre forberedt på å fange opp hva som er essensielle data, samt at tolkninger og analyser kan gjøres fortløpende med utgangspunkt i tidligere litteratursøk. Samtidig vil induktive elementer medføre at vi som forskere ikke har et for snevert syn på feltet vi undersøker, og ikke kun etterstreber å få støtte for noen forhåndsdefinerte antakelser.

En *holistisk* tilnærming vil være en fordel da vi har anledning til å avdekke det komplekse samspillet våre informanter har med andre enkeltindivider. En individualistisk tilnærming ville vært lite hensiktsmessig med tanke på vårt forskningsspørsmål. Dette grunnet ønsket om å se nærmere på informantenes *relasjon* til andre individer, og hvordan dette påvirker atferd og beslutninger som foretas i en kjøpsituasjon. Videre kan det at vi ønsker å ha en *nærhet* til våre informanter være en potensiell fare, som kan medføre ulemper vi må være oppmerksomme på i forkant av feltarbeidet. Et *for* nært forhold til våre informanter kan medføre at det oppstår en såkalt forskningseffekt der vi som forskere påvirker studiens resultater. Vi kan komme i skade for å la egne fortolkninger av virkeligheten påvirke både det umiddelbare feltarbeidet, men også når resultatene fra undersøkelsen skal fortolkes. Vi må unngå at forskningsresultatet styres av hvem (oss) som gjennomfører forskningen, og at vi gjennom vår deltakelse ikke forstyrrer informantenes oppfatning av virkeligheten. Dersom disse fallgruvene ikke tas i betraktning kan vi få utfordringer med forskningens repliserbarhet (Jacobsen 2015, 26).

Det at vi ønsker å ha en kvalitativ tilnærming medfører både fordeler og ulemper. Den kanskje største fordelen er at vi får innhentet tykke beskrivelser. Dette innebærer at vi i størst mulig grad kan forklare hvordan et fenomen opptrer der det opptrer, samt få tilgang til hvordan enkeltindivider tolker den sosiale virkeligheten (Geertz 1975). Vi får også fanget opp den komplekse virkeligheten mennesker lever i, da vi observerer informantene i deres egne sosiale setting, hvilket gir de anledning til å snakke og uttrykke seg med egne ord. Gjennom en slik tilnærming får vi innsikt i hvordan våre informanter selv konstruerer virkeligheten, og vi vil få frem alle de variasjoner og nyanser som ligger i ulike fortolkninger (Jacobsen 2014, 30).

Den antageligvis største ulempen med en kvalitativ tilnærming er at vi ikke vil være i stand til å generalisere funnene fra våre data. En kvantitativ tilnærming ville medført at vi hadde fått tilgang til en betraktelig større datamengde, og funnene ville således vært mer overførbare og generaliserbare (Jacobsen 2015, 129). Dette vil vi ikke være i stand til å oppnå ved bruk av deltakende observasjoner, da vårt utvalg avgrenser seg til et begrenset antall informanter. Dataene vi innhenter vil således kun reflektere det spesifikke utvalgets konstruksjoner, tanker og beskrivelser, og vil således ikke være representativt for en større populasjon. En annen fallgrube ved bruk av kvalitative tilnærminger er at dataene som innhentes kan tillegges mer subjektive tolkninger av oss som forskere, enn det som er tilfelle ved mer kvantitative data. Ved kvalitative metoder derimot kan det gjennom analyse forekomme at vi lar egne tolkninger og ståsted påvirke konklusjoner som trekkes. Det vil derfor være svært viktig at vi distanserer oss fra dataene. Vi må ikke tillegge dataene betydninger og tolkninger som kun reflekterer egne subjektive betraktninger, men etterstrebe at dataene som presenteres reflekterer informantenes virkelighetsoppfatning og ståsted.

### 3.4 Utvalgsstrategi

For å videre utdype vårt forskningsdesign vil vi se nærmere på studiens utvalgsstrategi, slik at studiens subjekter er definert i forkant av datainnsamlingen. Siden vi har valgt en kvalitativ tilnærming er det lite aktuelt å rekruttere informanter tilfeldig, da vår hensikt er å få mest mulig kunnskap om fenomenet, ikke gjøre statistiske generaliseringer (Johannesen et al. 2010, 110). Vi ønsker derfor å gjennomføre et *strategisk utvalg*. Dette innebærer at vi i første omgang må avklare hvilken målgruppe som må delta for at vi skal få samlet inn nødvendig data, og som vil være strategisk med tanke på undersøkelsens teoretiske perspektiver (Thagaard 2013, 60). Når dette er definert må vi foreta et utvalg fra målgruppen, bestående av personer som faktisk skal delta i studien. Til dette ønsker vi å benytte oss av en *kriteriebasert utvelgelse* da det er av interesse at informantene velges ut basert på noen forhåndsdefinerte variabler (Johannesen et al. 2010, 113). For vår del vil det være variablene: kjønn, utdanning, alder, bosted og familierelasjon. Mer spesifikt kan vi si at kriteriene for utvalget er følgende:

Kjønn	Informant	Aldersintervall
Kvinne	Ung kvinne i enslig hushold Høyere utdanning Oslo	20-28 år
Kvinne	Ung kvinne med barn og mann/partner Høyere utdanning Oslo	28-40 år
Kvinne	Ung kvinne med barn og mann/partner Ingen høyere utdanning Oslo	28-40 år
Kvinne	Middelaldrende kvinne med mann /partner Barn som har flyttet ut Oslo	50-65 år
Kvinne	Middelaldrene kvinne, enslig Barn som har flyttet ut Oslo	50-65 år

Tabell 2: Utvalgsstrategi

Vi har gjennom litteratursøk blitt oppmerksomme på at det er kvinner som sørger for at det til enhver tid er mat i hjemmet, og at det også er de som har ansvar for å forsyne seg selv og sin familie (Devault 1991; Døving 2003). Utgangspunktet for rekrutteringen er dermed DPK som sosial abstraksjon. Vi benytter DPK som en merkelapp vi har konstruert og strategien er således å rekruttere informanter som representerer denne kategorien. Av den grunn anser vi kjønn som en viktig variabel, og mer spesifikt at *kvinner* vil være et interessant forskningsobjekt. Det er imidlertid begrenset med forskning som omhandler hvordan kvinner i ulike alder responderer på symbolmerking i kjøpskontekst. *Alder* vil derfor være en annen viktig variabel da det er rimelig å anta at kvinner, i ulike livsløp, vil respondere ulikt på offentlige styringsverktøy i kjøpskontekst. Av den grunn ønsker vi å rekruttere etter tre ulike aldersintervaller som vil danne et interessant utgangspunkt for sammenlikning av kvinner i ulike livsløp. Det relasjonelle perspektivet og Den pliktoppfyllende kvinne kommer særlig til uttrykk gjennom kvinnenens aldersvariabler, der tre av kvinnene vil ha direkte relasjoner i husholdet. Vi har også inkludert én ung kvinne som kun har ansvar for seg selv og egen ernæring, da vi vil undersøke om kvinner uten direkte relasjoner i husholdet (mann/partner og barn) likevel benytter slektskapsrelasjoner og/eller normative idealer i kjøpskontekst. Funn her vil være interessante å sammenlikne med informanter som mer direkte handler med utgangspunkt i relasjoner som er en del av husholdet. Vi bør imidlertid være oppmerksomme

på at kvinner som bor alene også handler til husholdet, slik at husholdet i seg selv også blir en form for relasjon (Miller 1998).

*Utdanning* er en annen variabel vi betrakter som relevant da mye av litteraturen vi har gjennomgått viser til at kjøpsvaner og kosthold varierer med grad av utdanning. Det er eksempelvis slik at kvinner med høyere utdanning spiser sunnere og er mer opptatt av kosthold og ernæring enn kvinner med lavere utdanning (Wandel 1997; Grunert og Wills 2007; Roos 2007; Bugge 2015). Av den grunn vil utdanningslengde være viktig å være oppmerksom på ved rekruttering av informanter, da dette indirekte kan ha en innvirkning på informantenes kjøpsatferd og følgelig vårt datamateriale. Vi har i hovedsak tatt beslutning om å rekruttere kvinner med høyere utdanning (bachelor eller mer), men vi ønsker også å inkludere én kvinne med lavere utdanning. Dette for å ha mulighet til å belyse og eventuelt avdekke om det eksisterer noen forskjeller mellom kvinnene med høy og lav utdanning i vårt utvalg, samt deres respons på offentlige styringsverktøy i kjøpskontekst.

Avslutningsvis må vi også gjøre avgrensninger i utvalget basert på informantenes geografiske bosted. Vi ønsker å rekruttere informanter bosatt i Oslo da dette er blant områdene i Norge hvor husholdningenes forbruk er størst, samt at matinnkjøp gjøres hyppigere her enn i mer rurale områder (SSB 2013). Dette vil bidra til at vi kan få deltatt på et større antall handleterer og med dette få rikelig med data som kan belyse vårt forskningsspørsmål. Det at forbrukere bosatt i Oslo handler hyppigere kan bidra til at vi også får vært med på handleterer som er mindre planlagt og systematisert, samt mer spontane. Oslo er også det området hvor vi har størst anledning til å rekruttere gjennom eget nettverk da dette er området vi selv er bosatt, hvilket medfører at vi vil ha tilgang til potensielle informanter gjennom venner og bekjente. Det er imidlertid viktig at vi er oppmerksomme på at det eksisterer forskjeller i kjøpsvaner innad i Oslo, da det spesielt trekkes et skille mellom kostholdsvaner i øst og vest (Roos 2007). Vi planlegger ikke å rekruttere informanter basert på hvilken bydel de er bosatt i, men det blir likevel viktig å være bevisst informantenes tilhørighet ved senere analyse.

### **3.4.1 Rekruttering av informanter**

Det er ikke uvanlig å benytte seg av en kvantitativ tilnærming som utgangspunkt til en kvalitativ undersøkelse, men i vårt tilfelle har vi en rekke sekundærdata som viser hvorvidt forbrukeren har kjennskap til matmerking og om dette benyttes i kjøpskontekst (Johannessen

et al. 2010). Vi velger derfor å benytte oss av eksisterende data på området, og kun fokusere på det kvalitative perspektivet. Vi ønsker å rekruttere via eget nettverk, samt møte informantene på forhånd slik at de er klar over undersøkelsens gjennomføring. Det vil også i forkant av undersøkelsene være viktig å sette av tid til at informantene blir trygge på oss som forskere, slik at vår tilstedeværelse i feltet blir så naturlig som mulig.

### 3.5 Gjennomføring av feltstudier

Bruk av deltakende observasjon som datainnsamlingsmetode innebærer at vi som forskere må gå inn i, være tilstede i og forlate felten (Johannesen et al 2011). Vi tolker deltakende observasjon slik at vi ikke *kun* observerer informantene på avstand, men har en interaksjon med de gjennom hele handleturen - både i forkant, under og i etterkant av handleturen. Vi ønsker å beskrive hva informanten sier og gjør i situasjoner og kontekster som ikke er strukturert av oss, og som foregår på informantenes premisser.

Vi planlegger å følge våre informanter over en periode på om lag to uker, hvor vi vil observere informantene i ulike arenaer hvor de foretar matinnkjøp. Dette kan være alt i fra ukentlig innkjøp i nærbutikken, til kjøp av sjokolade og liknende i kiosk og andre utsalgssteder. Dette medfører at vi ikke vil ha et fast observasjonsfelt å forholde oss til, men at dette vil variere og avhenge av informantenes handelsbehov, da noen handler kun én dag i uken, mens andre handler opptil flere ganger per uke.

Det går et skille mellom strukturert og ustrukturert observasjon. Strukturert observasjon innebærer at forskeren opererer med et skjema som inneholder forhåndsbestemte kategorier om hva som skal observeres og noteres. Ustrukturert observasjon på sin siden medfører at forskeren ikke har gjort seg opp en mening på forhånd om hvilke detaljer som skal observeres (Johannesen et.al 2010, 135). Vi planlegger ved våre undersøkelser en kombinasjon av strukturert og ustrukturert observasjon. Dette fordi vi ikke ønsker å "binde" oss fullstendig til den strukturerte måten å observere på, men vil være mer fleksible og åpne. Vi anser likevel en viss grad av struktur som hensiktsmessig da vi må planlegge hvordan vi skal gjennomføre observasjonene i felt, samt at det sikrer at dataene vi har registrert er av relevans. Som hjelpemiddel under observasjonen vil vi derfor benytte oss av et delvis strukturert observasjonsskjema og lydopptaker, samt feltnotater slik at vi på en oversiktlig og enkel måte

kan dokumentere det som ikke fanges opp av lydopptak. Notatene vi skriver i løpet av observasjonen vil være til hjelp for å kunne bearbeide erfaringer underveis, samt bringe disse videre inn i arbeidet med analyse av data (Thagaard 2003, 90). Det at vi skal følge flere informanter over en lengere periode vil medføre at det innhentes en rekke data. Vi vil derfor skrive kommentarer og vurderinger i løpet av datainnsamlingen, slik at studien i senere tid kan etterprøves på bakgrunn av fylldige beskrivelser (Thagaard 2003, 89).

Undersøkelsessituasjonen bestemmer hvorvidt vi som forskere kan notere i løpet av observasjonen eller om notatene utføres i ettertid. Det å ta frem notatblokk under en deltakende observasjon kan gi inntrykk av at vi er mer distanserte enn det vi ønsker å fremstå som, og vi ønsker derfor i utgangspunktet å være to personer til stede når vi skal gjennomføre observasjoner. Dette medfører at én kan notere mens den andre stiller spørsmål til informanten underveis. Det er viktig at settingen ikke blir *for* formell, samtidig som vi klarer å sikre og opprettholde et profesjonelt nivå. Det er også av betydning at vi er to i feltet, da vi som forskere kan mistolke og forenkle dataene. Dette kan resultere i at vi avslutter arbeidet i et for tidlig stadium, og/eller tillegger meninger til hendelser som ikke reflekterer det faktiske innholdet (Guba og Lincoln 1981, 147). Desto mer tid vi bruker i feltet og at vi er to, desto mindre er sannsynligheten for at vi oppfatter selektivt, mistolker eller forenkler dataene (Johannesen et al 2011).

Vi vil etter hver observasjon innhente kopi av kvitteringen for kjøpet slik at vi enkelt får oversikt over varene informanten har kjøpt. Deretter vil vi gå en ny runde i butikken for å dokumentere nøyaktig hvilke produkter informanten har valgt. Dette for å se om det er noen påvirkningsfaktorer vi ikke la merke til under observasjonen som for eksempel symbolmerking, kampanjer eller tilbud. Dersom det skulle forekomme at informantene foretar kjøp uten vår tilstedeværelse vil vi informere om at vi ønsker å motta en kvittering av kjøpet slik at vi likevel kan danne oss et bilde av informantens kjøpsvaner og eventuelle mønstre. For å gjennomføre og dokumentere troverdige observasjoner ønsker vi å benytte oss av ulike hjelpemidler, se ”Vedlegg II: Hjelpemidler observasjon”.

Etter avtale med de ulike informantene er det ønskelig at de tar kontakt med oss hver gang de skal ut å handle. Vi har bevisst fordelt de ulike informantene over en periode slik at vi alltid

har mulighet til å følge de når de skal gjøre innkjøp. Når det er mulig avtaler vi handleturer på forhånd, andre dager vil det være mer spontane handleturer. Det er svært viktig at vi informerer informantene våre om at vi ønsker å være med på alle handleturer – både større og mindre innkjøp. Dette for å avdekke eventuelle forskjeller i vurderinger som foretas, da eksempelvis mer spontane handleturer med færre innkjøp kan bære mindre preg av å oppfylle normative idealer, enn nøye planlagte handleturer med innkjøp til hele familien.

### **3.6 Oss som forskere i feltet**

Ved feltarbeid er forskeren både en uavhengig variabel og en interaksjonseffekt, og det finnes derfor noen karakteristikk ved menneske som instrument som skiller seg betraktelig fra mer statistiske metoder. Dette medfører følgelig noen implikasjoner vi må være oppmerksomme på ved innsamling av data gjennom feltarbeid (Guba og Lincoln 1981, 129). Epistemologisk innebærer det å anerkjenne egen rolle som forsker at man erkjenner at det er et skille mellom virkeligheten slik den faktisk er, og virkeligheten slik den fremstår og oppfattes av forskeren. Fordommer kan eksempelvis styre oppfatninger av virkeligheten, og det er derfor svært viktig at forsker er bevisst egen rolle og teoretisk utgangspunkt (Jacobsen 205, 23). Det er i hovedsak to aspekter som melder seg som utfordrende og som vi som forskere må ha en bevisst holdning til ved datainnsamlingen. Det første knytter seg til det at vi benytter forskeren (oss selv) som instrument. For det andre må vi klargjøre eget ståsted, hvor det at vi er kvinner som forsker på kvinner vil være av særlig betydning, og som kan påvirke studiens validitet.

#### **3.6.1 Karakteristikk ved mennesket som instrument**

Når forskeren benyttes som instrument er det en rekke karakteristikk som gjør seg gjeldende og som kjennetegner denne formen for datainnsamling. For det første er det slik at når forskeren benyttes som instrument vil han/hun ha en *responderende* atferd i form av at forskeren responderer både på miljøet som ønskes undersøkt, men også på menneskene som former og utgjør dette miljøet. Forskeren er både mellommenneskelig og miljømessig interaktiv, og vil ikke kun respondere på signaler informantene gir, men også selv utgi signaler til informantene (Guba og Lincoln 1981, 130). Dette er viktige betraktninger som medfører at vi må være oppmerksomme på at vi som forskere ikke vil være fullstendig nøytrale, og at egne signaler vil samhandle med konteksten vi søker å forstå. Av særlig

betydning er det at våre informanter ikke adopterer våre konstruksjoner, men ytrer erfaringer, perspektiver og oppfatninger i deres eget språk, samt baserer dette på egne personlige og kulturelle forståelser (Guba og Lincoln 1981, 130). Betydningen av vårt nærvær vil likevel ikke være mulig å unngå fullstendig, men i situasjoner hvor handlingene som observeres krever spesielt mye oppmerksomhet fra informantene, er det rimelig å anta at vårt nærvær som forskere vil virke mindre forstyrrende inn på interaksjonen. Det bør også nevnes at feltarbeidets varighet påvirker forskerens mulige påvirkning. I denne sammenheng kan det at vi møter informantene flere ganger over en lengre periode eliminere noen av effektene som oppstår som konsekvens av vår tilstedeværelse. Dette kan også bidra til at vi selv blir mer bevisstgjort på atferd som vi selv signaliserer underveis i feltarbeidet, og kan justere dette deretter slik at informantene fokuserer på gjøremålene de har i butikk, og ikke vår tilstedeværelse som forskere (Thagaard 2013, 88).

En annen viktig karakteristikk ved menneske som instrument er *tilpasningsevne*. Dette innebærer at menneske som instrument tilpasses som et datainnsamlende verktøy. Evnen til å tilpasse seg ulike kontekster, omstendigheter og ulike informasjonsbehov, er viktig når vi bruker oss selv som instrument. Vi kan ved en slik tilnærming få tilgang til omfattende informasjon som mellommenneskelig interaksjon, kroppsspråk og verbale uttryksmåter. Det er viktig at vi ved datainnsamlingen har en tilstrekkelig tilpasningsevne slik at vi er i stand til å utforske konteksten, og er fleksible med tanke på informasjonen som innhentes (Guba og Lincoln 1981, 131). Videre er det av betydning at vi har et *helhetlig fokus* der vi ser på verden med et helhetlig syn, og blir bevisst på konstruksjoner som ikke er antatt i forkant. Det er viktig at enhver observasjon tolkes i lys av informantenes regler, verdier, tradisjoner, oppfatninger og vaner, samt at vi som forskere fordyper oss fullstendig i det nye miljøet og opphever egne verdier og bedømmelser. Vi må utvikle en kontekstuell og holistisk oppfatning av situasjonen som ønskes undersøkt, slik som også ble belyst i kapitlet som omhandlet våre metodiske valg (Guba og Lincoln 1981, 132).

Bruk av oss selv som instrument setter også krav til at vi umiddelbart evner å prosessere dataene som innhentes, samt er i stand til å organisere og konseptualisere relevante funn. Tilnærmingen bidrar også til at vi kontinuerlig har mulighet for *klargjøring og summering*, der vi eksempelvis har anledning til å påpeke om tidligere uttalelser ikke er klare eller om de trenger utdyping. Det at vi direkte kommuniserer med informantene medfører at de kan



utdype og forklare egne uttalelser, og gi bakgrunn for informasjon som vil utvide vår forståelse av en spesifikk hendelse, følelse, persepsjon eller situasjon. Summering er en annen fordel der vi til enhver tid har anledning til å undersøke om vi har hørt korrekt, samt unngå å tillegge samtaler verdier som informantene ikke selv står inne for. Vi som forskere må lytte til våre informanter, og også gi oppmerksomhet til informasjon som vi i utgangspunktet ikke betrakter som viktig. Informanten er vår viktigste læremester, og det er av betydning at vi lytter dersom informantene er under oppfatning av at vi har mistet eller unngått viktig informasjon (Guba og Lincoln 1981, 137).

### **3.6.2 Kvinner forsker på kvinner**

En annen faktor som er av betydning for vårt feltarbeid er vårt utgangspunkt og ståsted som forskere. I vårt studie gir informantenes demografiske variabler indikasjoner om at vi som forskere vil foreta studier i egen kultur. Variabler som kjønn, alder og utdanning er til en viss grad sammenfallende med våre egne demografiske variabler, samtidig som dette er variabler som også er representative i vår omgangskrets og sosiale nettverk. Dette vil følgelig medføre noen fordeler og ulemper som vil være viktig å være oppmerksomme på både i forkant, underveis og i etterkant av feltarbeidet.

Når vi som forskere er observatører i egen kultur vil dette ha fordel i form av at vi enklere kan oppnå en forståelse av informantenes situasjon, grunnet at vi deler mange av de samme erfaringene som informantene. Temaer som sunnhet, helse og kosthold er kjente temaer for oss som kvinner, og det at vi selv er oppmerksomme på disse aspektene ved egen kjøpsatferd vil muliggjøre en dypere forståelse av konteksten som ønskes undersøkt. Det at vi i forkant av studiet har en kjennskap til og forståelse av konteksten vi ønsker å undersøke, medfører at det ikke stilles samme krav til å lære seg nye og annerledes aktiviteter, som hadde vært tilfelle dersom dette hadde vært en helt ukjent kontekst (Thagaard 2013, 86). Våre demografiske variabler kan også ha betydning for hvordan vi oppfattes av informantene i felten. Ytre kjennetegn som alder og kjønn kan påvirke posisjonen vi har i forhold til informantene. At disse til en viss grad er sammenfallende med informantene, kan bidra til å gi en grad av trygghet og aksept som medfører at informantene er komfortable med å uttrykke tanker, følelser og persepsjoner. Det er imidlertid viktig at vi er oppmerksomme på at vi som forskere kan oppfattes ulikt av informantene i feltet, og at vi til enhver tid har en bevisst holdning til betydningen disse relasjonene kan ha for den informasjonen som innhentes. Evnen til å

kommunisere empati og varme bør vektlegges ved møte med informantene, og det vil være av betydning at dette registreres slik at vi oppfattes likt av informantene. Dette vil også være viktig med tanke på at informantene føler en tilstrekkelig grad av trygghet, slik at de er komfortable med å dele personlige historier og mer ”sensitive” opplysninger med oss, i og utenfor kjøpskontekst (Thagaard 2013, 88; Guba og Lincoln 1981, 140).

Det at vi forsker i egen kultur kan også føre med seg noen utfordringer der særlig det å analysere de sidene av kulturen som både informantene og vi som forskere tar for gitt kan medføre problemer. Felles erfaringer og kunnskapsbakgrunn kan føre til at vi får problemer med å stille spørsmål ved forhold som synes selvsagte innenfor kulturen. Kulturen som studeres kan være så kjent at det blir vanskelig for oss å skille ut og registrere interessante funn. Det vil derfor være svært viktig når vi observerer egen kultur at vi evner å oppnå et perspektiv der vi ser egen kultur med andres øyne (Thagaard 2013, 89; Hammersley og Atkinson 2004, 121).

### **3.7 Evaluering av kvalitative studier**

Lincoln og Guba (1985) viser til at kvalitative undersøkelser må vurderes ulikt fra kvantitative undersøkelser, og opererer med begrepene *reliabilitet*, *validitet*, *overførbarhet* og *bekreftbarhet*. Vi ønsker kort å forklare viktigheten disse målene har for kvaliteten på vårt kvalitative studie, samt avklare hvordan vi best mulig kan tilfredsstille disse målene.

#### **3.7.1 Reliabilitet**

Reliabilitet knyttes til undersøkelsens data; hvilke data som brukes, hvordan de samles inn og hvordan de bearbeides. I kvalitativ forskning benyttes vanligvis ikke strukturerte datainnsamlingsteknikker, da det som regel er samtalen som styrer datainnsamlingen.

Observasjoner er kontekstavhengige noe som gjør at det vil være vanskelig for en annen forsker å duplisere en annen forskers forskning (Johannesen et al 2011, 243). Også det at vi benytter oss selv som instrument medfører at vi har vår egen personlige erfaringsbakgrunn, og det kan derfor ikke tolkes på nøyaktig samme måte dersom noen andre skulle gjennomført vårt studie. Reliabilitet kan verifiseres gjennom en rekke observasjoner av det samme fenomenet eller gjennom replikering, og det vil av den grunn være en fordel å være to i feltet for å sikre at våre data er pålitelige (Guba og Lincoln 1981, 147). Vi ønsker samtidig å styrke

forskningens reliabilitet gjennom å gi en inngående beskrivelse av konteksten vi gjør undersøkelsene i – en åpen og detaljert framstilling av fremgangsmåte under hele forskningsprosessen (Johannesen et al 2011, 244). Det å være åpen blir et sentralt element i vurderingen av kvaliteten på vår kvalitative forskning. Det er derfor viktig at vi som forskere formulerer hvilke metoder vi har benyttet, og reflekterer over hvordan dette kan ha påvirket våre resultater i etterkant av gjennomføringen. Det at andre får innsyn i hva som er gjort og hvordan vi har gjennomført undersøkelsene, gjør at leserne selv kan vurdere om de stoler på metodene som er benyttet og resultatene som kommer frem i undersøkelsen.

