

til, at det ikke er fusionerne, men snarere anvendelsen af IT, som har styret rationaliseringerne i personaleanvendelsen efter 1990.

I den tredje artikel uden for temaet analyserer *Kirstine Korsager*, *Anders Toftegaard* og *Jan Ulrik Rasmussen* sammenhængen mellem skat og migration. Den økonomiske teori giver umiddelbart grund til at frygte, at Danmark på grund af skattetrykket skulle have et omfattende migrationsproblem blandt højt-

uddannede. En nærmere undersøgelse af empirien viser sig imidlertid kun i meget ringe grad at understøtte de teoretiske forventninger. Det høje danske skattetryk skræmmer ikke højtuddannede væk, når man sammenligner med andre OECD-lande.

Peter Nedergaard

Ansvarshavende redaktør

Læserne af *Økonomi & Politik* indbydes til
ansvarshavende redaktør Peter Nedergaards
tiltrædelsesforelæsning i forbindelse med hans udnævnelse
som
professor ved Copenhagen Business School.

Forelæsningen har titlen

»Erhvervslivet, politikken og den europæiske markedsintegration«

og finder sted den 11. maj kl. 14.00-15.30
på Copenhagen Business School,
Forstædernes Bank Auditoriet, S. 12, Solbjerg Plads 3, Frederiksberg.

Efter forelæsningen er der reception.

Tilmelding til forelæsning og reception sker til Mette Bang,
International Center for Business and Politics på
email mb.cbp@cbs.dk eller telefon 38 15 35 85.

Hermed indkaldes til generalforsamling i

Selskabet for Historie og Samfundsøkonomi

den 21. maj 2007, kl. 16.30
i DJØF Forlags mødelokale
Lyngbyvej 14, 4. sal, 2100 København Ø

Dagsorden er fastsat i henhold til vedtægterne

Forskellige tilgange til studiet af politisk fødevareforbrug

Af Hans Rask Jensen, ph.d., lektor ved Mads Clausen Institutet, Syddansk Universitet i Sønderborg

1. Indledning

Den 23.-24. august 2004 blev der afholdt en konference i Århus om forskning i politisk fødevareforbrug med støtte fra FELFO, som er den tidligere programkomite for fødevareforskning nedsat af ForskningsForum. 40 inviterede forskere med interesse for området deltog, og de havde mulighed for at kommentere de fire indlæg gennem direkte spørgsmål og skriftlige kommentarer via konferencens IT-faciliteter.

Denne fremstilling er et forsøg på at sammenfatte de forskningsspørgsmål, som konferencedeltagerne fandt anledning til at stille indenfor rammerne af de tilgange, som kan identificeres på basis af udskrifterne fra databasen. Andre observationer og forskningsbidrag vil blive inddraget i det omfang, de anses for at kunne befordre en perspektivering af både forskningsspørgsmål og tilgange.

Et udvidet litteraturstudium indenfor området ville utvivlsomt resultere i en identifikation af andre nyttige tilgange og spændende forskningsspørgsmål samt i en mere nuanceret og dybtgående fremstilling af, hvad der så at sige bør befinde sig på den samfundsvidenskabelige fødevareforskningsdagsorden i fremtiden. Dette har imidlertid ikke været muligt indenfor rammerne af denne fremstilling, som alene tager sit afsæt i Lund (2004),

Miele (2004), Heldman (2004) samt i de mange tankevækkende meningstilkendigelser, som blev artikulert af deltagerne på Århus-konferencen.

Artiklen er en revideret udgave af et arbejdspapir, som har været forelagt det forskernetværk, som 2003 fik en bevilling fra FELFO til identifikation af forskningsbehovet indenfor området politisk fødevareforbrug.

2. Politisk forbrug

Politisk forbrug er et socialt fænomen, som i særlig grad er blevet analyseret som led i et forsøg på at forstå forskydningerne i borgernes politiske deltagelse (Andersen et al., 1993; Andersen & Tobiasen, 2001; Micheletti, 2001). Det ser ud til, at danskerne i et stigende omfang betragter markedsmekanismen som et supplement til andre kanaler for politisk deltagelse. Det er derfor i dag relevant at betragte forbrugerne som politiske aktører, der optræder på samfundsmæssige betingelser i samspil med andre aktører, og som foruden markedsmekanismen er afhængige af politiske institutioner, græsrodsaktiviteter og ikke mindst massemediernes formidling af information, der ligger inden for deres interessesfære.

Det er derfor ikke blot individer med en udviklet forbrugerbevidsthed samt forbrugeror-

ganisationsrepræsentanter, som optræder på den politiske scene. Almindelige borgere med sympati for andre politiske deltagelsesformer end de institutionsbundne er tilsyneladende blevet opmærksomme på, at den disponible indkomst ikke blot kan bruges til varekøb med private formål for øje, men også til at løse overordnede samfundspolitiske problemstillinger. Dette hænger bl.a. sammen med, at forbrugerne i et stigende omfang bliver tillagt et samfundsmæssigt medansvar, idet de fra forskellige sider bliver opfordret til at deltage i løsningen af politiske problemstillinger ved at lægge deres forbrugsvalg og hverdagsrutiner om i en politisk ønskværdig retning. Sådanne opfordringer kommer ikke blot fra interesseorganisationer, virksomheder, offentlige myndigheder og massemedierne, men også fra fremtrædende aktører i den institutionsbundne deltagelseskanal (Jensen, 2003), og alt tyder på, at befolkningen er blevet mere tilbøjelig til at lytte hertil.