### **3.7.2 Validitet**

Validitet i kvalitative studier dreier seg om i hvilken grad forskerens fremgangsmåter og funn på en god måte reflekterer og belyser formålet med studien, samt representerer den faktiske virkeligheten (Johannesen et al 2011, 244). Målet vil ikke nødvendigvis være å eliminere skjevheter, da vi vet at vi kun gjennom vår tilstedeværelse kan påvirke informant og setting. For å øke sannsynligheten for at vår forskning gir troverdige resultater ønsker vi å benytte oss av metodetriangulering, i form av både deltakende observasjon og intervju (Johannesen et al 2011, 247). I tillegg til dette vil vi ha vedvarende observasjoner ved at vi over en lengere periode følger hver informant i butikk. For at vi skal kunne forstå fenomenet må vi investere nok tid i å bli godt kjent med felten og informanten, samt klare å skille mellom relevant og ikke relevant informasjon.

### **3.7.3 Overførbarhet og bekreftbarhet**

Overførbarhet handler om hvorvidt det lykkes oss som forskere å etablere beskrivelser, begreper, fortolkninger og forklaringer som er nyttige på andre områder enn kun det som studeres. Funnene skal være et resultat av forskningen og ikke et resultat av forskerens subjektive holdninger, og dette skal bekreftbarhet sikre (Johannesen et al. 2011, 248). Vi må legge vekt på alle beslutninger i forskningsprosessen slik at andre kan følge og eventuelt vurdere disse. Det er viktig å være kritiske til hvordan vi selv har gjennomført undersøkelsene, kommentere erfaringer, skjevheter eller avvik, samt oppfatninger som kan påvirke fortolkningen og tilnærmingen til studiet. Bekreftbarheten kan også styrkes om fortolkningen som gjøres av oss som forskere støttes av annen litteratur på området.

### 3.8 Forskningsetikk

Ved gjennomføring av kvalitative studier stilles man overfor og må forholde seg til etiske retningslinjer og prinsipper, som gjelder både i interne og eksterne omgivelser. Slike etiske dilemmaer må klargjøres og forberedes før man går i gang med en undersøkelse, og vi vil spesielt trekke frem *informert samtykke*, *konfidensialitet* og *konsekvenser ved å delta i forskningsprosjekter* som viktige etiske aspekter (Jacobsen et al. 2015, 26; Thagaard 2003, 44).

Det vil være en utfordring at vi ønsker å skjule undersøkelsens hensikt for informantene. Dersom informantene får for mye informasjon om undersøkelsens hensikt kan dette påvirke undersøkelsens pålitelighet, i form av at informantenes atferd og svar gjøres for å tilfredsstille oss som forskere (Jacobsen et al. 2015, 46). Dette kommer i konflikt med prinsippet om informert samtykke som innebærer at vi må informere godt om prosjektets målsetting og fremgangsmåter, at deltakelse er basert på frivillighet, og at deltakerne i prosjektet har full anledning til å trekke seg ut når de vil i forskningsprosessen (Thagaard 2003, 26). Det er imidlertid, som forklart ovenfor, etisk krevende å vite hvor åpne man kan være om prosjektet, da det ikke kan gis et fullstendig bilde om hva forskningsprosjektet går ut på. Kristin Esterberg (2002) diskuterer nettopp disse etiske dilemmaene som er knyttet til at deltakerne i utgangspunktet ikke blir informert om prosjektet, men deltar likevel. Hun forklarer at for å oppnå etiske relasjoner i feltet er det viktig at vi som forskere hele tiden vurderer vårt ståsted i feltet med tanke på hensyn om å være diskret. Dermed blir det en krevende balanse å definere hvor mye informasjon vi kan gi informantene om forskningsprosjektet slik at studiens validitet ikke svekkes. Vi vil derfor informere våre informanter om at undersøkelsens hensikt er å studere kvinnelig kjøpsatferd i butikk. Vi anser det som etisk akseptabelt da det er en sannhet i det, men det er likevel så generelt at informantene ikke kan avsløre spesifikt akkurat hva vi ser etter i butikk.

Vår personlige kontakt med de ulike informantene stiller spesielt krav til at vi som forskere har et etisk ansvar. Vi har utarbeidet en søknad til Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD), da vi vil ha tilgang til personopplysninger som kjønn, alder, utdanning, bosted og familiesammensetting. Søknaden ble godkjent 07. April 2016, se ”Vedlegg III: Godkjenning NSD”. Prinsippet om konfidensialitet innebærer at de som gjøres til gjenstand for forskning, har krav på at all informasjon de gir blir behandlet konfidensielt (Thagaard 2003, 28). Vi som

forskere må hindre at bruk og formidling av informasjon som innhentes skader informantene. De opplysningene vi innhenter må derfor behandles på en slik måte at deltakernes identitet holdes skjult, og det vil være viktig at vi kun gjengir en tolkning av data. Dessuten vil vi holde personopplysningene separat fra lydopptak og transkriberte notater slik at det ikke skal kunne kobles opp mot hverandre. Informantene vil motta et informasjonsskriv som inneholder relevant informasjon, samt en forsikring om at deres rettigheter ivaretas på grunnlag av godkjenningen fra NSD og gjennom forsvarlig etisk atferd av oss som ansvarlige for studien, se "Vedlegg IV: Informasjonsskriv".

Det siste prinsippet for en etisk forsvarlig forskningspraksis er konsekvensene forskningen kan ha for deltakerne (Thagaard 2003). Vi som forskere har et ansvar for å unngå at informantene utsettes for belastning, samt beskytte de fra at forskningen medfører negative konsekvenser for de som deltakere. Dette sikrer vi ved at vi er med på deres dagligdagse gjøremål, og at dette gjøres på deres premisser. Det er informantene selv som bestemmer tid, sted og varighet på handleturen, hvilket betyr at informantene ikke trenger å endre sitt faste mønster i hverdagen.

### **3.9 Transkriberingsprosessen**

For å gjøre våre observasjoner og intervjusamtaler strukturert for videre analyse vil vi transkribere fra muntlig til skriftlig form. All datainnsamling må dokumenteres, og denne prosessen kalles transkribering (Johannesen et al. 2011, 37). Diskursiv transkribering defineres som prosessen med å skape skriftlige diskurs av muntlige beskrivelser, og vi ønsker å gjøre en ordrett utskrift som skal brukes som grunnlag for videre analyse av dataene (Du Bois 1991). Transkriberingen ønsker vi å gjøre umiddelbart etter hver observasjon og intervju. Dette fordi vi ønsker å gjøre denne prosessen når vi enda har observasjonen "friskt i minnet" slik at vi ikke mister relevante data som ikke fanges opp av lydopptaket. Analysen vil gjennomføres parallelt med observasjonene av informantene slik at vi kontinuerlig arbeider med datamaterialet. Dette vil ha hensikt i form av at vi ikke blir sittende med alt analysearbeidet etter endt utføring av observasjoner og intervjuer. Vi vil begge gå igjennom transkriberingen og lydopptak for å sikre at vi ikke tillegger egne fortolkninger allerede i transkriberingsprosessen (Guba og Lincoln 1981).

I analysen av de transkriberte dataene vil vi benytte oss av ulike fargekoder for å analysere datamaterialet både på tvers av utvalget, men også for å se eventuelle trender som foreligger hos hver enkelt informant. De ulike fargekodene gjøres med utgangspunkt i vårt teoretiske rammeverk. Transkribering kan føre med seg informasjonstap gjennom ulikt tempo, tonefall samt pauser, og det kan være vanskelig for oss som forskere å registrere disse faktorene i form av tekst. Derfor velger mange å benytte seg av kodede tegn for å gi en mer detaljert gjengivelse av samtalen og også inkludere dette i presentasjon av analyse. Det er likevel verdt å merke seg at enhver transkripsjon av en muntlig samtale er en reduksjon av samtalen da det er tilnærmet umulig å fremstille det like detaljrikt (Svennevig 2001). Vi har derfor utformet et transkripsjonssystem for våre data med inspirasjon fra Du Bois (1991) som vi håper vil bidra til å sikre dataene en viss nyanserikdom.

Tegn	Betydning av tegn i tekst
.	Avslutter setning
,	Fortsettelse, komma
..	Kort pause, under 0,5 sekunder
...	Litt lenger pause, over 1 sekund
?	Spørrende
!	Hever stemmen
(!)	Legger trykk på et bestemt ord eller en stavelse man vil fremheve
()	Beskriver ikke-språklig handling, eks. (peker)
(...)	Digresjon, informanten går bort fra opprinnelig samtale
<>	Informantens sinnstilstand, eks. <oppgitt>
#	Usikker, tvilende
Q	Spørsmål fra forsker
A	Svar fra informant

Tabell 3: Transkripsjonssystem inspirert av Du Bois (1991)

### 3.10 Forutsetninger for analyse

Denne delen av metodekapittelet vil omhandle erfaringer vi gjorde oss ved gjennomføring av forstudier i forkant av feltarbeidet. Kapittelet vil også omhandle en gjennomgang av den faktiske gjennomføringen av feltarbeidet og intervjuene, samt en presentasjon av vårt faktiske utvalg. Dette er hensiktsmessig da vi får belyst eventuelle avvik mellom opprinnelig metodisk strategi og den reelle gjennomføringen.

### 3.10.1 Forberedelser til feltarbeid

Siden vi var uerfarne med feltarbeid i praksis ønsket vi å gjennomføre forstudier slik at vi ble tryggere i forskerrollen, og dette ga oss flere interessante funn. Slik Tove Thagaard (2013) forklarer, skjer den beste opplæringen gjennom egen praksis, og det viktigste med å trene på feltstudier er å oppnå selvtillit i observasjon- og intervjusituasjonen. Dersom vi som forskere hadde vært usikre i vår rolle kunne studien blitt svekket, da vi eksempelvis kunne kommet i skade for å fokusere for mye på hvordan vi skulle stille spørsmål. Det kunne videre vært en fallgrube at vi konsentrerte oss *for* mye om neste spørsmål slik at vi ikke lyttet godt nok til det som ble sagt, og dermed rettet oppmerksomheten mer mot oss selv enn informanten (Guba og Lincoln 1981; Thagaard 2013, 100).

Før gjennomføring av forstudiene utarbeidet vi et observasjonsskjema som vi ønsket å benytte under observasjon, og vi ønsket å prøve ut dette i forkant av feltarbeidet for for å avdekke eventuelle svakheter og mangler ved skjemaet som kunne forbedres. Hensikten med skjemaet var å registrere faktorer og elementer som ikke lot seg registrere på lydopptak, og som kunne gi fylligere beskrivelser av hvordan informanten responderte på ulike faktorer i en kjøpskontekst. Observasjonsskjema har som konsekvens av forstudie blitt endret opptil flere ganger da vi stadig oppdaget nye faktorer som kunne påvirke informantene i kjøpskontekst, samtidig som det var faktorer som ikke var like viktig å dokumentere som vi først antok, se ”Vedlegg V: Observasjonsskjema”. Vi utarbeidet også et sluttskjema for å dokumentere det praktiske ved observasjonene slik at vi lett kunne finne tilbake til enkeltobservasjoner ved bruk av eksempelvis dato, sted og informant, se ”Vedlegg VI: Sluttskjema”.

Videre viste det seg at det å dokumentere relevante funn underveis i handleturen var mer utfordrerne enn vi først antok, med tanke på at dette skulle gjøres parallelt med observasjon av informantens atferd. Etter hvert som vi fikk øvd oss på å følge ulike informanter fant vi ut at vi skulle ha to bestemte forskerroller når vi var i butikk. En av oss skulle ha en mer tilbaketrukket rolle og ha hovedfokus på å observere, skrive feltnotater og notere på observasjonsskjemaet. Den andre hadde som oppgave å stille spørsmål til informantene som var viktige med tanke på å belyse vårt forskningsspørsmål. Personen hadde en kontinuerlig dialog med informanten under hele handleturen, og forskeren i bakgrunn stilte eventuelle oppfølgingsspørsmål for å bygge videre på samtalene der dette var nødvendig. Siden det

skulle være en så naturlig setting som mulig for informanten var det viktig at vi pratet om alle varene som kunden valgte i butikk, selv de som ikke hadde noen relevans for oss.

Forstudiene ble gjennomført fortløpende på venner og bekjente da vårt formål var å øve oss på å observere samt stille spørsmål til informanten underveis, ikke registrere eventuelle funn. Vi ønsket å teste ut våre observasjonsverktøy i praksis, samt øve oss på å stille gode spørsmål samtidig som vi observerte. Vi hadde i utgangspunktet planlagt å gjennomføre intervju parallelt med den deltakende observasjonen og forsøkte dette i forstudiene, men vi fant raskt ut at det ble *for* omfattende. Gjennomføring av intervjuer parallelt med observasjon medførte at både vi som forskere og også informantene mistet fokus. Dette førte til begrensninger ved datainnsamlingen, og vi ville ikke ved en slik praksis fått en like fyldig og rik beskrivelse av informantens handlevaner i butikk. Denne erfaringen medførte at vi gjorde endringer ved gjennomføringen av vårt hovedstudie der vi anså det som hensiktsmessig og først utføre deltakende observasjoner i felt. Deretter ønsket vi å ha et avsluttende oppsummeringsintervju for å avdekke eventuelle spørsmål som vi satt igjen med og trengte ytterligere svar på. Denne endringen medførte at vi kunne stille nysgjerrige, kritiske og utforskende spørsmål underveis i handleturen. Spørsmålene tok utgangspunkt i hva informanten faktisk handlet og dermed ble spørsmålene som ble stilt oppfattet som relevante av informantene. Det å gå vekk fra den semi-strukturerte intervjuguiden i butikk viste seg å være en fordel, dette i form av at vi ikke distraherer informantene med temaer og problemstillinger, som i mange tilfeller var dårlig tilpasset og irrelevante for informantenes kjøpsatferd.

### **3.10.2 Faktisk gjennomføring av feltarbeid og intervju**

Da den faktiske gjennomføringen skiller seg fra den opprinnelig metodiske strategien ønsker vi kort å redegjøre for den faktiske gjennomføringen av feltarbeidet. Vi er opptatt av at de ikke skal foreligge misforhold mellom metodestrategien, den faktiske fremgangsmåten og det vitenskapelige produktet som fremkommer i analysen. Det er viktig for oss å illustrere den intuitive prosessen som faktisk ligger bak arbeidet, samt vise til hvordan begrensninger med opprinnelig strategi har endret karakter som konsekvens av observasjoner og erfaringer vi har gjort oss underveis (Døving 2003, 352). Det at vi ikke ønsker å manipulere teori- og metodekapittel i ettertid slik at dette passer den faktiske gjennomføringen innebærer følgelig at nye konstruksjoner, temaer og teoretiske perspektiver vil fremkomme i analysen. Teorikapitlet vil således fungere som en verktøykasse for analysen, som både kan



ekskudere allerede nevnte perspektiver samt tillegge nye relevante konstruksjoner. Dette er viktig å belyse slik at den faktiske prosessen fremgår som tydelig for leseren samt at forskningsprosessen viser profesjonalitet og ærlighet.

Vårt feltarbeid strakk seg over en periode på ca. to måneder der vi i snitt gjennomførte tre observasjoner per informant, noe som resulterte i totalt 15 handleturer som varierte i alt fra 11 til 53 minutter. Vi møtte samtlige informanter i dagligvareforretninger som passet deres preferanser og behov, hvilket medførte at vårt felt var svært variert og strakk seg over et bredt geografisk område i Stor-Oslo. Dersom informantene handlet på egenhånd fikk vi tilsendt kvitteringer av kjøpet, slik at vi kunne spørre informantene om disse kjøpene dersom vi registrerte avvik fra de handleturene vi deltok på. I etterkant av gjennomført feltarbeid avtalte vi nærmere intervju med hver av informantene som ble designet med utgangspunkt i funn fra observasjonene, samt temaer vi følte måtte utdypes ytterligere. Stedet intervjuene ble gjennomført baserte seg på hva informantene foretrakk, og vekslet i hovedsak mellom intervjuer hjemme hos informantene eller på kafé. Det ble gjennomført totalt fem intervjuer og intervjuene strakk seg over et tidsintervall på 1-2 timer. Det totale feltarbeidet samt påfølgende intervjuer hadde en total tidsramme på to og en halv måned og resulterte i totalt 273 transkriberte sider. Analyser og transkribering av felt- og intervjudata har blitt gjort kontinuerlig og parallelt med feltarbeidet slik at vi til enhver tid har vekslet mellom å være ute i felt/intervju og sittet med transkribering og analyse isolert fra felten.

Vi fant raskt ut av at de ulike metodene (deltakende observasjon og intervju) var velegnet for innhenting av ulike typer data, og at dette ble hensiktsmessig å bruke strategisk i datainnsamlingsprosessen. Feltarbeid i form av deltakende observasjon var svært velegnet til å innhente data som sentrerte seg rundt informantenes *relasjoner* til andre enkeltindivider (mann, barn, vertinne, venninne, mor osv.) samt *kontekstuelle* faktorer (hvilken kontekst varen skulle inngå i). Også *egenskaper* ved DPK kom tydeligst til uttrykk i butikk i form av at deres atferd var lett å observere med utgangspunkt i beslutninger og vurderinger som ble foretatt. Relativt tidlig i feltarbeidet ble vi bevisst på at variabler knyttet til *Governance Theory* (deriblant symbolmerking) var vanskelig å innhente informasjon om i felt, grunnet informantenes relativt svake interesse for dette området. Temaet fordret også en relativt stor grad av kognitiv refleksjon som var vanskelig å balansere sammen med innkjøpene som skulle gjøres. Derfor ble intervjuene en bærekraftig metode å benytte i denne sammenheng.

Det var tydelig at informantene var mer tilbøyelig og i stand til å snakke rundt disse temaene i en roligere setting, hvor det ikke var en rekke andre distraksjoner som påvirket informantenes oppmerksomhet i negativ retning (Se Analyse kap.4.1.1 Kosthold og offentlig styring for videre utdypning).

### 3.10.3 Presentasjon av informanter

Vårt faktiske utvalg samsvarte med kriteriene som ble satt i utvalgsstrategien og bestod av totalt fem informanter. For å etterkomme krav om anonymitet har vi valgt å tildele hver av informantene alias, og dette vil forenkle videre analysearbeid og presentasjon av data. Det bør nevnes at vi kun fikk tilgang på én informant med barn da en av våre informanter måtte trekke seg fra undersøkelsen grunnet sykdom. Vårt faktiske utvalg ble som følgende:

"Navn"	Alder	Familierelasjon	Utdanning	Bosted
<b>Mellom partnere</b>				
<i>Tone</i>	52 år	Gift med <i>Geir</i> Voksne barn	Høyere utdanning (Selvstendig næringsdrivende)	Bydel Nordre Aker, Oslo
<i>Gro</i>	51 år	Gift med <i>Adam</i> Voksne barn	Ingen høyere utdanning (Regnskaps-medarbeider)	Bydel Østensjø, Oslo

Tabell 4: Faktisk utvalg - Mellom partnere

"Navn"	Alder	Familierelasjon	Utdanning	Bosted/Bydel
<b>Kvinne med mann og barn</b>				
<i>Julie</i>	25 år	Samboer med <i>Kristian</i> Datter <i>Linnea</i> (3 år)	Høyere utdanning (Lærer 8-10 klasse)	Bydel St.Hanshaugen, Oslo

Tabell 5: Faktisk utvalg - Kvinne med mann og barn

"Navn"	Alder	Familierelasjon	Utdanning	Bosted
<b>Det objektiverte selvet</b>				
<i>Maria</i>	26 år	Enslig	Høyere utdanning (Bachelor i markedsføring)	Bydel Grünerløkka, Oslo
<i>Eva</i>	59 år	Enke, voksne barn	Høyere utdanning (Sykepleier)	Bydel Ullern, Oslo

Tabell 6: Faktisk utvalg - Det objektiverte selvet

Det at vi kun har fem informanter trenger nødvendigvis ikke være en begrensning da et viktig aspekt ved denne form for studie er det relasjonelle. For å dra nytte av skalafordelene her er det viktig at vi studerer informantene som *sosiale personer*, altså deres samhandling med andre personer (Wadel 2014, 109). Kvinnens relasjon til eksempelvis mann og barn inngår som en viktig del av de innhentede data, og er verdifull informasjon i analysen av Den pliktoppfyllende kvinne.

## 4.0 Analyse

På bakgrunn av vår datainnsamling har vi observert nye konstruksjoner som dekkes gjennom også tre nye forskningsspørsmål. Dermed vil analysen i hovedsak sentreres rundt fire hovedkomponenter og belyses gjennom følgende forskningsspørsmål.

1. *I hvilken grad responderer Den pliktoppfyllende kvinne på offentlige styringsverktøy i kjøpskontekst?*
2. *I hvilken grad kommer egenskaper ved Den pliktoppfyllende kvinne til uttrykk i kjøpskontekst?*
3. *I hvilken grad påvirker kontekst Den pliktoppfyllende kvinnes kjøpsatferd?*
4. *I hvilken grad benytter Den pliktoppfyllende kvinne slektskaps- og andre relasjoner i kjøpskontekst?*

Datamaterialet består av to hovedkomponenter og kan deles inn i diskursive data og observasjonsdata. Vi vil også benytte oss av eksisterende sekundærdata på de gjeldende områdene for å utarbeide generelle antakelser, samt til å ytterligere underbygge validiteten av våre funn. Deltakende observasjon og dybdeintervjuer som metode innebærer at vi vil benytte enkeltsiter som grunnlag for våre generelle tolkninger. Det er naturligvis begrensninger knyttet til en slik tilnærming, men vi ønsker i den grad det er mulig å trekke linjer mellom informantene slik at vi oppnår en bred tilnærming til vårt datamateriale.

### 4.1 Styringsmentalitet og kosthold

I denne delen av analysen ønsker vi å presentere funn knyttet til vårt første forskningsspørsmål; *I hvilken grad responderer Den pliktoppfyllende kvinne på offentlige styringsverktøy i kjøpskontekst?* For å analysere dette forskningsspørsmålet ønsker vi å se nærmere på følgende kategorier; ”Kosthold og offentlig styring” samt ”Indirekte styring gjennom symbolmerking”.

#### 4.1.1 Kosthold og offentlig styring

På bakgrunn av vår datainnsamling har vi registrert at våre informanter er under oppfatning av at kosthold er komplekst, i form av at det er mange aktører som forsøker å påvirke kvinnene til å spise mer av eller kutte ned på bestemte matvarer. Vi hadde i forkant av

datainnsamlingen antakelser om at dette kunne påvirke kvinnenes atferd i kjøpskontekst, og at Nøkkelhullet kunne bli brukt som et relevant verktøy. Dette viste seg imidlertid interessant nok vanskelig å avdekke i butikk. Et påfallende punkt var med andre ord misforholdet mellom den diskursive arena i intervjuformen og de utsagn som kom i selve kjøpskonteksten, noe vi etter å ha lest Miller (1998) burde vært oppmerksomme på. Allikevel anser vi dette som et interessant funn, og det kan dermed stilles spørsmålsteget ved *hvorfor* det er vanskelig for Den pliktoppfyllende kvinne å reflektere rundt Nøkkelhull og offentlig styring i kjøpskontekst?

Det første som melder seg som en mulig forklaring er Nøkkelhullets *relevans* for kvinnene i kjøpskontekst. Vi observerte relativt tidlig i feltarbeidet at merkingen hadde begrenset relevans for vårt utvalg, hvilket kan ha sammenheng med alle de andre faktorene kvinnene må ta i betraktning ved innkjøp. Når DPK er i butikk er det å være flink husmor det som preger hennes kjøpsatferd, der spesielt kvinnens relasjoner til andre i og utenfor husholdet dominerer. En mor skal tenke på sitt barns preferanser for matpakka og en kone skal tenke på sin manns allergier. Det medgår også en god del tid til å planlegge hvilke kontekster maten skal inngå i, deriblant frokost, middag og lørdagsgodt. I tillegg skal DPK overholde husholdets matbudsjett og være nøysom med datoer med tanke på holdbarhet, slik at maten ikke kastes. Summen av disse faktorene medfører at kvinnene anser en rekke andre faktorer enn Nøkkelhull og offentlig styring som relevant i kjøpskontekst. Dermed kan vi trekke en midlertidig konklusjon om at relevansen av symbolmerking og offentlige kostholdsråd er av underordnet betydning i kjøpskontekst. Vi avdekket imidlertid senere i feltarbeidet at relevansen økte betraktelig i intervjusituasjonene, altså når kvinnene var utenfor kjøpskontekst. Et interessant funn er dermed at den diskursive borgerlig arena skiller seg fra *faktisk* handling. Altså ble dataene vi oppnådde påvirket av metode, og generte ulike svar avhengig av om det ble innhentet i felt eller intervju. Denne erkjennelsen ble et viktig funn vi tidlig ble oppmerksomme på, og som preget det resterende arbeidet med datainnsamlingen.

Vi benyttet dermed intervjuer for å avdekke kvinnenes forhold til kosthold og offentlig styring. Et av de første temaene vi ønsket å avdekke i intervjuene var hvordan kvinnene forholder seg til alle kostholdsrådene som kommuniseres. Dette var et tema som engasjerte og nærmest oppørte våre informanter og flere av informantene uttrykte tydelig irritasjon rundt temaet. Maria var eksempelvis svært oppgitt over alle de ulike kostholdsrådene:

*Nei, jeg føler.. at når .. eller.. alt er jo kreftfremkallende og alt er farlig å spise.. det skal man ikke ha for mye av, og det skal man ikke ha for mye av.. så tenker jeg bare at hvis man skal høre på alt det der så får man jo bare spise luft da! <ler oppgitt>*

- Maria

Informantens irritasjon rundt temaet kan indikere at forbrukeren har nådd et slags metningspunkt, der det er mer hensiktsmessig å lukke ørene enn å ta til seg alle rådene som kommuniseres. Vi tolker uttalelsen som at informanten inntar en distansert holdning til kostholdsrådene da det å skulle lytte til samtlige råd blir svært krevende. Vi får også videre bekreftet av de andre informantene at mat har gått fra å inngå i en medisinsk diskurs, der måltidet er synonymt med ernæring, til å bli en komplisert handling. Denne endringen krever at kvinnene stadig besitter ny og oppdatert kunnskap, og at måltidet går mer i retning av å være en pedagogisk handling som skal balanseres med gourmetdiskursen. Dette i form av at maten, i tillegg til å være en pedagogisk mulighet, skal ha en symbolsk mening og nytes gjennom nye smaker og sammensetninger (Døving 2003, 94). Dette illustrerer hvordan mat og måltid går fra noe genuint og enkelt, altså mat i sin reneste form, til å bli en kompetansekrevende handling som indirekte stresser kvinnene i vårt utvalg.

Både bøker, tv-programmer, blogginnlegg og reklame eksponerer forbrukeren for en rekke kostholdsråd til enhver tid, og det finnes ikke grenser for teorier som skal veilede forbrukeren om hva som må konsumeres mer av gjennom fokus på ja-mat, samt hva som må forsøkes unngått i form av nei-mat. Dette blir ytterligere komplekst når flere av kostholdsrådene står i et direkte motsetningsforhold til det ekspertene og myndighetene kommuniserer (Bugge 2012; Bugge 2015). Med tanke på dette mangfoldet av aktører kan det følgelig stilles spørsmålsteget ved hvem som har evnen til å nå frem til forbrukeren, da det er naturlige begrensninger knyttet til hvor mange aktører én enkelt forbruker makter å forholde seg til. Det er også begrenset hvor mye informasjon forbrukeren evner å absorbere i et komplekst og mangfoldig mediesamfunn. Kvinnene i vårt utvalg eksponeres for utallige mengder kostholdsråd hver eneste dag, og grunnet begrenset kognitivt kapasitet må følgelig kvinnene være selektive i hvor mye oppmerksomhet de legger til ulike budskap (Fennis og Stroebe 2010). Det er dermed interessant å se nærmere på hvilken posisjon det offentlige kostholds- og ernæringsråd har i dette mediesamfunnet, samt hvilke andre eventuelle aktører som har en mer dominerende posisjon for kvinnene i vårt utvalg.

Med tanke på offentlig styring og Helsedirektoratet som aktør, viser våre data at Helsedirektoratet har en relativt anonym posisjon når det kommer til kostholds- og ernæringsråd. En naturlig konsekvens av dette er følgelig at våre informanter heller søker andre aktører når de oppsøker og innhenter informasjon om temaet. Det er faktisk gjennomgående at ingen av våre informanter nevner Helsedirektoratet som aktør på spørsmål om hvor de søker kostholdsråd, samt hvilke eksperter de blir påvirket av. To av våre informanter peker derimot på tv-programmer som en aktuell påvirkningskilde med tanke på kosthold, men også i forbindelse med mattilberedning:

*Jeg tror kanskje at jeg blir litt påvirket av kokker i sånne matprogrammer på TV.*

*Man blir litt sånn... kanskje at jeg tenker jeg kan variere med litt andre ting og...*

*<spørrende>*

- Eva

*Men sånn som.. Det finnes jo sånn "Hellstrøm rydder opp" og sånn <ivrig> ..Da ser man jo at man burde kanskje ta litt tak i en del familier sånn uansett. <engasjert>*

- Julie

Selv om dette ikke uttales eksplisitt kan informantenes henvisning til fremveksten av matprogrammer på TV indikere at tv-kokkene har en mer markant posisjon i informantenes assosiasjonsnettverk enn det norske myndigheter har. Det at kvinnene umiddelbart nevner matprogrammer som en kilde til kostholdsråd illustrerer at denne aktøren er langt fremme i kvinnenes vurderingssett, og innebærer følgelig at det blir mindre rom for andre eksisterende aktører. Dersom vi skal trekke dette eksempelet langt kan vi si at ironien er treffende når Eyvind Hellstrøm fremgår som en aktør med større påvirkningskraft enn den offentlige helse- og ernæringspolitikken i Norge. Vi kan stille spørsmålstegn ved hvorfor norske myndigheter har en slik svak posisjon blant informantene i vårt utvalg?

Det første som melder seg som en mulig forklaringsfaktor er at kostholdsrådene som gis er inkongruente med informantens eksisterende kostholdsvaner, og at det kan oppleves som problematisk når det gis råd som ikke er sammenfallende med informantens "verdenssyn" på hvilken mat som fører til optimal livskvalitet og superhelse. Gro er eksempelvis nærmest aggressiv når hun uttaler seg om det offentlige kostholdsråd i dybdeintervjuet:

*De rådene som kommer fra helsemyndighetene er jo veldig sånn at man ikke skal få i seg fett... og det med fett og ikke fett tror jeg er det største momentet i dette her da... og det med å kutte fett ut helt har jo ikke fungert når man ser på hvor tykke folk har blitt over de siste tiårene. Se på USA da (!) "Diet" ditt og "Diet" datt og alt skal være "low fat", men de triller jo snart rundt alle sammen <ler>. De tilsetter jo mer og mer sukker i maten nå også, for at det skal smake mer. Hvis det ikke er noe fett eller noe som helst sukker blir det helt magert, smakløst og tamt <alvorlig>.*

- Gro

Denne uttalelsen illustrerer hvordan informantens bevisst distanserer seg fra det offentlige kostholdsrad, og at hun gjennom uttalelsen inntar en tydelig posisjon som er viktig å uttrykke overfor oss som forskere. Vi ser her hvordan informantens syn på kosthold og ernæring står i et motsetningsforhold til det myndighetene kommuniserer. Hun uttrykker skepsis til at det offentlige fraråder norske forbrukere et forhøyt inntak av fett, og stiller seg tvilende til denne anbefalingen. Dette er noe som tydelig engasjerer informantens, og hun har inntatt en posisjon der fett ikke er noe som skal problematiseres. Dette er interessant med tanke på at det i offentlige rom gjerne er fett som blir utpekt som syndebukken, hvilket kan ha ført til den enorme fremveksten av lettprodukter som vi har sett de siste ti-årene (Bugge 2012, 293). Informanten sammenlikner situasjonen med USA hvor stadig flere og flere forbrukere sverger til produkter med lavere fettinnhold, og hun trekker videre paralleller mellom denne trenden og fedmeproblematikken.

Det at hun velger å benytte USA som eksempel, der fedme og overvekt utgjør en betydelig helsetrusel, kan være et forsøk på å illustrere hvor oppgitt hun faktisk er over trenden med lavfett-produkter, samt hvor misvisende hun synes de offentlige kostholdsradene er. Det kan tyde på at informantens tillit til det offentlige har blitt svekket som en konsekvens av dette. Dette blir indirekte bekreftet ved flere anledninger av de resterende kvinnene i vårt utvalg da ingen av disse peker på det offentlige som en aktuell aktør for påvirkning, samt at de også uttaler at rådene er både utdaterte og gammeldagse. Vi skal allikevel ikke avskrive statlige aktører som en reell påvirkning i et for tidlig stadium av analysen. Staten kan eksempelvis ha kommet inn på et tidligere stadium i kvinnenens liv, som ikke er bevisst reflektert over av informantene. Det ble dermed relevant å lete nærmere etter dette i datamaterialet, og vi

registrerte at spesielt våre yngre informanter faktisk indirekte ble påvirket av offentlige aktører gjennom skole og undervisning. Maria husket for eksempel spesielt godt et prosjekt hun deltok i i 6. klasse, der vi antar målet var bevisstgjøring av forholdet mellom energiinntak og forbrenning:

*.. Jeg husker fortsatt veldig godt et sånn prosjekt vi hadde i... alle fikk en håndfull med potetgull hver, så skulle vi spise det også etterpå skulle vi trene det vekk igjen.. <ler> Hvor vi da fysisk liksom spiste potetgull, også sa læreren: "nå må dere gå opp og ned fra den krakken her 500 ganger". Det var liksom sånn.. det her var kanskje sånn sjette klasse, men jeg husker liksom bare den: "Oi, jøss". Og det var egentlig en sånn sterk greie hvor du på en måte skjønner det. Man husker det (!)*

- Maria

Dette eksempelet viser hvordan Staten, gjennom fastsatt politikk, kan nå frem til barn og unge gjennom skole og undervisning. Vi er kjent med at samtlige av våre informanter er oppvokst med heimkunnskap som fag i grunnskolen, og det er ikke utenkelig at noe av kunnskapen som informantene har tilegnet seg der inngår som en del av en ureflektert kunnskap som kvinnene ikke er bevisst på at de besitter. Dermed kan dette være en arena Staten indirekte har kommet inn, og påvirket kvinnene i et relativt tidlig stadium av deres liv. Vi har ikke tilstrekkelig med data til å følge denne tråden videre, men det er rimelig å anta at Staten faktisk kan ha en ubevisst posisjon i kvinnes tanke- og vurderingssett, gjennom eksempelvis andre arenaer enn det som er undersøkt i denne oppgaven.

Til tross for at ingen av informantene peker på myndighetene som en reell påvirkningsaktør, er det likevel bred enighet om at det offentlige har et visst *ansvar* for at norske forbrukere spiser sunt og ernæringsmessig riktig. Med tanke på dette ansvaret er også informantene tydelige på å kommunisere at også individet har et særlig ansvar her, og at man selv har hovedansvaret for hva man putter i munnen. Dette er også i tråd med den øvrige befolkningen, der oppfatningen er at myndighetene i samråd med matvarekjedene og forbrukerne har delt ansvar for at nordmenn spiser sunt og ernæringsmessig riktig (Roos, Kjærnes og Ose 2010). Det individuelle styringsynet informantene har kan ses i sammenheng med Foucaults styringsmentalitet der hver forbruker er forventet å regjere seg selv – en forventning også Den pliktoppfyllende kvinne har til sine medborgere. I den



forbindelse ønsket vi å illustrere for våre informanter, individer som ikke hadde denne evnen til å styre seg selv på en slik måte som er forventet, sett opp mot Foucaults styringsbegrep. Vi illustrerte for våre informanter i intervjuene et fiktivt eksempel med en kvinne som spiste frossenpizza til middag tre ganger i uka, nettopp for å observere kvinnenes reaksjon knyttet til en slik type atferd. Ikke uventet hadde informantene sterke meninger om et slikt kosthold:

*A: Hva!? (Himler med øynene) ..Jeg tenker at det er veldig ensformig. Og fantasiløst. Og usunt.. Og kjedelig..*

*Q: Ikke noe du kunne funnet på?*

*A: Nei.. det er det ikke(!)*

- Gro

*A: Åja? Til middag?*

*Q: Ja, stemmer. Kunne du gjort det?*

*A: <oppgitt> Nei... Det kunne jeg ikke ha gjort (rister på hodet). Jeg kan spise frossenpizza av og til, men ikke (!) så hyppig som det der.*

- Eva

Videre illustrerte vi også for kvinnene et reelt eksempel med en mor som sendte med datteren cheeseburger fra McDonalds i matpakka i barnehagen, og også dette førte til reaksjoner og fordømmelse fra våre informanter. Julie uttalte eksempelvis:

*A: Det er dårlig (!).. Altså.. jeg får dårlig samvittighet bare jeg går inn på McDonalds.. Jeg kjenner det strider i mot meg med McDonalds for jeg vet det er så mye dårlig i det!*

*Q: Ja, synes du det sier noe om moren der?*

*A: Ja, absolutt! <Bestemt>. Kanskje det er dømmende av meg, men ja..*

- Julie

Slik vi illustrerer over skapte eksemplene reaksjoner og følelser hos alle informantene, til tross for at dette omhandlet mennesker de ikke har noen form for relasjon eller kjennskap til. Informantene reagerte med skrekk, forferdelse og kritikk av kvinnene som utøvde en slik praksis, og var ikke nådige i sin vurdering av kvinnene og deres evner knyttet til kosthold og

det å sette sammen ernæringsmessig gunstige måltider. Vi ser eksempelvis med Julie hvilken skam som følges av en slik type atferd, og vi antar dette kommer som en konsekvens av en plikt hun føler overfor å sørge for at datteren vokser opp med sunne og næringsrike måltider.

For å forklare informantenes reaksjon kan vi i denne forbindelse benytte oss av begrepet *indignasjon*. Indignasjon oppstår i denne situasjonen som en konsekvens av at DPK er under oppfatning av at andre kvinner bryter en selvfølgelig norm; i denne sammenheng normer knyttet til sunt kosthold og oppdragelse (Døving 2003, 319). Bruddet oppstår i det øyeblikket en kvinne spiser frossenpizza til middag tre ganger i uka eller sender med sin datter cheeseburger i matpakka. Kvinnene reagerer følgelig med indignasjon, hvilket er en naturlig reaksjon med tanke på at kvinnene tydelig kommuniserer at de tar avstand fra en slik atferd. Det fremkommer over en lengre periode at kvinnene i vårt utvalg har mye indignasjon, og dette forplikter dem til å følge normer og regler de selv påfører andre. Denne atferden medfører følgelig at kvinnene har en "rett" til å være indignert over andre som ikke følger samme normer og regler. Kvinnene disiplinere seg selv således til å følge fastsatte regler og normer, hvis ikke vil atferden etterfølges av skam og skyldfølelse.

Dette indikerer hvor sterkt ideen om å styre seg selv står hos Den pliktoppfyllende kvinne. Individuer som bryter med en slik ideologi møtes følgelig med sosiale sanksjoner og fordømmelse av andre, som i større grad mestrer denne formen for individuell styring, eksempelvis Den pliktoppfyllende kvinne.

#### **4.1.2 Indirekte styring gjennom symbolmerking**

Til tross for at det er en forventning blant våre informanter om at individet bør mestre en viss grad av selvstyring, er det likevel ikke slik at dette er en kompetanse som er iboende i enhver forbruker på et marked. I denne sammenheng har myndighetene ansett det som hensiktsmessig å operere med en form for indirekte styring, der individet gjennom fastsatt politikk veiledes og forsøkes påvirket til å ta velinformerte og fornuftige valg. Vi tolker symbolmerking av sunn mat, der Regjeringen har satt inn tiltak for å veilede norske forbrukere til å foreta sunnere valg i butikk som et eksempel på dette. En av disse merkingene er Nøkkelhullet som var utgangspunktet for vår datainnsamling.

Vi avdekket relativt tidlig i felt at Nøkkelhullet ikke engasjerte eller var en del av våre informanternes beslutningsgrunnlag, og det viste seg derfor utfordrende å få informantene til å

reflektere rundt dette i butikk. Det var faktisk slik at ingen av informantene la Nøkkelhullet bevisst til grunn for sine kjøpsbeslutninger. Dette var overraskende da vi antok i forkant av feltarbeidet at Nøkkelhullet hadde en relativt sterk posisjon blant norske forbrukere. Dersom vi i felt forsøkte å påpeke at et produkt kvinnene hadde valgt var merket med symbolet ble det raskt konstatert at merkingen var irrelevant og ikke påvirket deres valg av produkt. I en dialog med Eva fikk vi konstatert at merkingen var av underordnet betydning:

*Q: Så du at melken du tok var Nøkkelhullsmerket?*

*A: Å, ja.. (ser på kartongen)*

*Q: Er dette noe du tenkte over?*

*A: Nei, det er det ikke <smiler nervøst>..også må jeg ha.. jeg skal ha litt mel tenkte jeg!*

- Eva

I etterkant av denne dialogen var Eva rask med å komme seg videre i butikk, og det var derfor utfordrende å føre dialogen videre, uten at vi røpet for mye av undersøkelsens hensikt. Hennes avfeiling er likevel viktig å registrere da det gir indikasjoner om at Nøkkelhullet har begrenset relevans, og ikke er en viktig del av det å gjøre innkjøp i butikk. Vi forsøkte samme strategi også med resten av informantene, men interessen var utelukkende negativ. Gro uttalte eksempelvis følgende da vi påpekte at fiskepakken hun hadde valgt var merket med det grønne symbolet:

*Q: Jeg ser fiskepakkene er Nøkkelhullsmerket..*

*A: (Ser på fiskepakken) Ja, det er de jo. Det har jeg ikke lagt merke til altså... Jeg vet jo at fisk er sunt. Trenger ikke sette en grønn lapp på denne pakken for at jeg skal skjønne at det er sunt (!)<oppgitt> Det må man faktisk skjønne selv!*

*Q: Ja, sant det..*

- Gro

I denne dialogen ble Gro svært oppgitt da vi påpekte at fisken hun hadde valgt var sunnhetsmerket. Hun var opptatt av å illustrere overfor oss at hun absolutt ikke trenger et grønt merke for å vite at fisk er sunt, og dette kan vitne om en illustrasjon overfor oss om at hennes eksisterende kunnskap medfører at hun ikke trenger veiledning i butikk. Hun kommuniserer gjennom uttalelsen at hva som kategoriseres som sunt/ikke sunt er en

kompetanse hun allerede besitter. Vi ser også i uttalelsen; ”det må man faktisk skjønne selv” hvordan hun henviser til et individuelt styringsansvar, der forbrukeren må inneha et minimumsnivå av kunnskap om hva som er sunt og ikke sunt. På bakgrunn av feltarbeidet konkluderte vi relativt raskt med at innhenting av informasjon om denne merkingen i felt viste seg vanskelig, og dette ble derfor en sentral del av våre intervjuer.

Med tanke på at Nøkkelhullet oppnådde svak anerkjennelse fra informantene i felt måtte det dermed innhentes ytterligere informasjon om dette gjennom dybdeintervjuer. I den forbindelse anså vi det som hensiktsmessig å vise merket visuelt se til kvinnene, slik at det ble enklere for dem å plassere merket og reflektere rundt det (se ”Vedlegg VII: Nøkkelhull”). Dette viste seg som en svært velegnet metode for å få de relativt uinteresserte informantene til å dele tanker og assosiasjoner rundt denne formen for merking. I intervjuene fremkom det at samtlige av informantene hadde kjennskap til merkingen, i form av at de visste hva merkingen het og at de også gjenkjente symbolet. Det var i hovedsak her kunnskapen stoppet, men to av våre informanter hadde antakelser om at merkingen betydde noe slikt som ”sunneste produkt i en kategori”. Dette kommuniserte informantene svært tvilende så det fremkom tydelig at dette var kunnskap de ikke var spesielt sikre på. Da vi forsøkte å spørre informantene om hvem som stod bak merkingen var også kunnskapen her relativt begrenset:

*Q: Vet du hvem som står bak?*

*A: <tenker> #Ehh.. er det? #Ehh... politikerne da? Eller jeg vet ikke.. nei... <ler nervøst>*

*- Julie*

*Q: Vet du hvem som står bak Nøkkelhullsmerket?*

*A: <tenker> #Er det? Nei... Jeg bryr meg ikke så veldig om det her jeg..*

*- Maria*

Både Julie og Maria sine uttalelser vitner om en høy grad av både usikkerhet og likegyldighet. Uttalelsene er sammenfallende også med den delen av våre informanter som består av mer eldre kvinner, med unntak av Tone som hadde kjennskap til at det er Helsedirektoratet og Mattilsynet som står bak merkingen. Dermed har vi ingen eksempler på at kunnskap om avsender av merket har sammenheng med alder. Det er iøynefallende at fire av de fem kvinnene i vårt utvalg, som består av reflekterte og ressurssterke kvinner, ikke har en anelse

om hvem som står som avsender av dette merket. Dette tolker vi som svak kommunikasjon av det offentlige, og at ønsket om å styre disse kvinnene indirekte gjennom merket har en begrenset effekt.

Kvinnene i vårt utvalg er naturligvis i stand til å foreta selvstendige og ernæringsmessige gode valg i butikk. Det er imidlertid interessant å stille spørsmål ved om forbrukere med mindre ressurser, kompetanse og interesse treffes av denne kommunikasjonen, og om den øvrige befolkningen er i stand til å konstatere hvem som står bak merkingen. I en landsrepresentativ undersøkelse gjennomført av Norstat for Helsedirektoratet i 2015 viste tall at hele 57% har kjennskap til at Nøkkelhullet er en offentlig merking satt av Mattilsynet og Helsedirektoratet (Helsedirektoratet 2015b). Dette avviker kraftig fra dataene vi har innhentet, og vi stiller oss kritiske til dette høye tallet da det fremkommer at respondentene i undersøkelsen har fått oppgitt svaralternativer i form av ulike aktører som kan antas å stå bak merkingen. I forbrukerforskning går det et viktig skille mellom hjulpen og uhjulpen kjennskap, og vi ser her hvordan Norstat benytter hjulpen kjennskap i sin datainnsamling (Samuelson, Peretz og Olsen 2010, 104). Når respondentene har fått oppgitt Helsedirektoratet og Mattilsynet som mulig aktør, er det betraktelig lettere å oppnå et høyt resultat enn om respondentene må komme på dette uhjulpet, slik kvinnene i vårt utvalg måtte.

Vi antar dette er årsaken til at kjennskapen til at myndighetene står bak merkingen er såpass mye høyere for den øvrige befolkningen enn for vårt utvalg, der kun én av våre informanter faktisk visste hvem som står bak merkingen.

Ser vi videre på kjennskap til selve Nøkkelhullet i den øvrige befolkningen var denne i 2015 på hele 96% (Helsedirektoratet 2015a, 33). Dette er også mer sammenfallende med vårt utvalg der alle kvinnene hadde kjennskap til merkingen. Det vi i imidlertid er kritiske til er hvordan Norstat har formulert dette kjennskapsspørsmålet i sine undersøkelser, der spørsmålet er formulert på følgende måte: "Kjenner du til eller har du hørt om Nøkkelhullsmerket på matvarer?". Det toppe seg ytterligere når svaralternativene er følgende: "Ja", "Nei", "Vet ikke". For det første er spørsmålsformuleringen ledende og respondentene får også hjelp til å gjenkalle merket. Også her kan vi se hvordan det benyttes hjulpen kjennskap i datainnsamlingen, samtidig som spørsmålet følges opp av svært kategoriske svaralternativer. Slik vi anser det medfører de forhåndsdefinerte svaralternativene at respondentene kan kommunisere et høyere kunnskapsnivå enn de faktisk besitter. Det å

benytte hjelpen kjennskap var en fallgrube vi i forkant av våre undersøkelser var svært bevisst på. Vi valgte derfor å undersøke Nøkkelhullet i den avsluttende delen av våre dybdeintervjuer, slik at vi ikke avslørte hensikten med våre undersøkelser i et for tidlig stadium. Dette viste seg å fungere utmerket. Da informantene ble presentert merkingen i form av visuell presentasjon, oppnådde vi svar og refleksjoner som var informative og beskrivende slik at vi fikk tykke beskrivelser om merkingen.

Til tross for at kjennskapen til Nøkkelhullet er høy blant våre informanter kan det stilles spørsmål ved verdien av kjennskap i denne sammenheng, da ingen av våre informanter benyttet Nøkkelhullet bevisst i butikk. Vi stiller spørsmål ved dette da vi ikke har avdekket noen årsak-virkning forhold mellom kjennskap til Nøkkelhull og kjøpsatferd i butikk. Hvorfor benytter ikke informantene Nøkkelhullsmerket i butikk når de har kjennskap til merket, og også kommuniserer en interesse for å spise sunt? Det første som melder seg som en mulig forklaringsfaktor er merkets troverdighet der en av våre informanter uttalte følgende i intervju:

*A: Jeg synes Nøkkelhullet hadde en effekt i begynnelsen... også synes jeg det egentlig har blitt helt borte synes jeg. Hvorfor er jeg litt usikker på egentlig, jeg mener å huske at det har vært en del diskusjoner rundt dette om nøkkelmerking, hva som har vært bra og ikke bra? Så når jeg... <tenker> Grandiosaen var det.. som fikk Nøkkelhull.*

*Q: Ja, det har vært noen diskusjoner om hvorvidt de kravene for å få Nøkkelhullsmerket på sine produkter er strenge nok..*

*A: Ja, det kan ha vært litt for lett å få dette på sitt produkt..<irritert> Jeg får litt følelsen av at Nøkkelhullsmerket er mer et markedsføringsymbol..*

- Tone

Av dette utsagnet fremkommer det at troverdigheten ble betydelig svekket for Tone etter at Stabburets Pizza Grandiosa "Biff og løk" ble Nøkkelhullsmerket i 2010. Det bør her nevnes at dette er en faktor som også flere av våre andre informanter nevnte spesifikt i intervjuene. Slik vi ser det illustrerer Tone med sin uttalelse et tidsmessig skille for troverdigheten av merket når hun henviser til Nøkkelhullsmerkingen av Grandiosa. Hun uttrykker også irritasjon rundt kravene til å få en slik type merking, og bruker Grandiosa-eksempelet for å illustrerer overfor oss hvor langt hun mener merkingen strekkes. Slik vi tolker det henviser Tone til en allmenn

anerkjennelse av at Grandiosa ikke er å regne som sunt, og hun uttaler også senere at hun synes det kan bli svært misvisende dersom forbrukere med vektproblemer får inntrykk av at Grandiosa er et sunt alternativ som kan nytes med god samvittighet. Ser vi videre på dette aspektet kan vi se hvordan Grandiosa, som gjerne assosieres med raske løsninger, kos og et mer usunt alternativ, puttes inn i en kontekst knyttet til helse og sunne forbrukervalg. Vi antar at dette kontekstskifte blir svært inkongruent for en rekke forbrukere, deriblant Den pliktoppfyllende kvinne, og at dette senere kan oppleves som problematisk og vanskelig å forholde seg til. Det vil være ren spekulasjon ut fra disse betraktningene å si at Stabburet sin svært hyppige markedsføring av Grandiosa som Nøkkelhullsmerket, kan ha påført den offentlige symbolmerkingen betydelige skader som har svekket merkets troverdighet.

Til tross for at informantene gir uttrykk for at merket har blitt svekket er kvinnene overordnet positive til at det offentlige forsøker å påvirke forbrukerne til å ta sunnere og velinformerte valg i butikk. Allikevel er det ikke nødvendigvis slik at Nøkkelhullet er rett styringsverktøy å benytte. Grunnet svak anerkjennelse av Nøkkelhullet ønsket vi derfor å eksponere våre informanter for andre former for symbolmerking i intervjuene. Merkingene er anerkjent som offentlig styringsverktøy i eksempelvis Storbritannia, og vi så primært på Trafikklys og GDA (se Vedlegg VIII: Trafikklys og Vedlegg IX: GDA). Sammenliknet med disse formene for symbolmerking, var flere av informantene direkte negative til Nøkkelhullet der Julie blant annet uttalte:

*Q: I Norge bruker vi Nøkkelhull til å sunnhetsmerke matvarer.*

*A: Åja, det var et dårlig valg da (!) <oppgitt>*

*Q: Det var et dårlig valg?*

*A: Ja, det var et kjempedårlig(!) valg. Et skikkelig(!) dårlig valg! <ler> De skulle mye heller gått for den der (peker på Trafikklys-symbolet)..Jeg ser jo ikke på den der (peker på Nøkkelhullet). Jeg ser den, men så.. Jeg ja.. tenker jo ikke over den..*

*- Julie*

Etter å ha blitt eksponert for ulike former for symbolmerker som har bred anerkjennelse internasjonalt fremkommer det at Julie er betraktelig mer positiv til Trafikklys som offentlig styringsverktøy. Informanten mener en slik merking ville hatt en mer veiledende funksjon for forbrukere enn det Nøkkelhullet har i dag, og mener videre det røde lyset ville hatt en mer

preventiv effekt. Nøkkelhullet mener hun derimot har fått mer posisjon som en del av emballasjen som ikke tillegges spesielt mye oppmerksomhet eller verdi av forbrukeren. Også flere av de andre informantene deler dette synet, og som vi tidligere har nevnt var det faktisk slik at 68% av den norske befolkningen ønsket symbolmerking i form av trafikklys da sunnhetsmerking skulle innføres i Norge (Roos 2007). Det kan dermed stilles spørsmålsteget ved hvorvidt Nøkkelhullet var det mest egnede alternativet å benytte da Regjeringen innførte sunnhetsmerking av matvarer i 2007. Responsene til Trafikklyset er allikevel ikke utelukkende positiv der en av våre eldre informanter, Tone, stilte seg skeptisk til advarselsmerking i form av røde lys:

*...det blir litt det samme som trafikklyset. Hvis jeg får lyst til å kjøpe et produkt som er merket med rødt, så la meg gjøre det da <irritert>. Det gjør jeg en gang i uka... kan ikke jeg få lov til å gjøre det med god samvittighet uten at jeg får et rødt lys? <irritert>*

*- Tone*

Ut fra denne uttalelsen kan vi se hvordan informanten irriterer seg over Trafikklyset, da merkingen går mer i retning av å oppleves som negativ istedenfor å fremme positive og sunne valg. Informanten er under oppfatning av at det skal være tillatt å kose seg i helgene og ved spesielle anledninger, og dersom produkter advarselmerkes mener flere at den genuine kosen ved mat forsvinner. Flere av kvinnene frykter også reaksjoner denne merkingen kan generere fra andre forbrukere i kjøpskontekst. Vi antar årsaken til at et rødt merke vil få en slik funksjon er at det eksisterer en felles forståelse i samfunnet om at rødt lys gjerne assosieres med fare, hvilket i de fleste kontekster er noe negativt som vi instinktivt vil forsøke å unngå. Dersom forbrukeren ikke er i stand til å unngå det røde lyset frykter kvinnene negative sanksjoner, og da spesielt fra andre kvinner. Det går da i retning av å bli ubehagelig å handle inn til eksempelvis bursdagsfest, selskaper eller lørdagskosen, og dette er følgelig baksiden av å benytte advarselsmerking i form av røde lys på produkter. En alternativ løsning er merking i form av GDA, som er en veiledende merking av hvor mye et produkt utgjør fra et anbefalt daglig inntak. Denne merkingen var i hovedsak alle informantene svært positive til, i form av at informasjonen om produktets næringsinnhold er enklere å forstå og verifisere. Det ble også påpekt hvordan informasjonen gjennom en slik merking blir mer mangfoldig og nyansert, enn det som er tilfelle ved kun ett enkelt symbol. Flere av informantene stilte seg faktisk undrende til at denne merkingen ikke benyttes i mer utstrakt grad i Norge, enn det som er tilfelle i dag.



Det som er fellesnevner for majoriteten av våre informanter er at de ønsker informasjon til å ta velinformerte og sunne valg, samtidig som de ikke ønsker å legges forbud og begrensninger slik som Tone eksempelvis uttalte:

*Jeg vil ha informasjon slik at jeg kan gjøre gode valg, men vil ikke at noen skal bestemme over meg <bestemt>.. Jeg(!) vil bestemme selv.*

- Tone

Uttalelsen illustrerer at informanten ønsker å benytte seg av sin individuelle frihet i butikk, men at hun er åpen for at det offentlige informerer og veileder hun. Dermed er det slik vi tolker det en krevende balanse for det offentlig mellom å informere forbrukeren i tilstrekkelig grad, samtidig som det ikke kommuniseres påbud eller forbud om bestemte typer kjøpsatferd. Vi antar det er dette som har vært noe av hensikten med innføringen av Nøkkelhullet, men det synes tydelig at det i kommunikasjonen mellom Helsedirektoratet og forbrukeren har forekommet en svikt. Dette medfører at merket har en relativt svak posisjon blant våre informanter. Hva denne svikten består av blir vanskelig for oss å konstatere grunnet begrenset med data på dette, men temaet kunne vært interessant å studere i et videre forskningsprosjekt.

## **4.2 Den pliktoppfyllende kvinne**

I denne delen av analysen vil vi ta for oss funn knyttet til egenskaper ved Den pliktoppfyllende kvinne, og vil belyses gjennom vårt andre forskningsspørsmål: *I hvilken grad kommer egenskaper ved Den pliktoppfyllende kvinne til uttrykk i kjøpskontekst?*

Analysen vil sentreres rundt følgende temaer: "Samvittighet", "Vertinnerollen" og "Kvinnen som måltidsforvalter".

### **4.2.1 Samvittighet**

En karakteristikk som i stor grad preger Den pliktoppfyllende kvinne i kjøpskontekst er *samvittighet*. Kvinnene handler gjerne med formål om å oppnå god samvittighet, samt unngå å ta valg som i ettertid fører til misnøye og dårlig samvittighet. Et godt eksempel på en slik atferd er kvinnenes fokus på å foreta sunne valg i kjøpskontekst, samt unngå et *for høyt* inntak av matvarer som kvinnene betrakter som usunne. Kvinnene, og da spesielt våre eldre informanter, oppnår også god samvittighet og tilfredshet gjennom et fokus på å ikke kaste for mye mat. Dette påvirker følgelig deres kjøpsatferd i form av et fokus på varenes holdbarhet

og utløpsdato. Dermed vil analysen sentreres rundt to variabler: ”Sunnhet” og ”Ikke kaste mat”, som begge kommer til uttrykk i kvinnenes kjøpsatferd.

#### **4.2.1.1 Sunnhet**

Gjennom observasjoner i butikk fikk vi raskt inntrykk av at samtlige av de fem kvinnene var opptatt av og prioriterte å spise sunt, hvilket ble bekreftet også av informantene selv gjennom senere dybdeintervjuer. Denne prioriteringen påvirket følgelig kvinnenes kjøpsatferd i butikk, der vi raskt registrerte at kvinnenes ambisjon om å spise sunt og ernæringsmessig riktig utgjorde en betydelig del av deres vurderinger og beslutninger i butikk. Det fremkom at kvinnenes fokus på sunnhet førte til et behov for *kontroll* over hva de konsumerer. Dette medførte at tilberedning av hjemmelagde alternativer var en viktig prioritet for flere av kvinnene, i form av ingredienser som skulle handles inn. Julie oppnår eksempelvis kontroll gjennom hjemmelagde knekkebrød:

*A: Jeg lager knekkebrød fra bunn av og det ser jeg på som sunt!*

*Q: Ja, du gjør det ja. Hvorfor gjør du det?*

*A: #Ehm...for da får jeg liksom ikke det saltet i det da.. eller sånn, da blir det mer frø enn mel... Ja, #eller det er jo sånn.. vanligvis kjøper jeg jo brød til de andre og sånn, men hvis jeg skal bruke litt ekstra tid på det da, så lager jeg de knekkebrøda. Da føler jeg at det er renere da <lattermild> eller sånn.. ja*

*Q: Ja, du får en sånn god følelse av det?*

*A: Ja, ja! Da kan jeg ha god samvittighet når jeg spiser det, og det er det ikke alltid jeg får hvis jeg spiser brød.. I hvert fall ikke(!) lyst brød.*

- Julie

Her ser vi hvordan informanten oppnår bedre samvittighet gjennom å konsumere hjemmelagde knekkebrød, og at hun gjennom kjøpsatferd bevisst unngår ferdigproduserte alternativer. Julie begrunner atferden med saltinnholdet i kjøpe-knekkebrødene, og at dette følgelig er noe hun bevisst ønsker å unngå. Hun kommuniserer videre et kontrastforhold mellom brød og knekkebrød, der konsumet av brød er en atferd som følges av dårlig samvittighet og negativ vurdering av eget kosthold. Dette motkjemper kvinnen ved å ty til hjemmelagde alternativer som hun erfarer skaper en ”god følelse”. Tilfredshet med egne

kostholdvalg kan følgelig anses som en del av det å være en pliktoppfyllende kvinne, og også Gro viser til prioriteringen av hjemmelagde frokostalternativer:

*Vi spiser frokostblanding begge to. Jeg mikser mine egne frø liksom og han kjøper sånne ferdige poser <fornøyd>.*

- Gro

Dermed registrerer vi ingen forskjeller mellom våre yngre og eldre informanter med tanke på kontroll gjennom hjemmelagde alternativer. Det som i denne sammenheng er interessant er at ønsket om å tilberede hjemmelagde alternativer ikke kun er forbeholdt middagskonteksten, men har fått en økt betydning også i frokostsfæren. Dette illustrerer hvordan oppgavene knyttet til det å være en pliktoppfyllende matansvarlig i husholdet, enten du er 25 eller 50 år, får endret karakter, og at dette følgelig stiller nye krav til hva Den pliktoppfyllende kvinne må beherske. Der det tidligere var tillatt å konsumere et par grove brødsiver med pålegg og melk, kreves det nå at kvinnene diskurser opp med hjemmelagde frokostblandinger, knekkebrød eller blandinger med cottage cheese og bær. Dette påvirker følgelig valgene som tas i butikk da nye ingredienser og sammensetninger må tas i betraktning. Flere av kvinnene påpeker også selv hvordan innkjøpene har endret seg betraktelig bare de siste ti årene, knyttet til nettopp frokostsfæren. Det som videre er interessant er hvordan kvinnene her skiller seg fra sine partnere med tanke på hva som konsumeres. I tilfelle med Julie er det et skille mellom hun og Kristian der Kristian gjerne spiser brød, mens Julie sverger til sine hjemmelagde knekkebrød i frokostsfæren. Tilsvarende ser vi hvordan Gro konsumerer frokostblanding som er selvkomponert, mens hennes mann gjerne kan spise ferdigproduserte frokostblandinger. Dette forsterker ytterligere antakelsen om at sunnhet og kontroll gjennom hjemmelagde alternativer er en del av nettopp det å være en pliktoppfyllende kvinne.

En annen faktor vi observerte ved flere av våre informanter var at ønsket om å spise sunt, ikke under noen omstendigheter, skulle komme i konflikt med smak og gourmetdiskursen. Dette var viktig for våre informanter å kommunisere til oss, i form av at de følte et behov for å forsvare egen kjøpsatferd. Et godt eksempel på dette er Maria som sammen med ei venninne handlet inn til en sellerirotssuppe de skulle lage sammen:

*Den smaker veldig(!) godt da, selv om den høres veldig sunn ut <ler>*

- *Maria*

Uttalelsen illustrerer hvordan kvinnen føler hun må rasjonalisere overfor oss at hennes preferanse for å spise sunt, ikke er noe som går på bekostning av smaken. Dette er en atferd som også preger resten kvinnene i vårt utvalg. Vi har inntrykk av at kvinnene har et sterkt behov for å kommunisere at de ikke har en *for* hysterisk tilnærming til det å spise sunt. Dette gjennom en stadig påminnelse om at maten er god, selv om den er sunn, og at sunnhet ikke utelukkende er det eneste kriteriet kvinnene legger til grunn. Julie er eksempelvis opptatt av at maten hun skal spise, i tillegg til å være sunn, også er fristende slik hun uttaler når hun står i brødhylla i butikken:

*Da er jeg sånn som går enten for det helt grove.. men det må(!) friste litt også.. Den her (peker på et brød som er 100 % grovt) ser jo gørrkjedelig ut.. <oppgitt>*

- *Julie*

Informantenes uttalelser om at det er godt selv om det er sunt kan i første omgang tolkes som en bekreftelse av informantenes antakelser om at mat ikke kan være sunt *og* godt på en gang. Det pekes dermed på en spenning mellom helsediskursen og gourmetdiskursen. Slik vi tolker det er en betydelig del av det å være en pliktoppfyllende kvinne nettopp det å balansere smak og hedonisme i gourmetdiskursen, med det sunne og asketiske i helsediskursen. Slik sett skal nytelse og sunnhet balanseres slik at kvinnene oppnår optimal likevekt i sitt kosthold. Dette er noe vi har inntrykk av at kvinnene i stor grad mestrer, da vi gjennom kontinuerlig møte og dialog med informantene har fått innsikt i hva som handles. Vi har også senere fått bekreftet eksempelvis at ”fisken på lørdag ble veldig god”.

I den andre enden har samtidig kvinnene et, kanskje enda større, behov for å illustrere hvordan de ønsker å ta avstand fra usunne matvarer. Dette viser seg i form av at når kvinnene velger produkter de selv ikke kategoriserer som sunne, må valgene forsvarliggjøres overfor oss. Et godt eksempel på dette er Eva som har en forkjærlighet for søte yoghurter, og slik sett velger Tine fremfor alle lettalternativene:

*Yoghurt må jeg ha. Jeg er dessverre(!) glad i litt for søt yoghurt.. <småflau og ler>*

- *Eva*

Informanten er under oppfatning av at det eksisterer normer knyttet til at yoghurt ikke skal være *for søtt*, og vi antar dette kommer som en konsekvens av fremveksten av yoghurter uten tilsatt sukker. Etter våre betraktninger har yoghurt fått en endret posisjon der den ikke primært er knyttet til sunnhet, men i større grad assosieres med et høyt sukkerinnhold og tomme kalorier. Til tross for denne fremveksten velger informanten likevel ikke lettvariantene, og hun føler derfor et behov for å unnskyldes sitt valg. Hun gjør dette gjennom en henvisning til ordet ”dessverre”, som i denne sammenheng får funksjon i form av at det kommuniserer en bevissthet på svakhet ved egen kjøpsatferd. Dette vitner om at det eksisterer klare normative modeller som kvinnene forsøker å leve opp til, og dersom de mislykkes kreves unnskyldninger og forsvarliggjøring. Hos en av våre yngre informanter kommuniseres også et egentlig ønske om å ta avstand til matvarer som betraktes som usunne. Dette blir illustrert godt av følgende uttalelse fra Julie som skal handle inn til middag:

*Jeg må ha spagetti...jeg skal lage carbonara! Det er min store last <småflau> Jeg elsker (!) spagetti.*

- *Julie*

Her ser vi hvordan Julie benytter ”last” som begrep for å beskrive negative egenskaper ved egen kjøpsatferd, og vi observerer hvordan dette etterfølges av kroppslige reaksjoner som rødming og flauhet. Begge de foregående sitatene illustrerer hvordan informantene uttrykkelig ønsker å ta avstand til matvarer som de ikke betrakter som spesielt sunne. Denne verbale distanseringen får også funksjon i form av at det indirekte kommuniserer kvinnes kunnskap om hva som betraktes som ja- og neimat. Vi ser dermed hvordan informantene distanserer seg verbalt gjennom ord og uttrykk, men ikke gjennom handling, da det faktisk handles inn yoghurt med sukker og spagetti til kveldens middag. Et interessant spørsmål er følgelig *hvorfor* kvinnene ønsker å distansere seg fra det de betrakter som usunne matvarer? (I dette tilfellet matvarer med mye sukker og karbohydrater). Vi antar noe av årsaken til distanseringen kommer som en konsekvens av at kvinnene vil fremstå som kompetente og kunnskapsrike med tanke på å sette sammen ernæringsmessige ”riktige” måltider. For Den pliktoppfyllende kvinne er ikke matvarer med høyere innhold av sukker og karbohydrater enn

andre alternativer kongruent med egen kostholdsfilosofi. DPK etterkommer dermed krav fra normative modeller gjennom å uttrykke en verbal avstand til slike matvarer. Dette avviket mellom kvinnenens verbale uttrykk og faktisk handling er en dimensjon vi imidlertid ikke ville vært i stand til å registrere i en intervjusituasjon, og underbygger videre fordelene knyttet til innsamling av data gjennom bruk av metodetriangulering.

På bakgrunn av den overnevnte diskusjonen har vi derfor observasjoner som viser hvordan Den pliktoppfyllende kvinne i butikk skal balansere innkjøpene mellom to dimensjoner; 1) ønsket om å ikke være *for* sunn, og 2) ønsket om å være sunn *nok*. Vi har observert at dette er en krevende balanse som opptar mye av kvinnenens oppmerksomhet i kjøpskontekst. Motsetningsforholdet løser kvinnene primært gjennom fokus på *variasjon*. Det som ligger i begrepet variasjon i denne sammenheng er et kosthold bestående av sunn mat som også smaker godt, og med rom for noen utskeielser. Dermed ser vi hvordan kvinnene etterstreber et mangfoldig kosthold hvor både smak, sunnhet og kos er bestemmende variabler. Kvinnene må i sammensetning av eget kosthold mestre å balansere variablene som inngår i variasjonsbegrepet. Dette er gjeldende for samtlige informanter, der eksempelvis Julie uttrykker hvordan variasjon spiller en rolle i hennes kosthold:

*Q: Hva er sunt for deg?*

*A: <tenker> Variert. Variert kosthold vil jeg si (...) Variere det man spiser og grønnsaker ser jeg på som sunt. Det spiser vi masse av <tenker videre>... Eller sånn variere kjøtt, grønnsaker og ja.. i hvert fall tre slag på tallerkenen. Det skal i hvert fall være litt av hvert.*

*- Julie*

Vi kan følgelig dra en midlertidig konklusjon om at når kvinnene er i butikk brukes mye kognitiv energi på å foreta forbrukervalg som balanserer de tre komponentene som inngår i variasjonsbegrepet (smak, sunnhet og kos). Hvordan dette balanseres er i stor grad avhengig av *konteksten* kvinnene befinner seg i, og vil belyses ytterligere i kontekstkapittelet. Vi vil videre konkludere med at Den pliktoppfyllende kvinne ikke har ønske om å bli oppfattet som *for* hysterisk med tanke på kosthold, samtidig som hun ønsker å signalisere en tilstrekkelig grad av bevissthet rundt eget kosthold.

Avslutningsvis er det viktig å påpeke at, til tross for kvinnenes ambisjon om å foreta sunne valg i butikk, var det ingen av våre informanter som benyttet Nøkkelhullet bevisst i kjøpskontekst. Dette underbygger igjen våre antakelser om Nøkkelhullet som et svakt merke med begrenset relevans i en rekke produktgrupper. Dette innebærer naturligvis ikke at kvinnene aldri kjøper produkter merket med det grønne symbolet, men etter endt feltarbeid har vi inntrykk av at dette er mer knyttet til tilfeldigheter enn bevisste vurderinger og valg. Dette er et viktig poeng med tanke på Nøkkelhullets antatte suksess da det ikke kan settes likhetstegn mellom kjøp og merkets posisjon. Det er nærmest uunngåelig å ikke kjøpe Nøkkelhullsmerkede produkter, da ca. 2000 varer har en slik symbolmerking (Nøkkelhullet). Dette kombinert med kvinnenes mål om å spise sunt og ernæringsmessig riktig, medfører følgelig at handlekurven naturligvis vil inneholde en eller flere produkter med det grønne symbolet.

#### **4.2.1.2 Ikke kaste mat**

En annen atferd vi observerte kvinnene utøvde for å oppnå god samvittighet, var å handle med utgangspunkt i at maten ikke skulle kastes. Dette viste seg gjennom kvinnenes fokus på holdbarhetsdato og det å planlegge måltider. I denne sammenheng registrerte vi faktisk et skille mellom våre yngre og eldre informanter, der de eldre kvinnene fokuserte mer på det å ikke kaste mat, samt lage restemiddager av varer som var nær utløpsdato. I butikk observerte vi eksempelvis hvordan Eva kontrollerte utløpsdato på en rekke varer:

*Siden jeg bor alene så må jeg prøve å tenke på at jeg ikke skal kaste så mye mat(!)... fordi det blir fort sånn at man kaster veldig mye mat.. Det er litt kjedelig. Også blir maten fort dårlig om man har veldig mye matvarer som kun én person skal ha fordi det står litt lenge(...) Jeg prøver, men jeg tror ikke jeg er så flink, dessverre. Det er vanskelig når man bor alene..*  
<oppgitt>

- Eva

Her ser vi hvordan informantene forsøker å begrense sine innkjøp slik at hun ikke kommer i en situasjon hvor hun må kaste mat. Hun påpeker videre at hun ikke er like flink som hun føler hun burde være, og viser med dette til et ideal der det å kaste mat blir sett på som et negativt premiss som må forsøkes unngått. Indirekte ser vi hvordan informantene fylles med dårlig samvittighet dersom hun må kaste mat. Det er tydelig at dette kommer i konflikt med idealet

om å være en pliktoppfyllende kvinne som tenker på matens verdi. Dette er noe som i stor grad preger hennes kjøpsatferd og som hun bruker mye tid på i butikk. Vi kan følgelig stille spørsmålsteget ved hvor disse normative idealene kommer fra, samt hvorfor dette er mer fremtredende for våre eldre informanter enn de som er i midten av tyveårene?

Vi antar noe av årsaken ligger i informantenes oppvekst, og at normen om å ikke kaste mat er noe de har tatt med seg inn i sitt voksenliv. Det er ikke utenkelig at utvalgets eldste kvinner har foreldre som var del av en generasjon som vokste opp med begrenset tilgang på en rekke matvarer. Dermed kan maten ha fått en mer fremtredende verdi som konsekvens av foreldrenes oppvekstkår, enn det som er tilfellet for våre yngre informanter. En av våre eldre informanter Gro viser eksempelvis til hvordan hennes foreldre har påvirket den respekten hun i dag har for matens verdi:

*Q: Er dere opptatt av at dere ikke skal kaste mat?*

*A: Ja, det er vi faktisk.. Jeg er jo veldig kreativ til å lage restemiddager da <ler> så på den måten så slipper vi å kaste så mye.. Jeg tror det er en naturlig nøysomhet egentlig. Respekt for maten. Man skal ikke kaste mat og på en måte.. jeg husker fra barndommen (...) Vi kastet aldri mat. Moren og faren min spiste jo muggen(!) mat også <latter mild>. Det(!) gjør ikke vi altså. Der går grensen... men vi skal ikke være alt for respektløse, kaste og sløse den maten vi har tilgang på...*

- Gro

Her ser vi hvordan informanten viser til egen oppvekst, og hvordan foreldrenes fokus har ført til at hun i dag har en naturlig nøysomhet. Hun er også under oppfatning av at man skal ha respekt for maten, men er ikke ekstrem i form av å spise muggen mat. Informanten bekrefter vår antakelse om at oppvekst kan ha påvirket kvinnenes nøysomhet, og at normen om å ikke kaste mat står relativt sterkt i form av at det snakkes om *respekt* for maten. Dersom informanten bryter normene som følges av denne respekten fører dette til dårlig samvittighet og misnøye med egen praksis. For å unngå dette ser vi hvordan Eva og Gro løser utfordringen på ulike måter, til tross for samme formål. Eva bruker mye tid på dette i butikk i form av planlegging og fokus på holdbarhetsdatoer. Gro på sin side planlegger ikke dette like mye, men oppnår bedre samvittighet gjennom å lage restemiddager av varer som er nær utløpsdato. Hun viser eksempelvis til innkjøp av grønnkål som skulle brukes til en planlagt middag, men at varen fikk endret betydning da de ikke rakk å spise den opp. I stedet for å kaste varen og få



dårlig samvittighet ble varen transformert inn i en ny kontekst med et nytt formål – altså bedring av egen samvittighet gjennom restemiddag. Grønnskålen fikk en ny funksjon for kvinnen da den inngikk i en grønnsakssuppe og ikke endte i søppeldunken. Dette er uttalelser og atferd vi ikke har registrert hos våre yngre informanter, slik at fokuset på holdbarhetsdatoer og restemiddager er noe som definerer våre eldre informanter.

#### 4.2.2 Vertinnerollen

Et annet sentralt trekk ved Den pliktoppfyllende kvinne er hennes rolle som *vertinne*. Ønsket om å være en god vertinne reflekteres gjennom kvinnenes kjøpsatferd i butikk, og dette preget følgelig en rekke av valgene som ble foretatt. Vi observerte i butikk hvordan kvinnene handlet inn når de skulle få besøk, men det som viste seg som vel så interessant var hvordan kvinnene handlet inn i *tilfelle* de fikk besøk. Altså var det viktig for kvinnene å alltid være forberedt på eventuelt besøk, samtidig som det var en iboende ”frykt” i å ikke ha noe og tilby sine gjester. Av dette fremkommer det at Den pliktoppfyllende kvinne etterstreber å være en god vertinne som tar godt vare på sine gjester i form av å ha noe å tilby. Dette observerte vi ved flere anledninger i butikk, og vi registrerte at dette gjaldt både våre yngre og eldre informanter:

*Jeg kan kjøpe denne ”Grande Espresso”, så har jeg kaffe dersom jeg får gjester på besøk..  
<fornøyd>*

- Eva

*Jeg er veldig(!) glad i å ha et eller annet å servere. Dersom jeg ikke har noe spesielt å tilby da så kan det være at jeg lager noen havremakroner...det er veldig lettvin!*

- Gro

*Også må jeg ha ”After Eight”...i tilfelle familien til Kristian stikker innom..*

- Julie

Her ser vi hvordan informantene i butikk indirekte vektlegger viktigheten av å være en god vertinne. Dette kommer til uttrykk gjennom Evas innkjøp av kaffe som hun utelukkende kjøper på grunnlag av eventuelle gjester som måtte komme innom. Gro og Julie kommuniserer også behovet de har for å etterleve kravene som følger med vertinnerollen, i form av at de alltid har noe å tilby sine gjester- selv om besøket ikke er planlagt. Dette

indikerer hvordan det å være en pliktoppfyllende kvinne både krever ferdigheter og planlegging knyttet til nettopp vertinnerollen. Kvinnenes arbeid med å fremstå som en god vertinne kan ses på som en gave kvinnene gir sine gjester. Gaven innebærer i følge Mauss (1995) tre forpliktelser; gi, ta imot og gi igjen. Kvinnene gir sine gjester en gave gjennom å tilby sine gjester (mottaker) kaffe, te eller småkaker. Gjesten er dermed pliktet til å akseptere og *ta i mot* gaven kvinnene gir. Deretter forventes det at gaven som har blitt overrakt *gjenyttes* ved en senere anledning. Gavebytte bidrar dermed til å forsterke Den pliktoppfyllende kvinnes relasjoner fordi gaven er bindende, samt kommuniserer omsorg og respekt for gjestene (Døving 2003, 64). Vi antar at vertinnerollen betraktes som viktig av kvinnene i vårt utvalg, da det å lage og servere mat til andre er en av de mest fundamentale og konkrete måter å gi av seg selv på (Fürst 1995). For å oppnå kravene som tillegges vertinnerollen er kvinnene kontinuerlig forberedt på å gi, der de i butikk kjøper kaffe, sjokolade eller småkaker for penger som de senere oversetter eller distribuerer videre i form av gavegivelse, altså servering. Dette blir en form for gavetransformasjon der kaffen, sjokoladen eller småkakene går fra å være generiske produkter i butikkhyllen til å være en gaveytelse som kommuniserer respekt for gjestene. Dette illustrerer også kvinnenes egenskaper som vertinne.

Det er imidlertid ikke tilstrekkelig for Den pliktoppfyllende kvinne og kun ha noe å tilby sine gjester, det er også viktig at det som serveres er estetisk tiltalende. Et godt eksempel på dette er Gro som skulle kjøpe inn kaffekapsler:

*Det som er bedre med Nespresso er at de er penere i stativet vi har på benken.. <Ler> Disse kapslene fra matbutikken slenger jeg bare i en skuff inne i skapet jeg..*

- Gro

Uttalelsen illustrerer hvor viktig informantene synes det er at det som står på kjøkkenbenken hjemme er estetisk tiltalende. Dersom hun kjøper butikkens egne merkevarer møter ikke dette estetikkravene kvinnen har og glemmes således bort i skapet. Sitatet illustrerer at ikke bare smak skal tas i betraktning, men også at det estetiske er vel så viktig. Vi antar noe av dette fokuset kan komme som en konsekvens av de sosiale sanksjonene kvinnene frykter dersom det de serverer ikke er tiltalende i form av estetikk. Dermed vil det å ha "dyrere" kaffekapsler fra et velkjent merkenavn som Nespresso sende signaler til eventuelle gjester om informantens egenskaper som vertinne. Det signaliserer videre at hun "lykkes" med sine

innkjøp i butikk, samt ikke fristes av rimeligere varianter av produktet. Vi antar dette står svært sterkt hos informanten da hun selv ved en senere anledning påpeker at smaksforskjellen på de to kaffemerkene ikke er spesielt stor. Dermed har Nespresso i hovedsak funksjon gjennom det estetiske, og vi ser hvordan kapslene nærmest blir å regne som en del av interiøret på kvinnens kjøkken. Vi antar dette har en såpass viktig plass i informantens liv da det kan være en iboende frykt for at gjestene vurderer hennes egenskaper som vertinne i negativ retning. Dette kontrolleres og forsøkes unngått gjennom estetisk penere kaffekapsler. Denne tendensen ser vi også hos en av våre yngre informanter, Maria, som skal handle inn suppe og brød til en middag hun skal servere ei venninne. Valget av brød illustrerer det estetiske aspektet godt:

*A: Jeg synes det så ut som det beste brødet (holder opp steinovnsbakt brød).. for de andre har sånn form.. Jeg synes ikke det er noe godt..*

*Q: Ja, det her ser mer sånn steinovnsbakt ut*

*A: Sånn annet brød (peker på ferdig oppskåret posebrød) minner meg om sånn sandwichbrød...*

*Q: Hva er det egentlig som er galt med det?*

*A: #Eh.. Det ser(!) ikke noe fint ut til suppa*

- Maria

Her ser vi hvordan estetikk også gjør seg gjeldende når informanten skal servere middag, og at estetikk veier tyngre enn både smak og sunnhet. Det er imidlertid interessant hvor plikten om at det som serveres er estetisk tiltalende kommer fra? I eksempelet med Gro er det vanskelig å definere en konkret årsak, men i tilfelle med Maria gjorde vi litt research i etterkant av handleturen. Dette fordi vi synes det var interessant å se nærmere på *hvorfor* det var akkurat så viktig med det steinovnsbakte brødet. Vi fikk oppgitt av Maria at suppen var hentet fra en oppskrift på internett og vi fant raskt ut at oppskriften var hentet fra Trines Matblogg. Dette bekreftet også informanten. Da vi klikket oss inn på oppskriften ble det tydelig hvorfor det var såpass viktig for informanten å servere suppen med steinovnsbakt brød. På bildene av suppen er det tydelig estetisk presentert der suppa er avbildet sammen med ferskt ovnsbakt brød. Dermed kan vi se hvordan informantens følelse av plikt overfor å servere estetisk tiltalende mat, mest sannsynlig har blitt igangsatt av bloggerens presentasjon av retten. Denne plikten står såpass sterkt at informantens egentlige preferanse for brød, som er ikke-eksisterende, blir tilsidesatt for å fremstå som en vellykket vertinne.

### 4.2.3 Kvinnen som måltidsforvalter

Vårt feltarbeid ga klare indikasjoner på at det er kvinnen som har hovedansvaret i hjemmet, og at det er de som primært gjør matinnkjøpene i husholdet. Det er også kvinnen som har kontroll og makt over *hva* som skal kjøpes inn gjennom kjøpspraksis i butikk, men også gjennom en type indirekte kontroll over mannen. Dette i form av forhåndsdefinerte handlelister og klare instruksjoner. Tone uttalte eksempelvis i butikk:

*A: Han ser jo aldri(!) på sånt (peker på utløpsdato).. Så han har en tendens til å komme hjem med ting som går raskt ut på dato <oppgitt>. Også har han en tendens til å glemme en del ting også.. Også sier han "Jeg kjøpte jo det!", men så ser jeg på kvitteringen "Nei, men det er jo ikke med" <ler>*

*Q: Så det er du som pleier å handle?*

*A: Nei, egentlig faktisk ikke altså... Men selv om det ikke er jeg som alltid handler er det alltid(!) jeg som lager handlelappen <ler>*

- Tone

Tone er nøye med å presisere overfor oss at hun er svært oppgitt over mannens kjøpsatferd da han både har en tendens til å kjøpe produkter som er nær utløpsdato, men også at han ved flere anledninger glemmer viktige ting. Dette kontrollerer informanten gjennom å utforme handlelister som hun i forkant av handleturen sender med mannen sin, slik at innkjøp likevel kan gjøres til tross for at hun ikke er tilstede. Dette vitner om en skjevhet i maktforholdet mellom kvinnen og mannen, der kvinnen automatisk fraskriver mannen ansvar. Dette begrunnes med hans begrensede kompetanse og ferdigheter, og interessant nok viste dette seg å være gjeldende også for vår yngste informant, Julie:

A: Nå må du minne meg på at jeg ikke glemmer å kjøpe øl til Kristian, for det var det eneste(!) han ba meg kjøpe.. Han kan jeg forresten ikke sende i butikken <ler>

Q: Ikke?

A: Nei.. for han ser ikke på pris eller noe.. han bare tar det første og beste... <oppgitt>

Q: Han gjør det ja.. så det er du som pleie å handle?

A: Ja.. eller hvis han skal må jeg i hvert fall(!) lage liste da.

Q: Du må lage liste hvis han skal handle?

A: Ja (!)

- Julie

Julie henviser også her til kontroll gjennom bruk av handlelister, og det kan tyde på at det også her er en skjevhet i maktforholdet. Det inidlertid Julie er mest oppgitt over er partnerens fravær av økonomisk tenkning, der pris er av underordnet betydning i form av at han "bare tar det første og beste". Årsaken til at informanten irriterer seg over en slik kjøpspraksis hos mannen kan ha sammenheng med kvinnens plikt til å overholde familiens matbudsjett - en plikt vi observert var av underordnet betydning for den mannlige parten i forholdet. Dette er en plikt vi ved flere anledninger har registrert at Julie er svært påpasselig med, og dette påvirker følgelig *hvem* (kvinnen) som får hovedansvaret for familiens matinnkjøp. Det begge uttalelsene videre illustrerer er hvordan kvinnene uttrykker en verbal avstand til sin partner med en henvisning til de to distinkte kategoriene: "jeg" og "han". Fokuset er ikke rettet mot partnerrelasjonen "oss" og "vi", som i stor grad gjør seg gjeldende på andre områder i informantens liv. Det er tydelig at kvinnene har et ønske om å distansere seg fra mannens kjøpsatferd, der de nærmest himler med øynene og ler hånlige når de refererer til mannens matinnkjøp. Det som er interessant å stille spørsmålsteget ved er hvorfor mannen fraskrives dette ansvaret, og er det kvinnen eller mannen som faktisk avskriver dette ansvaret?

Vår hovedoppfatning etter feltarbeid og påfølgende intervjuer er at mennene ved flere anledninger har forsøkt å gjøre innkjøp, men at kvinnene gjentatte ganger har måtte supplere med ekstra innkjøp eller kaste mat grunnet kort holdbarhetsdato. For vår informant med barn, Julie, ble det tydelig at det innebar en grad av risiko å sende Kristian på butikken, og da spesielt med tanke på datterens ernæring og kosthold. Et eksempel som illustrerer dette godt er da vi ble med Julie hjem etter en av våre handleturer, og vi stod på kjøkkenet og ryddet ut av handleposene. Da hun ryddet ut observert hun plutselig en frokostblanding av merket

Frozen innerst i skapet, og stilte seg umiddelbart undrende til hvor denne pakken hadde kommet fra. Hun var også svært tydelig på å kommunisere overfor oss at dette ikke var noe hun hadde kjøpt, da produktet inneholdt mye sukker, luft og passet bedre som lørdagsgodt, etter hennes betraktninger. Det ble raskt konstatert av både mor og datter at produktet var kjøpt inn av Kristian som visste at datteren var svært glad i Disney-filmen Frozen, og han regnet med at produktet var sånn ”noenlunde greit”. Julie ble svært oppgitt over samboerens kjøpspraksis og understrekte betydningen av hennes rolle som ansvarlig for familiens matinnkjøp:

*Altså.. skjønner dere hvordan det blir når han handler? Det her(!) skal brukes som lørdagsgodt.. Enda godt det er jeg som har ansvaret for innkjøp av maten her i huset <oppgitt>*

- Julie

Eksempelet bekrefter antakelsen om at mannen ikke er kompetent nok i Den pliktoppfyllende kvinnes øyne med tanke på matinnkjøp, og at hun som en konsekvens av dette tar på seg arbeidet med å foreta matinnkjøp fremfor å sende mannen i butikken. DPK opplever en oppfattet *risiko* ved å gi mannen ansvar, et ansvar kvinnene er under oppfatning av at mannen ikke er i stand til å mestre. DPK må ha *kontroll* over hva som kjøpes inn, at matbudsjettet overholdes og at maten som handles inn oppfyller kravene som ligger i variasjonsbegrepet i form av sunnhet og smak, men også en ekstra sjokolade til lørdagskosen.

### **4.3 Kontekst**

I denne delen av analysen vil vi ta for oss funn knyttet til vårt tredje forskningsspørsmål; *I hvilken grad påvirker kontekst Den pliktoppfyllende kvinnens kjøpsatferd?*

Forskningsspørsmålet vil belyses gjennom følgende temaer; ”Brød”, ”Dikotomien hverdags-helg” og ”Nødløsninger”. Kvinnenes fokus på variasjoner i kostholdet fungerer som grunnlag for mye av kontekstualiseringen av ulike varer.

#### **4.3.1 Brød engasjerer**

Et gjennomgående funn i løpet av hele feltarbeidet har vært at DPK i stor grad handler ut ifra hvilken kontekst varene skal inngå i, og at dette har vært svært dominerende for hennes

kjøpsatferd. I den forbindelse fikk vi illustrert hvor sterkt det norske måltidsmønsteret står hos våre informanter, og at en stor del av valgene som foretas i butikk gjøres med utgangspunkt i hvilket formål varen skal tjene. Det er tydelig at Den pliktoppfyllende kvinne har klare regler knyttet til hvilke typer mat som er tillatt å konsumere eksempelvis til frokost, og hva som er mer passende måltidskomponenter på middagstallerkenen. Dette er i tråd med hva Bugge og Døving (2000) viser til i sin forskning, der det fremkommer at det eksisterer klare normer rundt hva et akseptabelt måltid skal inneholde, innenfor ulike kontekster. I den forbindelse viste brød seg å være en vare med klare normative modeller. Av den grunn ønsker vi å benytte brød som eksempel for å illustrere hvordan kvinnene har klare regler om når, hvor og hvordan brød passer inn i ulike kontekster.

Flere av våre informanter spiser brød daglig, og vi oppdaget raskt i felten at brød var noe som engasjerte Den pliktoppfyllende kvinne i stor grad. Informantene var svært tydelige på å kommunisere deres oppfatninger om hvilke typer brød som passer inn i ulike typer kontekster. Ser vi på dagens første måltid, frokosten, fremkom det tydelig at brød ble betraktet som akseptabelt, men ser vi imidlertid på middag var det ingen av kvinnene som anerkjente brød som et egnet måltid, jf. *Woman, Food and Families* (Charles and Kerr 1988). Det er likevel i noen kontekster brød kan inngå som en passende del av middagstallerkenen, i følge våre informanter. Julie påpekte eksempelvis at loff er tillatt å spise som middagsmat dersom det spises sammen med reker, og Maria illustrerte hvordan det er tillatt å konsumere brød dersom det kombineres med suppe. Her ser vi klare kulturelt betingede normer om når brød er å regne som korrekt middagsmat, men det som viste seg som enda mer interessant var hvordan kvinnene benyttet *grovhet* som et parameter for å vurdere brødets egnethet i ulike kontekster. I løpet av feltarbeidet ble vi oppmerksomme på at brød kan betraktes som komplisert, i form av at det er glidende overganger mellom grovt/ikke grovt. I den forbindelse benyttet kvinnene Brødskalaen som et verktøy for å vurdere brødernes grovhet og dermed egnethet. For DPK observerte vi at det er tydelig at brødets grovhet avgjør om konsumet er å regne som korrekt/ukorrekt, samt at hvor grovt brødet skal være påvirkes av kontekst. Der vi tidligere har sett at loff kan brukes i kombinasjon med reker, er det imidlertid annerledes dersom loff puttes inn i en annen kontekst og får funksjon som brød:

*...men loff.. jeg spiser aldri loff som brød.. Nei, da blir man jo ikke mett da..*

- Julie

Her ser vi hvordan loff som brødmat blir problematisk for informanten, og kommer i konflikt med ønsket og ambisjonen om å spise sunt. Årsaken til at loff er akseptabelt til middag med reker antar vi har sammenheng med at det inngår i en kontekst hvor kvinnen skal kose seg, og at sunnhet i en slik kontekst er av underordnet betydning. Dersom brød skal konsumeres som frokostmat eller til lunsj er imidlertid kvinnene under oppfatning av at brødet skal være grovt, og utgjøre minst  $\frac{3}{4}$  av grovhetsskalaen. Det vi kan tolke ut ifra denne betraktningen er at brød som kategoriseres som lysere enn dette ikke vil være å regne som korrekt frokost- eller lunsjmat. Videre funn knyttet til type brød og ulike kontekster er imidlertid svært godt redegjort for i Bugge og Døving sin rapport om det norske måltidsmønsteret (2000), og da våre observasjoner rundt dette ikke skiller seg nevneverdig fra funnene her, ønsker vi ikke å gå nærmere inn på dette.

Det mest interessante funnet knyttet til brød og kontekst var faktisk at vi observerte et skifte der brød tas ut av stadig flere og flere kontekster. Den pliktoppfyllende kvinne søker stadig nye alternativer i kontekster hvor brød tidligere hadde en fremtredende posisjon, og det kan følgelig stilles spørsmålsteget ved årsaken til dette skiftet. Gro illustrerte endringen gjennom følgende uttalelse i intervju:

*A: Da jeg var liten var det alltid brødmat. Da spiste vi brødmat 3 ganger om dagen*

*<entusiastisk>*

*Q: Hvorfor ikke nå?*

*A: Det kan kanskje være litt sånn at <tenker>.. brød er blitt litt mer sånn "fy" på en måte.*

*Det er ikke så akseptert som det er før i tiden. Før så var det en selvfølge...*

*Q: Men det er det ikke nå?*

*A: Det begynte vel kanskje sånn for 10-15 år siden da Fedon Lindberg gikk ut og sa at man skulle spise mindre brød.. og.. lavkarbo og alt det der. Man har kanskje begynt å tenke at brød ikke er så nødvendig å spise så mye av.. og det er kanskje noen som sier at det er for mye gjær, gluten osv.. man kan bli oppblåst av det. #Jeg blir egentlig ikke det, men jeg tenker at det holder å spise ett brødmåltid om dagen, og det gjør jeg som regel på kontoret. Da har vi brød der med pålegg til lunsj.*

- Gro



Informanten påpeker her hvordan det i hennes oppvekst var normalt å innta tre brødmåltider i løpet av en dag, men at hun i senere tid har gått vekk fra denne praksisen. Hun mener at brød ikke er like akseptert å konsumere i dag som det var i hennes oppvekst, og knytter endringen til Fedon Lindberg og bølgen med lavkarbo. Her ser vi hvordan informantens innarbeidede kunnskap gjennom oppvekst kommer i konflikt med nye kostholdsråd som kommuniseres, i dette tilfellet reduksjon av karbohydrater. Hun går dermed vekk fra hennes etablerte normer og regler om kosthold gjennom å ekskludere brød fra flere kontekster, samt søke nye alternativer som kan erstatte brødet. Informanten poengterer videre ulempene ved å konsumere brød, men at dette ikke er gjeldende for henne. Dermed er det iøynefallende at informanten, til tross for fravær av helseproblemer, velger å redusere brødinntaket. Også hos Tone ser vi i butikk hvordan brødet ekskluderes, selv om informanten egentlig har en preferanse for denne matvaren:

*... Altså, jeg elsker(!) å spise ferskt brød med meierismør. Det er det beste(!) jeg vet og når jeg først er ute på restaurant så gir jeg helt "beng" altså <stolt>. Vi spiser ikke det til daglig.*

- Tone

Dette illustrerer hvor sterkt normen om å redusere brødinntaket står hos Den plikttoppfyllende kvinne. Redusert inntak av karbohydrater har fått en stadig mer fremtredende posisjon i disse kvinnenenes liv, og brød skal konsumeres maks én gang om dagen. Her ser vi hvordan gourmetdiskursen kommer i konflikt med den medisinske diskursen, i form av at nytelse og preferanser blir neglisjert til fordel for sunnhet og "helsefremmende" forbrukervalg. Den medisinske diskursen går dermed seirene ut av denne konflikten. Dette går følgelig utover brødet og dens posisjon, som har stått relativt sterkt i norsk matkultur (Bugge og Døving 2000). Dermed observerte vi et skifte fra fokus på *når* brød skal spises til *om* det skal spises. Typiske kontekster brødet tas ut av er frokost og/eller lunsj, og her fremkommer det at kvinnene gjerne søker andre alternativer med mindre karbohydrater og som er hjemmelaget (se kap. 4.2.1.1 Sunnhet). Dette påvirker følgelig kvinnenenes atferd i butikk, der deres ønske om å redusere inntak av karbohydrater opptar en del av deres kognitive oppmerksomhet. Det er imidlertid interessant å se hvordan informanten avviker fra en slik atferd når konteksten endrer seg. Altså når kvinnen er ute og spiser på restaurant betraktes dette som en form for belønning, der regelen om å kose seg med god mat overskygger reglene knyttet til sunnhet og

reduisert inntak av karbohydrater. Når kvinnen er i en restaurantkontekst er det nytelse i gourmetdiskursen som preger hennes atferd, i motsetning til helsediskursen som står sentralt hjemme. Som informanten selv sier gir hun ”beng” når hun er i en slik kontekst, og regeldisiplineringen får endret karakter.

#### 4.3.2 Dikotomien hverdag - helg

I forkant av feltarbeidet var vi bevisst på at vi ønsket å være med informantene på handleturer både i ukedagene, men også i forkant eller i løpet av helgen. Årsaken til at vi anså dette som hensiktsmessig var at det ga oss mulighet til å observere eventuelle skiller i informantenes handlemønstre. Det viser seg ofte at det er et strengt forhold mellom hverdag og helg, og at matvarer kontekstualiseres ulikt med tanke på disse tidssfærene (Døving 2003, 109; Bugge og Døving 2000). Våre antakelser rundt dette viste seg å stemme, da vi observerte klare forskjeller mellom informantenes kjøpsatferd med tanke på sfærene hverdag - helg. Et godt eksempel på dette er Maria som på en typisk onsdag handlet inn grønnsaker, knekkebrød og speltlomper, men gikk fullstendig vekk fra denne kjøpsatferden da vi var med henne en fredag. På en typisk fredag bar handlekurven stor preg av å inngå i en helgekontekst der matvarer som pølser, øl, brus og pizza dominerte. Dette illustrerer godt hvordan forbrukeren endrer handlemønstre med utgangspunkt i konteksten varen skal inn i.

Til tross for at vi observerte ulikheter mellom hverdag og helg var det imidlertid ikke ved alle måltider kontekstualiseringen stod like sterkt. Frokost var eksempelvis et måltid hvor vi ikke registrerte noen store forskjeller blant informantene. Unntaket var Eva som til helgefrokosten gjerne unnet seg det lille ekstra, og dermed puttet en kartong med appelsinjuice i handlekurven:

*Q: Ser du på juice som ekstra kos?*

*A: Jeg har ikke alltid lyst på det, så da blir det ofte stående. #Men det er litt sånn.. at man på en lørdag kanskje vil sitte og kose seg litt, så er det hyggelig å både ha melk og juice å kunne velge i..*

- Eva

Informanten begrunner her valget med hvordan hun ser annerledes på *tid* når helgen kommer. Slik vi tolker det er det mer rom for kos og nytelse når helgefrokosten skal inntas, og mat har ikke lenger kun en medisinsk funksjon, men får også en funksjon i form av nytelse og kos (Roos 2004, 25). Økt tid medfører også at informanten ønsker flere valgalternativer på frokostbordet, i dette tilfellet *både* juice og melk. Informanten uttaler at hun "egentlig" ikke er spesielt glad i juice, men helgesfærens fokus på kos medfører likevel at hun ønsker å ha muligheten dersom det skulle friste.

Måltidet vi observerte størst skille mellom hverdag og helg var i middagskonteksten. Det fremgår tydelig at gourmetdiskursen regjerer ved helgemiddagene, og at sunnhet ikke lenger er like viktig. Tone viste eksempelvis til hvordan hun og Geir koste seg med grilling en lørdag:

*A: ...men nå i helgen vet dere.. da har vi sklidd ut skikkelig(!) <ler>*

*Q: På hvilken måte da?*

*A: Vi har kosa oss med sånne ost og bacon pølser på grillen <lattermild> og det var skikkelig(!) deilig...I helgen har vi skikkelig dratt det ut. Det er så deilig og det gjør vi med jevne mellomrom.*

- Tone

Her ser vi hvordan informanten tillater seg selv "å skli ut" ved helgemiddagen, og henviser nærmest til en unntakstilstand når hun refererer til deres kos med ost- og baconpølser. Når informanten henviser til hvordan hun og mannen "skeier ut" får dette funksjon i form en illustrasjon om at hun har kontroll, men samtidig er bevisst bruddet på en sentral norm (sunnhet). Hun gjenvinner integritet ved å konstatere at dette er noe som gjøres "med jevne mellomrom". Den pliktoppfyllende kvinnes normative modeller om hva som utgjør et sunt og næringsrikt kosthold får en svekket posisjon når det handles inn til helgen, og skiftes i større grad ut med normer knyttet til kos og nytelse. Tone viser også til nettopp et nytelsesaspekt ved pølsemåltidet, en nytelse hun ikke tillater seg selv i samme grad på en hverdag. DPK er, som vi tidligere har registrert, svært opptatt av å spise sunt. Likevel ligger det i variasjonsbegrepet rom for nettopp det å skeie ut og tillate seg selv kos ved spesielle anledninger, i dette tilfellet helgen. Også Maria illustrerte en fredag gjennom sin kjøpsatferd

normene som er knyttet til helgehandelen, der fullkornalternativer må vike for mer usunne produkter:

*A: ... Så skal jeg ha ferdig pizzabunn...Jeg synes at den pizzabunnen som er ferdig er ganske god også er den... (kikker på ulike alternativer av ferdig pizzabunner)*

*A: Lurer på om den her så god ut jeg?*

*Q: Ja, den så god ut.. Peppes pizza*

*A: Hva annet er det her da? Ellers så er det fullkorn, men det er jo fredag... Nei, jeg tar den Peppes Pizza jeg <smiler>.*

- Maria

Her ser vi hvordan informanten forsvarer egen kjøpsatferd med fredagskonteksten, og bruker argumentet nærmest som en forsvarsmekanisme, opptil flere ganger gjennom handleturen. Dette indikerer at det er tillatt for DPK å kose seg i en helgekontekst, men dog med en stadig henvisning til at bruddet med normative modeller er bevisst. Kvinnenes helgeutskeielser kan betraktes som en form for *midlertidig* tap av kontroll, som gjenvinnes når mandagen kommer og kostholdet igjen balanseres med både fisk, grønnsaker og grove kornprodukter. Kos får en økt aksept i helgen der mange av kvinnenes sunnhetsregler midlertidig oppheves, men når Den pliktoppfyllende kvinne mestrer å gjenvinne kontroll er det i aller høyeste grad tillatt å kose seg i helgen.

Altså blir hedonistisk nytelse normen i helgen. Det er et psykologisk faktum at mennesket streber etter lyst, der våre handlinger vurderes etter hvor mye lyst de gir. Den riktige handlingen, altså den som man i en gitt situasjon må utføre, er den handlingen som i forhold til andre handlinger fremkaller størst mulig mengde av lyst (Blindheim 2007, 257). Også her ser vi hvordan lyst avhenger av kontekst, der ulike kontekster fordrer ulike handlinger som danner premisset for lyst. For Den pliktoppfyllende kvinne er lyst i helgen i stor grad knyttet til konsum av matvarer og retter som i hverdagens kontekst betraktes som nei-mat. Slik sett blir familiemåltidet med taco eller lørdagskosen med en pose Sørlandschips knyttet til normen om å kose seg i helgen, samt normene som følger av at kvinnene trer inn i en fritidskontekst. Dette avviker således fra hverdagens normer om sunnhet og næringsrike måltider. I hverdagen oppnår kvinnene lyst gjennom å være pliktoppfyllende med tanke på å spise

”korrekt” mat, mens i helgen er lysten mer knyttet til nytelsesaspektet og gourmetdiskursen. Altså vil hva som betraktes som ”den riktige handlingen” være kontekststhengig.

### 4.3.3 Nødløsninger

Et annet interessant funn innenfor kontekstvariabelen var to av informantenes bruk av nødløsninger i situasjoner med begrenset tid og/eller energi. Nødløsninger definerer vi etter uttalelser fra informantene, og omfatter måltider som kun spises med formål om å bli mett, og der sunnhet og nytelse er av underordnet betydning. Typiske kontekster nødløsninger tas i bruk er jobblunsj, sene middager og generelt situasjoner hvor tiden og motivasjonen til å lage mat er fraværende. Varer som benyttes i slike kontekster er eksempelvis nudler, frossenpizza og ferdigmiddager alá Fjordland. Det som var svært interessant i denne sammenheng var at nødløsninger i stor grad ble brukt av informantene som ikke hadde direkte relasjoner i husholdet. Altså observerte vi ikke bruk av slike matvarer i samme grad hos kvinner med mann og/eller barn som vi gjorde med våre enslige informanter. Dette innebærer naturligvis ikke at dette er en fraværende praksis hos kvinnene med direkte relasjoner i husholdet, men det er en betydelig gradforskjell. Det kan dermed stilles spørsmål ved hvorfor en slik praksis er mer utbredt hos våre enslige informanter?

En mulig forklaring er at matvarer som betraktes som nødløsninger gjerne spises av informantene *alene*. Altså er ikke nudler og frossenpizza måltider som kvalifiseres til å servere eventuelle gjester eller familiemedlemmer. På den måten ser vi hvordan DPK som skal forsyne mann og/eller barn med mat unngår slike matvarer, da det ikke betraktes som ”bra nok”. Slik sett blir det mer naturlig for kvinnene som bor alene å kunne konsumere slike matvarer i situasjoner med dårlig tid, da deres praksis ikke skal observeres eller påvirkes av andre. Maria uttalte eksempelvis i butikk hvordan nudler får funksjon som en nødløsning:

*... så blir det ofte litt sånne nødløsninger til de dagene jeg ikke gidder. <ler> (Informanten legger en pakke nudler i handlekurven)*

- Maria

Her ser vi hvordan informantene selv formulerer innkjøp av nudler som en nødløsning. Kvinnens henvisning til en slik merkelapp indikerer at hun ikke betrakter måltidet som et fullverdig måltid, og gir videre en forklaring av praksisen i form av begrenset tid og ressurser.

Altså må en slik praksis forklares og forsvarliggjøres overfor oss som forskere. Det at en slik praksis ikke observeres i samme grad hos informantene med direkte relasjoner i husholdet, kan nettopp knyttes til fokuset på å servere mann og barn fullverdige måltider (Charles og Kerr 1988). Det som videre er interessant er at bruk av nødløsninger ikke er direkte uproblematisk for de enslige kvinnene, da en slik praksis kommer i konflikt både med DPKs ambisjon om å tilberede hjemmelagde måltider og også til en viss grad sunnhet. Slik sett ser vi at komponentene i variasjonsbegrepet får en underordnet betydning i en slik kontekst. Dette i form av at måltidets primære funksjon forflyttes fra sunnhet og/eller nytelse, til en rent medisinsk diskurs i form av metthet. Eva illustrerte dette skifte gjennom følgende uttalelse, da hun handlet inn til middag som skulles spises på jobb:

*A: Det viktigste er at jeg blir mett. Jeg ville ikke laget dette hjemme (peker på Fjordland Biff Stroganoff)*

*Q: Hvorfor ikke?*

*A: Nei... hjemme har man som regel litt mer tid til å lage noe annet.*

*Q: Smaken er kanskje viktigere hjemme enn på jobb?*

*A: Ja, hvis man har det veldig travelt, skal ut og er veldig sulten ville jeg sikkert gjort det... Jeg har aldri kjøpt meg ferdig kjøttkaker for eksempel. Det(!) lager jeg hjemme.*

- Eva

Kontekster hvor bruk av nødløsninger er tillatt, innebærer at smak og nytelse får en underordnet betydning. Altså er aspektene som gourmetdiskursen omhandler nærmest fraværende ved bruk av nødløsninger. Dermed ser vi hvordan måltider som spises med utgangspunkt i en medisinsk diskurs og med metthet som formål, primært gjøres av kvinnene alene. Dette blir følgelig en praksis som tydeligere lar seg observere hos informantene uten direkte relasjoner i husholdet, da kvinnene i større grad er fritatt fra forventningene som normative modeller om sunnhet og smak fører med seg.

#### 4.4 Relasjonelt perspektiv

Vårt feltarbeid har i likhet med Miller (1998) gitt indikasjoner om at ingen former for shopping er fritatt fra slektskapsrelasjoner og normative idealer. Kvinnene handler i stor grad med utgangspunkt i relasjoner de har, både i og utenfor husholdet. Vi vil følgelig se nærmere på og analysere data for å besvare vårt fjerde forskningsspørsmål: *I hvilken grad benytter Den pliktoppfyllende kvinne slektskaps- og andre relasjoner i kjøpskontekst?*

Analysen vil sentreres rundt relasjoner mellom mor-barn og partnere. Dette har vi spesielt fått innsikt i gjennom våre deltakende observasjoner da mange av vurderingene og kjøpene som ble foretatt, gjordes med utgangspunkt i hvem som skulle fungere som mottaker av varen. Vi vil også belyse funn knyttet til det objektiverste selvet der andre relasjoner informantene har kommer til uttrykk.

##### 4.4.1 Mor – barn perspektiv

Vi ble relativt tidlig i datainnsamlingen oppmerksomme på at flere av kvinnene handlet med utgangspunkt i relasjonen de hadde til sine barn. Vi har observert at morsrollen er en kontinuerlig del av kvinnenens kjøpspraksis, også etter barna har flyttet ut. Mor-barn-relasjonen fremkom imidlertid tydeligst hos Julie som har en datter på 3 år, Linnea, i husholdet. I teorigjennomgangen i forkant av feltarbeidet var vi oppmerksomme på at mor typisk uttrykker kjærlighet ved å sørge for at barnet får i seg riktig og sunn mat (Charles og Kerr 1988; Devault 1991; Miller 1998; Døving 2003). Dette var likevel noe vi ikke i stor grad observerte som en bevisst og reflektert atferd hos informanten. Dette innebærer naturligvis ikke at informanten serverer datteren utelukkende usunn mat, men vi er under oppfatning av at kvinnens plikt til å servere datteren sunn og næringsrik mat er en ureflektert handling som gjøres av kvinnen på autopilot. Vi observerte gjennom feltarbeidet at informanten i aller høyeste grad forsynte datteren med sunn mat, men dette var en såpass innarbeidet rutine at det ikke krevde spesielt mye planlegging og vurdering av kvinnen i kjøpskontekst. Dermed bør det innledningsvis nevnes at Nøkkelhullet også i denne sammenheng, hadde en ubetydelig rolle for informanten ved matinnkjøp til datteren. Det som viste seg som mer sentralt for kvinnens kjøpsatferd var fokuset på *variasjon*. Vi har tidligere formulert at variasjonsbegrepet er en viktig del av kvinnenens innkjøp med tanke på eget forbruk, men dette viste seg å være vel så relevant for innkjøp av mat som gjordes med utgangspunkt i barnets preferanser. For

Julie var variasjon vel så viktig for datteren som det var for hun selv, slik hun uttalte da hun skulle handle inn frokostblanding til datteren:

*Q: Spiser du mye frokostblandinger selv?*

*A: Nei, det er til Linnea da. For å variere! <engasjert> For hvis hun har brød i barnehagen til frokost og lunsj... så ja vi må variere, hvis ikke gidder hun ikke spise.. det må ikke bli kjedelig.*

- Julie

Her ser vi hvordan moren selv trekker frem variasjonsbegrepet som en viktig komponent i datterens kosthold. Dette i form av sunnhet, men også av relevans var det at datteren skulle få i seg tilstrekkelig med mat. Dette er noe vi har observert informanten har brukt mye tid på gjennom flere av handleturene, der det er en kontinuerlig bekymring for at datteren ikke skal få i seg nok mat. Dette løser Julie gjennom variasjon, i form av å veksle mellom hva hun serverer datteren i løpet av dagen. Over ser vi hvordan informanten bytter på å servere frokostblanding og brød, men dette variasjonsaspektet gjør seg også gjeldende ved informantens innkjøp av frukt til datteren:

*A: Også pleier jeg å kjøpe frukt for å variere.. altså hvis jeg har med frukt i barnehagen, så har hun kanskje med 1/3 av en banan også får hun med blåbær eller jordbær eller bringebær for eksempel, eller en eplebit.. Så ja, jeg pleier å bytte på <engasjert>*

*Q: Ja, variere litt?*

*A: Ja! I hvert fall (!) to slag da.*

- Julie

Her ser vi hvordan normative idealer om sunnhet oppnås gjennom innkjøp av frukt, men at dette samtidig skal balanseres med ambisjonen om at datteren spiser nok. Dette medfører at informanten varierer mellom både to og tre typer frukt når hun handler i butikk, og vi har inntrykk av at dette er en svært bevisst handling av informanten som er nøye gjennomtenkt. Vi har inntrykk av at fokuset på variasjon ikke kun begrenses til det å få i datteren nok mat. Vel så viktig var ambisjonen om at datteren ikke skal bli kresen i matveien, og således introduseres datteren for stadig nye smaker og matvarer. Denne ambisjonen står såpass sterkt hos informanten at hun og samboeren ved flere anledninger tilsidesetter egne preferanser.



Dette for å signalisere at det i husholdet skal være åpenhet og tilbøyelighet til å prøve nye smaker. Dette viser seg eksempelvis i praksis der Julie og Kristian konsumerer paprika foran datteren til tross for at dette er en grønnsak ingen av de liker. Atferden illustrerer hvordan mor tilsetter egne preferanser for at datteren ikke skal bli kresen og ”plukkete”. Her ser vi hvordan kvinnens plikt reflekteres i konkret atferd, og dette illustrerer hvordan informantens ambisjoner på vegne av datterens kosthold får funksjon i form av en plikt hun føler hun må følge.

Et annet område vi har observert Julie benytter mat som et verktøy er i forbindelse med pottetrening. Informanten er svært opptatt av at datteren gradvis skal avvende bruken av bleier, og i større grad bruke potte. I dette øyemed har informanten ansett det som strategisk å benytte sjokoladepenger for å lære opp datteren. Altså benyttes søtsaker som insentiv for læring, og informanten uttaler også dette selv i det avsluttende dybdeintervjuet:

*Q: Hvilket forhold har dere til søtsaker sånn med tanke på Linnea?*

*A: Ja, da skal jeg ærlig innrømme at vi bruker det når vi skal lære hun potta nå...Ja, da får hun en gullpenge hvis hun har tissa og så får hun to hvis hun bæsjer (...) Så det har vært veldig (!) effektivt (...) Det er ikke helt bra da, men.. så lenge det ikke er hver dag så..*

*- Julie*

Uttalelsen vitner om at informanten selv er bevisst på funksjonen sjokoladen har i trening av datteren, og vi ser hvordan varen (gullpenger) går inn i en kontekst som er nøye planlagt av moren. Det som imidlertid er interessant er hvordan informanten føler et behov for å forklare, men også unnskyldte praksisen overfor oss. Dette vitner om at det eksisterer klare normer om hva som er ”korrekt” praksis med tanke på barnas kosthold. Hennes uttalelser vitner om at hun er i et forhandlingsforhold med datteren når det kommer til bruken av godteri som insentiv for læring. Vi observerer videre at en slik praksis delvis strider mot hennes prinsipper som en pliktoppfyllende og helsebevisst mor. Her ser vi hvordan informantens plikt til å servere datteren sunn og ernæringsmessig riktig mat, delvis kommer i konflikt med datterens pottetrening i form av sjokoladepenger i en belønningskontekst. Praksisen er allikevel så effektiv at informanten legger den inn i den normative modellen om kosthold og ”riktig” oppdragelse, og gjenvinner integritet gjennom en henvisning til at det ”ikke er hver dag”. Eksempelet illustrerer hvordan en vare kan få en funksjon. I dette tilfellet trekkes sjokoladen

ut av en varesfære og inn i en konsumsfære, der den transformeres fra et produkt til en gave. Altså trekkes sjokoladen ut av varesfæren den er plassert i i butikk, og transformeres fra et produkt til en gave i form av belønning når datteren tilfredsstiller forventningene moren har til pottetrening.

Feltarbeidet viste videre at det å vektlegge barnas preferanser i kjøpskontekst ikke kun var forbeholdt mødre med hjemmeboende barn, men var gjeldende også for våre eldre informanter med barn som hadde flyttet ut. Dette var vi i stand til å observere gjennom deltakelse på våre informanters handleturer der flere av kjøpene som ble gjort, gjordes med utgangspunkt i barnas preferanser og ønsker. Gro forberedte seg eksempelvis på datteren som skulle komme på søndagsmiddag:

*Q: Skal dere få noen gjester på besøk i helgen?*

*A: Nei.. ikke annet enn vår eldste datter som kommer i morgen. Hun kommer som oftest på besøk på søndager.*

*Q: Så hyggelig da! Serverer du noe da?*

*A: Ja, hun kommer alltid og spiser <ler>*

*Q: Får hun velge maten?*

*A: Nei, det gjør hun ikke! Vi lager selvfølgelig noe hun liker da <ler>*

- Gro

Ved spørsmål om hun skulle få gjester var informanten rask til å kommunisere at de ikke ventet besøk, bortsett fra deres eldste datter. Dette indikerer at moren ikke betrakter besøk av egne barn som like formelt som andre gjester, men likevel brukes tid på å tilfredsstille datterens preferanser. Gro er tydelig på at datteren ikke får velge middag selv, men viser likevel til at de "lager selvfølgelig noe hun liker". Dette vitner om en morskjærighet overfor egne barn, men at moren verbalt ikke anser et slikt besøk som like formelt. Allikevel har mor en bevisst holdning til å servere retter som datteren foretrekker. Det er mye kjærighet i at mor vektlegger datterens preferanser når hun kommer hjem på middag, og at denne kjærigheten kommer til uttrykk i mors innkjøp og kokkelering på kjøkkenet. Videre kan tilfredsstillelse av datterens preferanser også være en strategisk handling av mor, for å sikre at datteren jevnlig kommer hjem på søndagsbesøk. Også Tone har fokus på å tilfredsstille datterens preferanser etter hun har flyttet ut. Tone har en datter som studerer i Polen, og hun og Geir skulle på besøk dit et par dager etter handleturen:

A: *Jeg skal til Krakow i helgen å besøke datteren min, så da får jeg alltid en liten handleliste*

Q: *Er det norsk mat hun savner eller?*

A: *<ler> Ja.. Ja, vi ler jo litt da.. hun bor jo i et veldig billig land. Men det er jo liksom ikke grenser for hvor utrolig godt det som kommer fra Norge er <ler høyt> Så når hun ber meg om å ta med ZERoh saft for eksempel, så tenker jeg litt sånn: "Hva handler det egentlig om?" For jeg er sikker på at det finnes ekstremt mange tilsvarende varianter i Polen <ler> (...)*

Q: *Du har fått handleliste av hun?*

A: *Ja, ja! Så kommer det alltid litt ekstra.. For eksempel å ta med traktekaffe til Polen er jo også interessant.. <oppgitt> Hun sier det er ekstra god smak i den norske traktekaffen (rister på hodet) Men de har jo IKEA der, så hun kunne jo bare dratt dit... men(!) så betaler jeg da, så tror det har litt med det å gjøre... <ler>*

- Tone

Informanten uttrykker en viss grad av ironi med tanke på innkjøpene hun skal gjøre til sin datter, med en stadig henvisning til at dette mest sannsynlig er varer som er mulig å oppdrive i Polen. Allikevel reiser mor på butikken og handler inn varer som saft, oppvaskkost, pastiller og salami for nesten 1200 kroner i forkant av besøket. Informantens uttalelser vitner om at hun er bevisst på at dette er kjøp datteren vel så godt kunne foretatt i Polen, men henviser til at dette nok i stor grad har noe å gjøre med at mor betaler. Eksempelet illustrerer hvor sterkt morskjærligheten står gjennom hele kvinnens livsløp. Det å forsyne egne barn er ikke kun en plikt som er forbeholdt småbarns-mødre, men er en vedvarende plikt også etter barna flytter ut. Det som imidlertid er interessant er hvordan Julie, som kun har en datter på 3 år, i større grad vektlegger sunnhet og variasjon. Hos informantene uten hjemmeboende barn observerte vi imidlertid tendenser til at innkjøpene har forflyttet seg til å i større grad inneholde varer som er å betrakte som mer kos. Slik sett ser vi at det forekommer en forskyvning fra den medisinske helsediskursen med fokus på ernæring, til at kjøpene i større grad sentrerer rundt kos og gourmetdiskursen. Slik vi anser det endrer plikten kvinnene har overfor sine barn karakter, avhengig av hvor barna er i sitt livsløp. Dette i form av at mødrene med voksne barn i større grad kan handle i tråd med hva barna foretrekker, og i mindre grad vektlegge sunnhet og næringsrik mat. DPK har ikke ansvar på samme måte for sine voksne barns ernæring som Julie med en datter på tre år. Det blir dermed mer legitimt for mødre med voksne barn å forsyne disse med mer "usunne" matvarer knyttet til kos. Dette illustrerer hvordan plikten til å

forsyne egne barn står sterkt gjennom hele kvinnens livsløp, men at hva barna forsynes med endrer noe karakter.

#### 4.4.2 Mellom partnere

Det var ikke kun i relasjon til sine barn Den pliktoppfyllende kvinne handlet med utgangspunkt i. Også kvinnenes relasjon til egen mann kom tydelig til uttrykk i kjøpskontekst, da flere av valgene utlukkende ble gjort på grunnlag av mannens preferanser. Gjennom vårt feltarbeid fikk vi inntrykk av at kvinnene hadde svært god oversikt og kontroll over deres partners preferanser, allergier og behov. På handletur med Julie fikk vi illustrert arbeidet som ligger i å tilfredsstille mannens preferanser, og hvordan informantene uttrykker en grad av kjærlighet gjennom shopping:

*A: ...Så når han først drikker øl og sånn så kjøper jeg litt sånn fancy*

*Q: Ja, han får liksom litt ordentlig øl?*

*A: Ja.. det synes jeg han fortjener! Og i hvert fall han(!) Han er nesten aldri sammen med venner.. eller sånn (ler).. det hørtes veldig trist ut.. men uansett greit at han får litt ekstra stas.. (...) Ja de her er jo sikkert morsomme! Også.. han skulle ha seks stykker.. Har du noen du vet er gode eller? Den er kanskje morsom? (Peker på øl av merket "Brooklyn") Men jeg tar ikke to av den i tilfelle den ikke er noe god! Det er så kjedelig hvis han ikke liker den..*

- Julie

Uttalelsen illustrerer hvordan informantene bruker tid på å finne "riktige" alternativer når hun skal handle inn øl til mannen, og at hun betrakter kjøpet som å inneholde en grad av risiko. Risikoen kan knyttes til forventningene mannen har til hennes evner, med tanke på å gjøre tilfredsstillende innkjøp som mannen betrakter som vellykket. Imidlertid er det likevel slik at når kvinnen *kun* handler inn til mannen, er dette betraktelig mindre ressurskrevende enn i produktkategorier hvor både mannen og kvinnen skal konsumere samme produkt, eksempelvis kategorien melk eller frokostblanding. Kvinnenes kjøpsatferd med tanke på å tilfredsstille mannens behov hadde en tosidig dimensjon som omhandlet i hvilken grad kvinnene ofret egne preferanser for å tilfredsstille mannens. På den ene siden og i noen produktgrupper var kvinnene selvoppofrende, i form av å nedprioritere egne behov og i større grad vektlegge mannens preferanser. Dette kommer til uttrykk gjennom kvinnenes kjøpsatferd i butikk:

*Mannen min liker ikke at det er så mye "krønsj" i som jeg liker, han er mer glad i ren sjokolade.. Det kan godt være at vi bare tar en nøytral melkesjokolade.. Jeg kjøpte denne sist (peker på mokka- melkesjokolade). Jeg synes den var veldig(!) god, men ikke mannen min... <tenker> Jeg tar vanlig melkesjokolade jeg <smiler>*

- Gro

*...Men spinat er ikke så verst til taco faktisk(...) Men Kristian liker det ikke så da dropper jeg det.. Han skjønner liksom ikke helt poenget.*

- Julie

Begge sitatene illustrerer godt hvordan kvinnene nedprioriterer egne preferanser for å tilfredsstille mannen. Det kan synes som det er en kjærlig plikt i selvpoppofrelsen og vi har inntrykk av at dette er noe kvinnene gjør med glede. En del av det å være en god partner innebærer nettopp å ta hensyn til og vektlegge partnerens behov, og slik sett kommer denne plikten til uttrykk gjennom kvinnenes kjøpsatferd. Som tidligere nevnt er det kvinnene som har hovedansvaret for matinnkjøp i husholdet, og i dette ligger det en mengde arbeid og plikter (Charles og Kerr 1988; Døving 2003). Kvinnene opererer gjennom en slik praksis i en form for bytteforhold med mannen, der hun gjennom selvpoppofrelse og matinnkjøp oppnår makt og kontroll i hjemmet. En makt vi har inntrykk av at kvinnene er svært komfortable og tilfreds med å ha. Vi antar kvinnene ønsker denne makten da den i stor grad er relatert til rolleforventningene knyttet til kjønn. Bildet av kvinner som yter omsorg har stor kraft og kan sies å signalisere vår kulturs syn på hvordan kvinner bør være (Devault 1991). En del av det å være en vellykket pliktoppfyllende kvinne, er det å ha kontroll og makt i husholdet. Slik sett blir kvinnenes atferd en praktisering av denne kjønnsforventningen.

I andre tilfeller er imidlertid kvinnene mer opptatt av individualitet og det å anerkjenne at egne behov kan avvike fra mannens, uten en slik selvpoppofrelse som vi observerte overfor. Gro kommuniserer eksempelvis på handleturn hvordan hun vektlegger individualitet i sitt forhold med mannen:

*...Man skulle tro når man bor to personer sammen at man med årene liksom spiser og liker nøyaktig det samme.. Men det er jo ikke sånn? <ler> Det er jo lov da.. og kjøpe både det jeg liker og det han liker (...) Ja.. men såpass rom for individualitet må man ha i hjemmet synes jeg. <bestemt> <ler>*

- Gro

Gro viser til hvordan hun og mannen ikke alltid velger samme matvarer, til tross for at de har vært etablert i samme hushold i mange år. Denne atferden ser vi komme til uttrykk eksplisitt ved innkjøp av melk, der hun velger én type til mannen og en annen til seg selv. Kvinnen har klare formeningar om at de er likeverdige i forholdet seg i mellom, men at plikten til å være en vellykket husmor og vise sin omsorg overfor mannen gjør at hun kjøper to varianter av samme produkttype. Dette viser hvordan informanten ikke under enhver omstendighet er selvoppofrende og tilsidesetter egne preferanser, men at en del av å være DPK innebærer også å ta hensyn til egne behov. Det å velge et produkt til mannen og et produkt til seg selv er en måte Den pliktoppfyllende kvinne løser utfordringen med motstridende preferanser. En annen måte vi har observert kvinnene løser dette motsetningsforholdet på er gjennom en form for kompromiss, der begge preferanser både vektlegges og ofres i samme grad. Dette ser vi eksempelvis med Julie som skulle handle inn kjøttdeig til helgens middag:

*Da pleier jeg å ta karbonadedeig (...) Jeg er veldig(!) glad i kyllingkjøttdeig, men det er ikke han.. han er mer glad i vanlig kjøttdeig... så da møtes vi på midten og tar karbonadedeig.*

- Julie

Vi ser her hvordan informanten balanserer sine egne og mannens preferanser, gjennom å ta i bruk et tredje alternativ; karbonadedeig. Her får karbonadedeigen en forhandlende funksjon der begge parter delvis får sine behov oppfylt, og dette indikerer også hvordan partene i forholdet er likeverdige. Dette er en interessant endring siden Charles og Kerr (1988) gjorde sitt feltarbeid på 1980-tallet der mannen tydelig hadde forrang foran kvinnen i husholdet. Den formen for selvoppofrelse som vi observert i denne litteraturen har vi ikke vært i nærheten av å observere gjennom vårt feltarbeid nå i 2016.

Etter litteratursøk i forkant av feltarbeidet hadde vi antakelser om at DPKs ambisjon om sunnhet og næringsrike måltider kunne komme i konflikt med mannens faktiske preferanser.

Dette viste seg imidlertid ikke å stemme for vårt utvalg da vi fikk inntrykk av at også mennene i stor grad var opptatt av et sunt kosthold. Dermed registrerte vi ikke noen spenning mellom det *normative* og det *typiske*. Kvinnenes kompetanse, med tanke på å sette sammen sunne og ernæringsmessige gunstige måltider, medførte at det også i denne kategorien var en nærmest ikke-eksisterende bevisst bruk av Nøkkelhullet i kjøpskontekst.

#### **4.4.2.1 Barn versus mann**

De foregående analysene viser til hvordan det er knyttet forventninger til at Den pliktoppfyllende kvinne skal vektlegge både mann og barns preferanser i kjøpskontekst. Det som imidlertid er interessant å se på er maktforholdet mellom disse relasjonene, og hvordan dette endrer seg gjennom kvinnens livsløp. Når DPK har små barn er det tydelig at det er barnet som har mest makt i hjemmet, og da spesielt når kvinnene skal foreta matinnkjøp. Julie uttaler eksempelvis hvordan hun vektlegger Linnea sine preferanser fremfor Kristians, og at dette er et bevisst valg hun tar. Dermed får vi bekreftet at det har forekommet en forskyving med tanke på fokus *fra* mann til barn (Charles og Kerr 1988; Devault 1991). Julie vil eksempelvis ikke servere datteren frossenpizza, men påpeker at dette er en fullverdig middag for hennes mann. Dette kan ha sammenheng med at mannen, som et voksent individ, innehar et visst ansvar for eget kosthold, og ikke har behov for veiledning i samme grad som et barn. Når barna flytter ut endres imidlertid fokuset. De betraktes ikke lenger som en del av det primære husholdet, og det blir dermed mannen som overtar posisjonen som husholdets viktigste sjef. For DPK får fokuset endret karakter, og det er mannens preferanser som vektlegges i størst grad. Dette indikerer at så lenge kvinnen har direkte relasjoner i husholdet, bruker hun mye tid og energi på å finne produkter som både mann og barn foretrekker, slik også Miller (2001, 38) illustrerer. Hvilken relasjon som dominerer er imidlertid avhengig av hvor kvinnen er i sitt livsløp.

Det som avslutningsvis er interessant å poengtere er hvordan vi har observert at Den pliktoppfyllende kvinne likevel *aldri* ofrer mannens preferanser og behov fremfor sine egne. Dette fremkommer både gjennom kvinnenes kjøpsatferd i butikk, men blir også bekreftet i de avsluttende dybdeintervjuene. Dersom behovene er motstridende eller avviker fra hverandre, løser heller kvinnene dette gjennom supplerende produkter eller former for kompromiss. Slikt sett ser vi hvordan kvinnen betrakter seg selv som den minst viktige i husholdet der hennes egne behov er av underordnet betydning, sammenlignet med både mann og barn.

#### 4.4.3 Det objektiverte selvet

Vi observerte gjennom vårt feltarbeid at også informanter uten direkte relasjoner i husholdet (mann og barn) benyttet relasjoner som en del av beslutningsgrunnlaget i kjøpskontekst. Dette i form av at det stadig ble henvist til eksempelvis oppvekst og den øvrige familiens preferanser og handlemønstre. Dermed registrerte vi som også Miller (1998) gjorde; ingen former for shopping er fritatt fra føringene som relasjoner gir. Relasjonen som i størst grad ble henvist til av samtlige av informantene var relasjoner knyttet til barndom og oppvekst. Vi registrerte også at informantene vektla andre relasjoner som eksempelvis venner og bekjente, men da barndom og oppvekst var de relasjonene som i størst grad ble henvist til velger vi å sentrere analysen rundt disse relasjonene. Maria henviste eksempelvis gjentatte ganger på handletur til hvordan hennes oppvekst har påvirket kjøpsvanene hun har i dag:

*...Jeg ser jo faktisk at kjøleskapet mitt ser jo ganske likt ut som det det gjorde hjemme da jeg var yngre. <ler> De samme produktene går liksom litt igjen!*

- Maria

Marias uttalelse bekrefter det vi hadde lest i forkant av feltarbeidet; nordmenn er svært tradisjonelle mathandlere i form av at vi også etter utflytting kjøper de samme matvarene som våre foreldre (Valvik 2015). På samtlige handleturer med Maria har vi gjentatte ganger fått bekreftet påvirkningen hennes oppvekst har på hennes kjøpsatferd i dag. Informanten handlet gang på gang inn til ulike pastaretter, og hun påpekte selv hvordan dette er en konsekvens av hennes oppvekst med en italiensk far. Slik vi observerte tidligere reduseres foreldrenes ansvar overfor barna idet de flytter ut, men det som er interessant i denne sammenheng er hvordan barnas oppvekst preger deres videre kjøpsatferd som voksne. Oppdragelsen barna får med tanke på ernæring og kosthold blir i stor grad en integrert del av deres atferd som forbrukere. Dette viser at fullstendig individualitet etter utflytting fra mor og far mer går i retning av å være en ambisjon unge voksne har, enn det er en realitet. Dermed blir shopping et forsøk på å løse motsetningene mellom diskursen av slektskapsrelasjoner, og relasjonen i seg selv (Miller 1998). Informantene ønsker fullstendig individualitet i sine valg, men erkjenner likevel selv at dette ikke er et faktum. Dermed blir eksempelvis Marias kjøpsatferd en form for balansering mellom egne og foreldrenes vaner. Dette er imidlertid ikke kun forbeholdt unge voksne da vi observerte at også Eva på 59 år som bor i enslig hushold, også vektlegger barndom og



oppvekst i kjøpskontekst, og da spesielt hennes mors preferanser. Hun uttalte følgende på en av handleturene vi deltok på:

*Lurer på om jeg skal prøve denne "Boysenbær" (holder syltetøyglass i hånden).. 50% bær. Tror jeg prøver den jeg <ivrig>..Min mor hadde alltid bjørnebær i hagen, så hun laget en bjørnebær pai. Den var så(!) god, det var det beste(!) jeg visste. <smiler>*

- Eva

Her ser vi hvordan Eva entusiastisk mimret tilbake til barndommen, og at hun nærmest ble nostalgisk da hun stod ved syltetøy-hylla. Dette vitner om at spesielt relasjoner til egne foreldre står sterkt gjennom hele kvinnens livsløp, og ikke kun er knyttet til unge voksne som skal etablere hushold alene for første gang. Dermed er det nærmest umulig å handle som et isolert, uavhengig individ fritatt fra relasjoner og normative idealer. Det er klare forventninger til bestemt forbruk og konsum, til tross for enslig hushold.

Henviing til relasjoner utenfor husholdet er likevel ikke *kun* forbeholdt kvinnene i enslig hushold. Vi registrerte gjentatte ganger at også kvinner med mann og/eller barn også benyttet barndom og oppvekst som en del av beslutningsgrunnlaget i butikk. Gro henviste eksempelvis til i butikk hvordan hennes bestefars dyrking av grønnkål har ført til preferanse for denne matvaren i dag:

*... Jeg må også ha spinat og/eller grønnkål. Det er vi veldig glade i (...) Husker bestefar klarte og alltid ha masse, flott grønnkål. Det bugnet av grønnkål! <positiv> Jeg har jo alltid visst at det er veldig sunt, og jeg visste fra barndommen min at det var veldig godt, selv om jeg kanskje ikke satt så pris på det den gang.. Jeg ble så (!) fornøyd da de begynte å ha de her på butikken igjen. Veldig bra!*

- Gro

Informanten er entusiastisk når hun snakker om bestefarens grønnkål, og viser til hvordan bestefarens praksis har ført til at både hun og mannen i dag er svært glad i grønnkål. Også Julie viste til hvordan hennes oppdragelse av Linnea har blitt påvirket av egen oppvekst og da særlig med tanke på moren som hadde et strengt forhold til sjokoladepålegg:

*...men det hender i helgene da at hun får litt Wheetos sånn for stas liksom.. men det er veldig sjeldent altså... samme som Nugatti.. vi har det kanskje en(!) gang i året liksom.. men det er fordi mamma aldri ga oss det igjen liksom så..*

*- Julie*

Her ser vi hvordan informantens oppvekst har lagt grunnlag for en form for normative idealer om hva som kan kategoriseres som passende pålegg. Morens kommunikasjon i barndommen om at Nugatti er usunt, samt at hun har hatt begrenset tilgang på dette i oppveksten, har i dag ført til at hun ikke serverer dette til datteren. Her ser vi hvordan relasjoner utenfor husholdet påvirker både informantens kjøpsatferd, men også hennes atferd med tanke på relasjoner hun selv inngår i. Vi antar årsaken til at informanten er såpass bevisst på å unngå Nugatti kan knyttes til frykten for sosiale sanksjoner med tanke på hennes evner som mor. Dette kan være sanksjoner både fra andre mødre, men også mer viktig; sanksjoner fra egen mor. Plikten til å servere datteren sunn og næringsrik mat antar vi kommer som en konsekvens av hennes oppvekst, og informanten påpeker også selv ved flere anledninger at hennes mor var svært opptatt av et sunt og variert kosthold.

## 5.0 Oppsummering

Denne avsluttende delen av oppgaven vil bestå av en konklusjon av funnene fra vår analyse samt teoretiske og politiske implikasjoner funnene har for aktuelle aktører. Vi vil avslutningsvis konkretisere interessante funn for videre forskning.

### 5.1 Konklusjon

For å kunne besvare våre forskningsspørsmål mer presist har vi ansett det som hensiktsmessig med en form for oppsummering og konklusjon av analysen. Det første vi ønsker å besvare er:

*I hvilken grad responderer Den pliktoppfylgende kvinne på offentlige styringsverktøy i*

*kjøpskontekst?* Vi har gjennom bruk av metodetriangulering oppnådd gode forutsetninger for

å besvare dette spørsmålet, der vårt første funn er at Nøkkelhullet ikke var et verktøy

kvinnene benyttet bevisst i kjøpskontekst. Kvinnene ga imidlertid uttrykk for at det var

positivt at det offentlige forsøker å påvirke norske forbrukere til å foreta sunne valg i

kjøpskontekst, men at dette ikke var et *behov* kvinnene i vårt utvalg hadde. Kvinnene hadde

videre, i likhet med den øvrige befolkningen, oppfatning av en delt ansvarsfordeling, mellom

det offentlige og forbrukerne, og de anså også statlig intervensjon som en nødvendighet i

norsk ernæringspolitikk. Dermed kan det virke som på kvinnene i vårt utvalg at de betrakter

Nøkkelhullet å ha større relevans for andre mindre ressurssterke forbrukere, enn for Den

pliktoppfylgende kvinne. Nøkkelhullet hadde således en begrenset posisjon i kvinnenes

mentale vurderingssett, og våre data gir indikasjoner på at dette i stor grad har sammenheng

med Nøkkelhullets *relevans* i kjøpskontekst, samt en mengde andre *plikter* kvinnene må ta i

betraktning i butikk. Når DPK handler inn mat er det en rekke andre faktorer som fremgår

som betraktelig mer relevant enn Nøkkelhullet. Dette sett sammen med at kvinnene også

betrakter merkingen som lite troverdig, og at de har en begrenset tillit til det offentliges

kostholdsråd, medfører at den faktiske bruken av merkingen er nærmest ikke-eksisterende.

Dette fører oss videre til vårt neste forskningsspørsmål: *I hvilken grad kommer egenskaper*

*ved Den pliktoppfylgende kvinne til uttrykk i kjøpskontekst?* Kvinnenes egenskaper og

karakteristikker definerer i stor grad deres kjøpsatferd i butikk, og deres grunnleggende plikt

knyttet til det å spise sunt, medfører at de i utgangspunktet allerede har eksisterende tanker og

filosofier om hva som utgjør et "sunt kosthold". Slik sett blir det offentlige av underordnet

betydning for kvinnene, der kvinnene som konsekvens av deres egenskaper som kvinne og

forbruker, betrakter egne vurderinger, kunnskap og valg som mer legitime enn råd som

kommuniseres fra det offentlige. Til tross for en meget stor plikt og interesse for å spise sunt benyttes ikke Nøkkelhullet i butikk, og dette har sammenheng med at kvinnene har større tillit til egen kunnskap knyttet til det å sette sammen et næringsrikt og sunt kosthold. Dermed er det slik at informantenes egenskaper i form av nettopp det å være *pliktoppfyllende kvinner*, medfører at Nøkkelhullet både er av underordnet relevans og betydning. Informantenes ressurser og symbolske makt, i form av tilstrekkelig økonomisk og kulturell kapital, medfører at de har forutsetningene for å lykkes på forbrukermarkedet uten særlig statlig intervensjon.

Nøkkelhullets relevans i kjøpskontekst er altså av underordnet betydning for Den pliktoppfyllende kvinne, og vi anser dette som en konsekvens av en rekke andre faktorer kvinnene må vektlegge og ta i betraktning. Dette fører oss videre til vårt tredje forskningsspørsmål: *I hvilken grad påvirker kontekst Den pliktoppfyllende kvinnes kjøpsatferd?* På bakgrunnen av feltarbeidet har vi fått innsikt i, og kan konkludere med at kvinnene i stor grad handler med utgangspunkt i hvilken kontekst varen skal inn i etter kjøp. Kvinnene har også en rekke regler og normer knyttet til hvilke typer varer som passer til å tjene ulike formål. Brød var et godt eksempel på dette, og vi observerte at kvinnene i stor grad benyttet Brødskalaen som et parameter for å vurdere brødets egnethet i ulike kontekster. Dermed observerte vi at kvinnene benyttet Brødskalaen som et verktøy i butikk, men at Nøkkelhullet ikke ble benyttet for å vurdere ulike varers egnethet. Videre observerte vi at kvinnene hadde klare skiller mellom hverdag og helg, der mange av kvinnenes kostholdsregler ble midlertidig opphevet ved helgens inntreden. Kvinnene gjenvinner kontroll når mandagen kommer og kostholdet balanseres med frukt, grønnsaker og fisk.

Vårt siste forskningsspørsmål omhandlet: *I hvilken grad benytter Den pliktoppfyllende kvinne slektskaps- og andre relasjoner i kjøpskontekst?* Vi observerte flere interessante funn i forbindelse med dette forskningsspørsmålet. Det første er at DPK, uavhengig av sted i livsløpet, benytter familie- og slektskapsrelasjoner som grunnlag for vurderinger i kjøpskontekst. Det var en gjennomgående faktor at samtlige av informantene benyttet kunnskap og erfaringer, ervervet gjennom oppvekst, som grunnlag for en rekke kjøpsbeslutninger. Også informantenes relasjoner til egne barn var en kontinuerlig del av beslutningene som ble foretatt. Et annet interessant funn er at også kvinner uten direkte relasjoner i husholdet handler med utgangspunkt i slektskapsrelasjoner. Dermed fikk vi illustrert hvordan ethvert hushold inngår i en relasjon, og at ingen former for shopping er

frittatt fra føringene som relasjoner gir. Vi kan konkludere med at Den pliktoppfyllende kvinne i stor grad benytter slektskaps- og andre relasjoner i kjøpskontekst, med en særlig vekt på slektskapsrelasjoner (Miller 1998).

## 5.2 Teoretiske implikasjoner

De empiriske undersøkelsene gjennomført i denne oppgaven bidrar til å konkretisere fremtidige problemstillinger knyttet til symbolmerking av sunn mat og forbrukerens respons på dette i kjøpskontekst. Det teoretiske rammeverket i form av en kombinasjon av både politisk teori (governance) og forbrukerteori gir et godt utgangspunkt for å undersøke effekten av politisk styring gjennom symbolmerking i praksis. Vi har avdekket svakheter knyttet til å undersøke Nøkkelhullets effekt kvantitativt, der høye kjennskaps- og brukstall fra Helsedirektoratet ikke er sammenfallende for utvalget i denne oppgaven. Slik vi anser det har oppgaven i hovedsak to teoretiske implikasjoner.

Den første implikasjonen knytter seg til det *metodologiske* ved undersøkelse av Nøkkelhullets effekt i kjøpskontekst. Det synes som at en stor del av den tidligere forskningen på Nøkkelhullet er gjennomført ved bruk av statistikk og kvantitative metoder, og dermed har en begrenset nyansering i form av at den kun bygger på forbrukerens intensjon eller ønskede atferd. På bakgrunn av vårt feltarbeid og påfølgende dybdeintervjuer, har vi imidlertid avdekket at en bevisst kunnskap om Nøkkelhullet, ikke er sammenfallende med faktisk bruk av merkingen i kjøpskontekst. Bruk av metodetriangulering i form av først å gjennomføre feltarbeid uten at informantene er kjent med undersøkelsens hensikt, for deretter å avdekke informantenes holdning og kjennskap til Nøkkelhullet ga unike funn. Dette bidro til å avdekke samspillet mellom handlingsdata og utsagnsdata, og vi har observert at dataene kan variere, der det i intervju gjerne forekommer at diskursive argumenter tar overhånd for praksis.

Den neste teoretiske implikasjonen knytter seg mer til generell forbrukerforskning og effekten av å henvende seg til *Den pliktoppfyllende kvinne*. Kvinnene i vårt utvalg handler i stor grad med utgangspunkt i plikt. Plikten tar en rekke former, der kvinnene både har plikter overfor seg selv, men også i relasjonen de inngår i. Vårt bidrag viser til en rekke faktorer som er overordnet for DPK i kjøpskontekst, deriblant; familie- og slektskapsrelasjoner, varens

kontekst, husholdets representasjon og vertinneplikten. Det kan dermed synes som at markedskommunikasjon som kommuniserer en kvinnelig plikt i stor grad kan oppnå positive resultater, og det er interessant om *plikt* kan brukes som en relevant variabel også ved andre produkter og/eller merkevarer. Vi antar at fokuset på plikt kan være formålstjenlig også på mer instrumentelle sider i forbrukermarkedsføring.

### 5.3 Politiske implikasjoner

Med tanke på at en av tre nordmenn i dag er overvektige er behovet for en klar helse- og ernæringspolitikk tydelig. Det fremkommer at en rekke norske forbrukere har behov for veiledning, både i og utenfor butikk. Symbolmerking av sunnere mat er et av verktøyene norske myndigheter har igangsatt for å forsøke og veilede nordmenn til å foreta sunnere valg. Staten opererer med en form for indirekte styring av individet, der forbrukeren er forventet å regjere seg selv innenfor fastsatte rammer (Neumann 2003). Avdekking av effekten ved symbolmerking av sunn mat var utgangspunktet for denne oppgaven, der vi primært så på bruken av Nøkkelhull i kjøpskontekst. I forkant av feltarbeidet hadde vi inntrykk av at suksessen knyttet til denne symbolmerkingen var svært stor. Dette med tanke på Helsedirektoratets kommunikasjon om en kjennsapsgrad på 96% blant norske forbrukere, og at 45 % oppgir å ha kjøpt Nøkkelhullsmerkede produkter i butikk (Helsedirektoratet 2015b).

I etterkant av vårt feltarbeid sitter vi imidlertid igjen med en følelse av at Nøkkelhullets påståtte suksess mer er en ønsket ambisjon kommunisert av Helsedirektoratet, enn det er en faktisk realitet. Vårt utvalg er begrenset, men vi er likevel under oppfatning av at våre data og observasjoner gir noen viktige indikasjoner rundt Nøkkelhullets suksess og effekt. På bakgrunn av vårt feltarbeid har vi observert at det kan synes som, at det for Helsedirektoratet, er et avvik mellom Nøkkelhullets *ønskede* posisjon og *faktiske* posisjon. Dette grunnet en totalt fraværende bruk av denne symbolmerkingen av kvinnene i vårt utvalg, i kjøpskontekst. Vi har også avdekket et relativt lavt kunnskapsnivå knyttet til avsender av merket, og vi har inntrykk av at mye av den offentlige kommunikasjonen rundt Nøkkelhullet er både mangelfull og utydelig. Dermed kan det stilles spørsmål ved verdien av 96 % kjennskap som Helsedirektoratet entusiastisk henviser til. Vi betrakter det som iøynefallende at Nøkkelhullet, til tross for et høyt kjennsapsnivå, ikke benyttes av kvinnene i vårt utvalg. Både med tanke på at de i kraft av posisjon som kvinner med en bevissthet rundt egen helse, har forutsetningene for å absorbere denne kommunikasjon. Hvis ikke den typisk velutdannede

kvinne med ansvar for husholdets innkjøp, altså det vi har operasjonalisert som DPK, har et bevisst forhold til denne merkingen, hvem treffes av den da?

Grunnet Den pliktoppfyllende kvinnes symbolske makt på forbrukermarkedet, kan det være at Nøkkelhullet er tiltenkt av Helsedirektoratet å treffe mindre ressurssterke eller kunnskapsrike forbrukere, selv om dette ikke er nevnt eksplisitt hos Helsedirektoratet. Vi betrakter også selv Nøkkelhullet å være et uegnet verktøy for Den pliktoppfyllende kvinne. Dermed bør det av Helsedirektoratet settes inn tiltak for å nå forbrukere med helseutfordringer knyttet til kosthold. Det bør undersøkes i større grad *hvem* som faktisk treffes av kommunikasjonen om Nøkkelhullsmerket og hvem som *bør* treffes av Helsedirektoratets kommunikasjon. Slik vi anser det synes verdien av 96% kjennskap mer å være et forsøk på å stille Helsedirektoratets arbeid i et godt lys, og en konsekvens av et metodisk svakt arbeid, mer enn det er et vellykket forsøk på å håndtere nordmenns problemer knyttet til kosthold og vekt. Avviket vi har observert etter vårt feltarbeid, mellom Nøkkelhullets faktiske posisjon og ønskede posisjon, medfører at forebyggende arbeid blir utfordrende, og det blir vanskelig å måle Nøkkelhullets faktiske suksess. I kartlegging av Nøkkelhullets faktiske effekt bør Helsedirektoratet fokusere på å gjøre observasjoner i selve kjøpskonteksten, eller andre typer undersøkelser der praksis er mer fremtredende. Undersøkelsene bør måle både merkets betydning, relevans og innflytelse på norske forbrukere i kjøpskontekst. Ved en slik tilnærming vil man i større grad være i stand til å registrere den reelle effekten av markedskommunikasjonen.

Som vist i analysen er Nøkkelhullet neppe egnet for Den pliktoppfyllende kvinne, og det vil være interessant om merkingen kan ha virkning hos andre forbrukergrupper. Det kan i dag tyde på at Helsedirektoratet ikke har definert noen klar målgruppe for merkingen, og at markedskommunikasjonen som konsekvens av dette bærer preg av å være en form for massekommunikasjon. En mulighet er å spisse kommunikasjonen og igangsette tiltak for relevante forbrukergrupper med behov for veiledning med tanke på kosthold. Det bør også tas i betraktning målgruppens ressurser og evne til å ilegge budskapet oppmerksomhet, da eksempelvis ulike forbrukergrupper har ulike forutsetninger for å absorbere kommunikasjon knyttet til symbolmerking og sunne forbrukervalg (Grunert og Wills 2007).

## 5.4 Interessante funn for videre forskning

Det å forske innebærer å ta strategiske valg, men også foreta avgrensninger for å begrense studiens omfang. Begrensningene fører følgelig til at det er variabler og aspekter man ikke får like stor innsikt i, men som likevel kan oppfattes som relevant for studiens tema. I den forbindelse ønsker vi å presisere områder vi har observert i felt/intervju som har vært svært interessant, men som grunnet oppgaven forskningsspørsmål ikke har vært aktuelt å undersøke ytterligere.

Det første som melder seg som et interessant funn for videre forskning er bruken av symbolmerking, og mer spesifikt valg mellom ulike former for symbolmerking. Norske myndigheter har valgt Nøkkelhullsmerket som styringsverktøy, men på bakgrunn av vårt feltarbeid kan det imidlertid stilles spørsmål ved om dette er det mest egnede verktøyet å benytte i en norsk kontekst. Våre funn indikerer til en viss grad at også andre former for symbolmerking kunne vært mer hensiktsmessig å benytte. Dette i form av å undersøke om gevinsten ved å benytte eksempelvis Trafikklys og/eller GDA ville vært større enn det som er tilfelle ved Nøkkelhullet i dag. Dermed ville det vært av interesse å undersøke enten kvantitativt eller kvalitativt responsen, og/eller effektene ved å benytte andre former for symbolmerking, enn Nøkkelhullet.

Det faktum at Nøkkelhullet likevel benyttes av offentlige myndigheter i dag medfører at også ytterligere undersøkelser av dens effekt kunne vært gjenstand for undersøkelser. Det vi spesifikt anser som interessant å undersøke videre er mer presist *hvem* som er passende mottaker av Nøkkelhullet. Våre undersøkelser har vist at Den pliktoppfyllende kvinne neppe er en egnet mottaker av myndighetenes kommunikasjon om helse og kostholdsrad. Det ville vært interessant å undersøke hvem som faktisk responderer på Nøkkelhullet, samt hvem som i størst grad vil ha utbytte av å benytte symbolmerkingen i kjøpskontekst. Undersøkelse av dette kan baseres på eksempelvis demografiske variabler som kjønn, alder og utdanning, men også basert på psykografiske og kulturelle variabler. Vi har avdekket stor nytteverdi ved å undersøke den faktiske bruken av Nøkkelhullet kvalitativt, og vi antar at en slik metodisk tilnærming også ved videre undersøkelser vil være svært hensiktsmessig.

Avslutningsvis eksisterer det begrensninger i våre data med tanke på å besvare om staten, gjennom andre kanaler og arenaer, indirekte kan ha påvirket eller påvirker Den



pliktoppfyllende kvinne med tanke på ernæring og kostholdsråd. Videre forskning kunne undersøkt om staten gjennom offentlige institusjoner som eksempelvis barnehage, skoler eller helsestasjoner i større grad kan nå frem til forbrukeren enn det som er tilfellet i kjøpskontekst, hvor det har blitt avdekket at myndighetenes kostholdsråd er av underordnet betydning og relevans.

## 6.0 Litteraturliste

Astrup, Helene. Løken, Elin B. Og Lene Frost Andersen. 2015. *Rapport om effekten på inntak av utvalgte næringsstoffer ved å bytte til nøkkelhullsmerkede matvarer*. UIO og Helsedirektoratet Rapport, 02/2015

Berg, Lisbet. 2005. *Tillitens triangler – om forbrukertillit og matsikkerhet*. SIFO Rapport, nr. 1/2005

Blindheim, Trond. 2007. *Forbrukerkultur og hedonisme: om livet, lysten og lykken i det norske forbrukersamfunnet*. Red. Gerhard Emil Schjelderup og Morten William Knudsen. Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet. Cappelen Damm Akademisk, kap. 10 pp.251-282

Bostad, Cecilie Roang og Iram Ansari. 2014. ”Halvparten av oss er overvektige” *NRK*. 29. mai. Lesedato 26. Januar 2016:

<http://www.nrk.no/norge/halvparten-av-oss-er-overvektige-1.11747379>

Bourdieu, Pierre. 1984. *Distinction: a social critique and the judgement of taste*. London: Routledge & Kegan Paul

Bugge, Annechen. 1999. *Matvaner – brudd eller kontinuitet. I: Matvaresystemet – tradisjon og innvoasjon. Utfordringer for produksjon, omsetning, forbruk og forvaltning*. Lysaker/Senter for bygdeforskning, Trondheim. SIFO Rapport

Bugge, Annechen. 2006. *Å spise middag – en matsosiologisk analyse*. Trondheim: Tapir Akademisk Forlag

Bugge, Annechen Bahr. 2010. *Forbuden frukt smaker best – en studie av nordmenns spise- og drikkemønster av sjokolade, søtsaker, salt snacks, sukkerholdige leskedrikker og lignende*. SIFO Rapport, nr. 5/2010

Bugge, Annechen Bahr. 2012. *Spis deg sunn, sterk, slank, skjønn, smart, sexy...- finnes en diett for alt?*. SIFO Fagrapport, nr. 4/2012

- Bugge, Annechen Bahr. 2015a. *HealthMeal – Hvordan nå de ernæringsmessige målsettingene om økt forbruk av fisk og grønnsaker?*. SIFO Prosjektnotat, nr. 1/2015
- Bugge, Annechen Bahr. 2015b. *Mat, måltid og moral – hvordan spise rett og riktig*. SIFO Fagrapport, nr. 3/2015
- Bugge, Annechen og Runar Døving. 2000. *Det norske måltidsmønsteret- Ideal og praksis*. SIFO Rapport, nr. 2/2000
- Charles, Nickie og Marion Kerr. 1988. *Women, Food, and Families*. Manchester University Press
- Cowburn, Gill og Lynn Stockley. 2004. "Consumer understanding and use of nutrition labelling: a systematic review". *Public Health Nutrition*: 8 (1), pp. 21-28
- Dean, Mitchell. 2006. *Governmentality. Magt & styring i det moderne samfund*. Frederiksberg: Forlaget Sociologi
- Devault, Marjorie L. 1991. *Feeding the Family*. Chicago: The University of Chicago Press
- Du Bois, John W. 1991. Transcription design principles for spoken discourse research. *Pragmatics*. Vol 1 (1) 71- 106
- Døving, Runar. 2003. *Rype med lettøl*. Oslo: Pax Forlag
- Døving, Runar og Ingun Grimstad Klepp. 2011. "Husarbeidets grenser; når kunnskap erstattes med skam". *Tidsskrift for kjønnsforskning*. Årg. 34, nr. 4, pp. 366-376
- Esterberg, Kristin G. 2002. *Qualitative Methods in Social Research*. Boston: McGraw-Hill
- Fangen, Katrine. 2004. *Deltakende observasjon*. Bergen: Fagbokforlaget

- Fennis, Bob M. og Wolfgang Stroebe. 2010. *The Psychology of Advertising*. New York: Psychology Press
- Framstad, Anders Park. 2010. "Høyre-topp: - Fedme er et personlig ansvar". VG. 15. oktober 2010. Lesedato: 29. Januar 2016:  
<http://www.vg.no/forbruker/helse/helse-og-medisin/hoe-yre-topp-fedme-er-et-personlig-ansvar/a/10033810/>
- Fürst, Elisabeth L'orange. 1995. *Mat – et annet språk. Rasjonalitet, kropp og kvinnelighet*. Oslo: Pax Forlag
- Geertz, Clifford. 1975. *The interpretation of cultures: selected essays*. London: Hutchinson
- Gilje, Nils og Harald Grimen. 1993. *Samfunnsvitenskapens forutsetninger: Innføring i samfunnsvitenskapens vitenskapsfilosofi*. 14. Utg. Oslo: Universitetsforlaget AS
- Grunert, Klaus G. og Josephine M. Wills. 2007. "A review of European research on consumer response to nutrition information on food labels". *Journal of Public Health*: (2007) 15: pp. 385-399
- Grunert, Klaus G., Wills, Josephine M. Og Laura Fernández-Celemín. 2010. "Nutrition knowledge, and use and understanding of nutrition information on food labels among consumers in the UK". *Apetite* 55 (2010) pp. 177-189
- Guba, Egon G og Yvonna S. Lincoln. 1981. *Effective Evaluation – Improving the Usefulness of Evaluation Results Through Responsive and Naturalistic Approaches*. California: Jossey-Bass Inc Publishers
- Gullestad, Marianne. 1997. "Fra lydig til å finne seg selv. Verdioverføring mellom generasjonene i dagens Norge". Red. Ivar Frønes, Kåre Heggen og Jon Olav Myklebust. Livsløp: oppvekst, generasjon og sosial endring. Oslo: Universitetsforlaget

Hammersley, Martyn og Paul Atkinson. 2004. *Feltmetodikk. Grunnlaget for feltarbeid og feltforskning*. Oslo: Ad Noram Gyldendal

Helsedirektoratet. 2015a. *Utviklingen i norsk kosthold 2015*. Rapport, 11/2015

Helsedirektoratet. 2015b. *Landsrepresentativ undersøkelse vedrørende det norske folks kjennskap, kunnskap og holdning til Nøkkelhullet*. Rapport, 01/2015

Jacobsen, Dag Ingvær. 2015. *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. 3 utg. Oslo: Cappelen Damm akademisk

Jensen, K'O Doherty og L. Holm. 1999. "Review - Preferences, quantities and concerns: socio-cultural perspectives on the gendered consumption of foods". *European Journal of Clinical Nutrition* 53, pp. 351-359

Johannessen, Asbjørn. Christoffersen, Line og Per Arne Tufte. 2010. *Forskningsmetode for økonomisk-administrative fag*. 3 utg. Abstrakt Forlag AS

Kjærnes, Unni. 1999. "Food Risks and Trust Relations". *Journal of Sociology*. Årgang 7, nr.4. pp. 265-284

Lien, Marianne Elisabeth. 1987. *Fra boknafesk til pizza. Sosiokulturelle perspektiver på mat og endring av spisevaner i Båtsfjord, Finnmark*. Magisteravhandling i sosialantropologi. Universitetet i Oslo: Institutt for sosialantropologi

Lien, Marianne Elisabeth. 2007. *Kjærlighetens ting. En innføring i Daniel Millers perspektiv på forbruk*. Red. Gerhard Emil Schjelderup og Morten William Knudsen. Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet. Cappelen Damm Akademisk, kap. 13. S 333-354

Lincoln, Yvonna S. Og Egon G. Guba. 1985. *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills: Sage

Luhmann, N. 1999. *Tillid en mekanisme til reduktion av social kompleksitet*. København: Hans Reitzlers Forlag

- Lyngø, Inger Johanne. 2003. *Vitaminer! Kultur og vitenskap i mellomkrigstidens kostholdspropaganda*. Dr. art-avhandling i etnologi, ved Det historisk-filosofiske fakultet, Universitetet i Oslo
- Mauss, Marcel. 1995. *Gaven. Uttekslingens form og årsak i arkaiske samfunn*. Oslo: Cappelen
- McCracken, Grant. 1988. *The Long Interview*. California: SAGE Publications, Inc.
- Miller, Daniel. 1998. *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press
- Miller, Daniel. 2001. *The Dialectics of Shopping*. Rochester, New York: The Lewis Henry Morgan Lectures
- Neumann, Iver B. og Ole Jacob Sending. 2003. *Regjering i Norge*. Oslo: Pax Forlag
- Nilsen, Håvard Friis og Chr. Anton Smedshaug. 2011. *Troen på markedet – De nyliberale strategier*. 1. utg. Oslo: Res Publica
- Nøkkelhullet. Om nøkkelhullet - Hvordan forstå merking av mat. Lesedato: 16. Januar 2016:  
[http://www.nokkelhullsmerket.no/om\\_nokkelhullet/hvem\\_star\\_bak/article77.ece](http://www.nokkelhullsmerket.no/om_nokkelhullet/hvem_star_bak/article77.ece)
- Peirce, Charles S. 1958. *Selected Writings. Values in a Universe of Change*. New York: Dover Publications
- Polanyi, Michael. 1967. *The tacit dimension*. Garden City, New York: Doubleday
- Rayner, Michael Boaz, Annette og Cathy Higginson. 2001. "Consumer Use of Health-Related Endorsements on Food Labels in the United Kingdom and Australia". *Society for Nutrition Education*, Vol 33 (1) pp. 24-30
- Regjeringen. 2007. *Handlingsplan for bedre kosthold i befolkningen (2007-2011). Oppskrift for et sunnere kosthold*. Departementene Rapport 01/2007

Regjeringen. 2009. *Regjeringens strategi for forebygging. Fellesskap – trygghet – utjevning*. Departementene Rapport 07/2009

Roos, Gun. 2004. *Menn og mat – Menn, yrkesgruppe og livsstil: En kvalitativ studie*. SIFO Prosjektnotat, nr. 1/2004

Roos, Gun. 2007. *Symbolmerking av sunn mat – forbrukersurvey*. SIFO Rapport, nr. 12/2007

Roos, Gun. Kjærnes, Unni og Tommy Ose. 2010. *Warning labels on food from the point of view of consumers*. SIFO Rapport, nr. 6/2010

Samuelson, Bendik M., Peretz, Adrian og Lars Erling Olsen. 2010 *Merkevareledelse på norsk. 2.0*. Oslo: Cappelen Akademiske

SSB. 2013. *Lite endring i forbruksmønsteret*. SSB Forbruksundersøkelsen. 12/2013

<https://www.ssb.no/inntekt-og-forbruk/statistikker/fbu>

SSB. 2015. *Helsefakta – Norge i verden: Fakta om helsetilstand og helsetjenester i verden*. SSB rapport, 4/2015

Spence, Thomas og Gunnar Magnus. 2003. "Bli din egen helseminister". Aftenposten 11. januar 2003. Lesedato: 18. Februar 2016

[http://www.aftenposten.no/helse/Bli-din-egen-helseminister-6336973.html?spid\\_rel=1](http://www.aftenposten.no/helse/Bli-din-egen-helseminister-6336973.html?spid_rel=1)

Shannon, Bill. 1994. "Nutrition labelling: Putting the Consumer First". *British Food Journal*, Vol. 96 Iss 4 pp. 40-44

Stratton-Lake, Philip. 2012. *Kant, Duty and Moral Worth*. Hoboken: Taylor and Francis

Svendsen, Lars Fredrik Händler. 2015. "Immanuel Kant". I Store norske leksikon. Lesedato: 9. Juni 2016:

[https://snl.no/Immanuel\\_Kant](https://snl.no/Immanuel_Kant)

Svennevig, Jan. 2001. *Språklig samnhandling. Innføring i kommunikasjonsteori og diskursanalyse*. Oslo: Cappelen Akademisk forlag

Tangen, Karl-Fredrik. 2007. *Forbruk som kampsport: Pierre Bourdieus sosiologi som verktøy for forbrukerforståelse*. Red. Gerhard Emil Schjelderup og Morten William Knudsen. Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet. Cappelen Damm Akademisk, kap. 5 S. 99-142

Thagaard, Tove. 2013. *Systematikk og innlevelse – en innføring i kvalitativ metode*. 4 utg. Bergen: Fagbokforlaget Vigmstad & Bjørke AS

Valvik, Marita E. 2015. "Vi er verdens mest tradisjonelle mathandlere". *Aftenposten*. 05. desember 2015. Lesedato: 3. Januar 2016

<http://www.aftenposten.no/okonomi/Vi-er-verdens-mest-tradisjonelle-mathandlere-8267880.html>

Van der Merwe, M. Og K. Venter. 2010. "A consumer perspective on food labelling: ethical or not?". *Koers*, 75 (2) pp. 405-428

Wadel, Cato. 2014. *Feltarbeid i egen kultur*. 1. utg. Oslo: Cappelen Damm AS

Wandel, Margareta. 1995. "Merking av matvarer – til gagn eller bry?". *National Institute For Consumer Reseach*, Oslo, Norway, Rapport nr. 5

Wandel, Margareta. 1997. "Food labelling from a consumer perspective". *British Food Journal*, Vol. 99 Iss 6 pp. 212 – 219

Willoch, Kåre. 2002. *Myter og virkelighet*. 4. utg. Oslo: J.W. Cappelens Forlag AS

Yin, Robert K. 1982. *Case study research: Design and metholds*. 4. Utg. Thousand Oaks: Sa



## VEDLEGG I: SPØRSMÅLSTYPER INTERVJU

Type spørsmål	Funksjon	Eksempel
Oppfølgingsspørsmål	Oppmuntre til refleksjon	”Hva mener du?” ”Kan du klargjøre?”
Operasjonaliserende spørsmål	Følge opp svar informanten gir/gi tilbakemelding	”Hva gjorde du i den situasjonen?” ”Hvor ofte har du opplevd dette selv?”
Konkrete spørsmål	Oppfordre informant til å gi detaljerte svar/be om eksemplifisering	”Hva er sunt for deg?” ”Hvordan handler du?” ”Hva spiste du til middag i går?”
Indirekte spørsmål	Når det ikke er lurt å gå rett på sak/sensitive spørsmål	”Hvordan tror du selv nordmenn betegner eget forbruk av frukt og grønt?”

## VEDLEGG II: HJELPEMIDLER OBSERVASJON

Hjelpemiddel	Verktøy	Funksjon
Lydopptak	Ved bruk av mobiltelefonens taleopptak-funksjon	Registrere samtlige tanker og refleksjoner informanten gjør seg i kjøpsituasjon
Feltnotater	Benytte oss av penn og papir for å notere underveis i observasjonsprosessen	Registrerer atferd og ikke-verbal kommunikasjon som ikke fanges opp på lydopptak
Observasjonsskjema	Forhåndsdefinert skjema med avkrysningsfunksjon	Registrere variabler som påvirker informantens kjøpsbeslutning, mottaker og kontekst
Intervjuguide	Semi-strukturert intervjuguide med temaer som bør berøres i løpet av handleturen	Registrere refleksjoner som vil være viktig for å besvare vårt forskningsspørsmål og som må aktiveres av oss som forskere
Kamera	Ved bruk av mobilens kamerafunksjon	Registrere spesifikt de ulike produktene informantene har kjøpt slik at vi visuelt kan registrere symbolmerker og annen informasjon
Oppsummeringsskjema	Forhåndsdefinert skjema med avkrysningsfunksjon samt andre relevante opplysninger ved handleturen	Oppsummere handleturens start og slutt, sted, dato, kvitteringer og andre relevante opplysninger

## VEDLEGG III: GODKJENNING NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS  
NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29  
N-5007 Bergen  
Norway  
Tel: +47 55 58 21 17  
Fax: +47 55 58 96 50  
nsd@nsd.uib.no  
www.nsd.uib.no  
Org.nr. 985 321 884

Runar Døving  
Markedshøyskolen  
Postboks 1195 Sentrum  
0107 OSLO

Vår dato: 07.04.2016

Vår ref: 47591 / 3 / MSS

Deres dato:

Deres ref:

## TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 24.02.2016. Meldingen gjelder prosjektet:

47591	<i>Hvordan responderer den pliktoppfylgende kvinnen på offentlig styringsverktøy i en kjøpskontekst?</i>
Behandlingsansvarlig	Markedshøyskolen, ved institusjonens øverste leder
Daglig ansvarlig	Runar Døving
Student	Karianne Torp

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 15.08.2016, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Kjersti Haugstvedt

Marie Strand Schildmann

Kontaktperson: Marie Strand Schildmann tlf: 55 58 31 52

*Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.*

Avdelingskontorer / District Offices

OSLO NSD: Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47 22 85 52 11. nsd@uo.no  
TRONDHEIM NSD: Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47 73 59 19 07. kjerne.svarva@svt.ntnu.no  
TROMSØ NSD: SVE, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47 77 64 43 36. nsdmaa@svt.no

## VEDLEGG IV: INFORMASJONSSKRIV

# Forespørsel om deltakelse i forskningsprosjektet

### Bakgrunn og formål

Vi er to studenter ved Høgskolen Kristiania i Oslo hvor vi nå holder på med vår avsluttende masteroppgave innenfor Markedsføringsledelse. Vi studerer norske forbrukere og mat. I en butikk er det svært mange påvirkningsfaktorer og forbrukeren har mye informasjon å forholde seg til. På bakgrunn av dette ønsker vi å studere norske forbrukeres kjøpsatferd i butikk.

### Hva innebærer deltakelse i studien?

Datainnsamlingsmetoder for denne masteroppgaven vil være deltakende observasjoner og personlig intervjuer. Dette for å få mer utfyllende data og fyldige beskrivelser. Deltakende observasjoner vil foregå over ca. to uker, og hvor hyppig observasjonene gjøres vil avhenge av hvor ofte respondentene handler. Vi vil stille spørsmål til informanten underveis i butikk. Oppsummert ønsker vi å ha et avsluttende intervju med informanten etter siste observasjon er gjennomført.

Innsamling av personopplysninger vil kun skje via personlig kontakt dersom deltakeren samtykker. Det er kun opplysninger tilknyttet kjønn, alder, utdanningsnivå, bosted (by) og familiesammensetning (barn/mann/samboer/enslig) som vil bli registrert. Dataene vil bli registrert i form av lydopptak og notater. Spørsmålene vil sentreres rundt vurderingskriterier for valg av produkter og informantene vil bli spurt om tanker og refleksjoner på et detaljert nivå.

### Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt. Det er kun vi som vil ha tilgang til personopplysningene samt masteroppgavens veileder, Runar Døving. Lydopptak og feltnotater lagres på privat utstyr, slik at vi har kontroll over opplysningene til enhver tid. Deltakerne vil heller ikke kunne bli identifisert i publikasjonen da vi kun ønsker å gjengi en tolkning av data. Personopplysningene som blir beskrevet i publikasjonen vil holdes så nøytralt som det lar seg gjøre for å verne deltakernes anonymitet og privatliv. Det vil i noen tilfeller gjengis direkte sitater i oppgaven, men kun bli referert til "hun i en bestemt aldersgruppe".

Prosjektet skal etter planen avsluttes 15.08.2016 og datamaterialet vil bli slettet etter at sensurvurdering har blitt satt (6-8 uker etter fristen 15. August 2016).

### Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn samt alle opplysninger om deg vil bli anonymisert.

Dersom du har spørsmål til studien, ta kontakt med:

Navn	Telefonnummer	E-post
Karianne Torp	+ 47 95 17 03 95	<a href="mailto:karianne.torp@hotmail.com">karianne.torp@hotmail.com</a>
Thea Thoresen Myhre	+47 92 26 24 56	<a href="mailto:thea.t.myhre@gmail.com">thea.t.myhre@gmail.com</a>

Du kan også kontakte vår veileder, Runar Døving ved Høyskolen Kristiania på [runar.doving@kristiania.no](mailto:runar.doving@kristiania.no) .

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

### **Med vennlig hilsen**

Karianne Torp  
Masterstudent ved Høyskolen Kristiania,  
Oslo

Thea Thoresen Myhre  
Masterstudent ved Høyskolen Kristiania,  
Oslo

## VEDLEGG V: OBSERVASJONSSKJEMA

Respondent:		Dato:			Start:		Sted:			Forsker:
Varer	Pris	Dato	Ing.	Volum	Merke	Kombinasjon	Mottaker	Bruksområde	Symbolmerking	Annet
							<input type="checkbox"/> Partner <input type="checkbox"/> Barn <input type="checkbox"/> Venn <input type="checkbox"/> Gjester <input type="checkbox"/> Seg selv	<input type="checkbox"/> Frokost <input type="checkbox"/> Lunsj <input type="checkbox"/> Middag <input type="checkbox"/> Mellommåltid <input type="checkbox"/> Selskap	<input type="checkbox"/> Nøkkelhull <input type="checkbox"/> Nyt Norge <input type="checkbox"/> Fairtrade <input type="checkbox"/> Økologisk <input type="checkbox"/> Brøskalaen <input type="checkbox"/> GDA	
							<input type="checkbox"/> Mann <input type="checkbox"/> Barn <input type="checkbox"/> Venn <input type="checkbox"/> Gjester <input type="checkbox"/> Seg selv	<input type="checkbox"/> Frokost <input type="checkbox"/> Lunsj <input type="checkbox"/> Middag <input type="checkbox"/> Mellommåltid <input type="checkbox"/> Selskap	<input type="checkbox"/> Nøkkelhull <input type="checkbox"/> Nyt Norge <input type="checkbox"/> Fairtrade <input type="checkbox"/> Økologisk <input type="checkbox"/> Brøskalaen <input type="checkbox"/> GDA	
							<input type="checkbox"/> Mann <input type="checkbox"/> Barn <input type="checkbox"/> Venn <input type="checkbox"/> Gjester <input type="checkbox"/> Seg selv	<input type="checkbox"/> Frokost <input type="checkbox"/> Lunsj <input type="checkbox"/> Middag <input type="checkbox"/> Mellommåltid <input type="checkbox"/> Selskap	<input type="checkbox"/> Nøkkelhull <input type="checkbox"/> Nyt Norge <input type="checkbox"/> Fairtrade <input type="checkbox"/> Økologisk <input type="checkbox"/> Brøskalaen <input type="checkbox"/> GDA	
							<input type="checkbox"/> Mann <input type="checkbox"/> Barn <input type="checkbox"/> Venn <input type="checkbox"/> Gjester <input type="checkbox"/> Seg selv	<input type="checkbox"/> Frokost <input type="checkbox"/> Lunsj <input type="checkbox"/> Middag <input type="checkbox"/> Mellommåltid <input type="checkbox"/> Selskap	<input type="checkbox"/> Nøkkelhull <input type="checkbox"/> Nyt Norge <input type="checkbox"/> Fairtrade <input type="checkbox"/> Økologisk <input type="checkbox"/> Brøskalaen <input type="checkbox"/> GDA	
							<input type="checkbox"/> Mann <input type="checkbox"/> Barn <input type="checkbox"/> Venn <input type="checkbox"/> Gjester <input type="checkbox"/> Seg selv	<input type="checkbox"/> Frokost <input type="checkbox"/> Lunsj <input type="checkbox"/> Middag <input type="checkbox"/> Mellommåltid <input type="checkbox"/> Selskap	<input type="checkbox"/> Nøkkelhull <input type="checkbox"/> Nyt Norge <input type="checkbox"/> Fairtrade <input type="checkbox"/> Økologisk <input type="checkbox"/> Brøskalaen <input type="checkbox"/> GDA	

## VEDLEGG VI: SLUTTSKJEMA

## Observasjonsskjema

Respondent:

Dato:

Sted:

Start:  
 Slutt:  
 Ukedag:

## Atferd:

- Selvsikker    Usikker  
 Stresset    Avslappet  
 Effektiv    Ineffektiv  
 Beslutsom    Ubeslutsom / tvilende

Sted:

 Handlekurv    Handlevogn    Ingen

\_\_\_\_\_

 Deltakere?  Alene    Mann    Barn    Myhre    Torp

Fast butikk?

 Ja    Nei

Handleliste?

 Ja    Nei

Hvis ja:

 App    Papir

Kvittering:

 Ja    Nei

Andre kommentarer:

---



---

## VEDLEGG VII: NØKKELHULLSMERKET



## VEDLEGG VIII: TRAFIKKLYS



## VEDLEGG IX: GDA (GUIDELINE DAILY AMOUNT)



of an adult's guideline daily amount

\*Calories do not include carbohydrate accompaniment.