Forbrugere, som altid eller ofte tilvælger produkter ud fra en oplevet sammenhæng imellem disse produkter, udbyderen eller producenten og miljøproblemer, dyrevelfærd og menneskerettigheder, udgjorde 53 % af den danske befolkning både i begyndelsen af 1996 og i år 2000 (Andersen & Tobiasen, 2001:29). 40 % af danskerne havde endvidere boykottet et eller flere produkter af politiske grunde indenfor det sidste år i 1996, hvilket er en fordobling i forhold til 1990 (Andersen et al., 1993:43). Denne procent faldt dog til 21 i år 2000 (Andersen & Tobiasen, 2001:29), men steg igen til 42 i år 2004 formodentlig som et resultat af ARLA-konfliktens store mediebevågenhed (Tobiasen, 2005).

Heldman (2004) betragter forbrugernes stigende tilbøjelighed til at handle politisk som et udtryk for, at der er sket en fundamental ændring i den personlige identitet i postindustrielle samfund. Borgerne identificerer i et stigende omfang sig selv som forbrugere i

deres relationer med hinanden og deres regeringer, og nutidens forbrugere har i borgerrollen mindre tillid til deres regeringer end datidens producenter i borgerrollen. De søger derfor indflydelse gennem nye kanaler, hvor de føler, at de har mere magt. Markedspladsen bliver dermed i et stigende omfang betragtet som et sted, hvor forbrugerne kan stemme med deres disponible indkomst. Denne tankegang svarer i store træk til økonomernes anvendelse af begrebet forbrugersuverænitet om en magt hos forbrugerne til at bestemme produktionen. Forbrugeren er konge på markedet. Købet er en stemme på bestemte producenter. Det udtrykker forbrugernes ønsker med hensyn til, hvilke varer der skal produceres, hvilke produktionsfaktorer, der skal efterspørges, og hvordan de skal anvendes (Jensen, 1987: 16).

Ifølge Andersen & Tobiasen (2001:37) er der lige så mange danskere, der deltager i politisk forbrug som i valg til Europaparlamentet, og politisk forbrug opleves som mere effektivt end at have personlig kontakt med politikerne eller at deltage i en demonstration (Andersen & Tobiasen, 2001:39). Politiske forbrugere opfatter deres købshandlinger som en politisk indflydelsesmulighed, og endda som en temmelig effektiv indflydelsesmulighed (Andersen & Tobiasen, 2001:42).

Skal man indkredse en faktor, som i særlig grad er bestemmende for politisk forbrug, er det politisk interesse (Andersen & Tobiasen, 2001:48). Jo større politisk interesse, desto flere politiske forbrugere. Blandt de meget interesserede er der 66 %. Og det viser sig, at effekten af politisk interesse stort set er uændret, når man tager højde for uddannelsesforskellen. Det er altså den større politiske interesse, der forklarer det meste af, hvorfor der er mere politisk forbrug blandt de bedre uddannede.

Det viser sig også, at politisk forbrug hænger nøje sammen med politisk tillid, hvilket kan

undre, når man tager sit udgangspunkt i teorien om refleksiv modernisering og risikosamfundet (Beck, 1997). Politiske forbrugere har større tillid til det etablerede politiske system end dem, som ikke er politiske forbrugere (Andersen & Tobiasen, 2001: 64). Politisk forbrug er følgelig ikke et udtryk for deltagelse gennem en alternativ »modkanal« for subpolitik. Det er snarere et udtryk for tilidsfuld deltagelse gennem en supplerende kanal, som kan virke sammen med det institutionsbundne politiske system.

Forskningen i politisk forbrug har medført en sontring imellem følgende fire hovedtyper (Friedman, 1999:38; Andersen & Tobiasen, 2001:13, Micheletti, 2001; Jensen, 2005: 172):

1. Kollektivt, organiseret, positivt politisk forbrug, som f. eks. tilvalg af bestemte fair-trade produkter foranlediget af opfordringer fra Max Havelaar Fonden.
2. Kollektivt, organiseret, negativt politisk forbrug, som f. eks. fravalg af Shell-produkter foranlediget af opfordringer fra bl.a. Greenpeace under Brent Spar konflikten i 1995.
3. Individuelt, uorganiseret, positivt politisk forbrug, som f. eks. køb af økologiske fødevarer med henblik på fremme af denne særlige produktionsform.
4. Individuelt, uorganiseret, negativt politisk forbrug, som f. eks. fravalg af æg fra burhøns med henblik på at modvirke den ringe dyrevelfærd inden for denne produktionsform.

Andersen & Tobiasen (2001:12) definerer politisk forbrug som det, en person foretager sig, når vedkommende som forbruger tager væsentlige værdimæssige hensyn i forbindelse med et bevidst til- eller fravalg af bestemte varer med henblik på at fremme et politisk mål. Køb af økologiske varer kan dermed kun betragtes som politisk forbrug, hvis formålet hermed er at påvirke landbrugsproduk-

tionen eller de samfundsmæssige betingelser herfor. Køb af æg fra fritgående høns er ifølge Andersen & Tobiasen (2001:12) ikke et udtryk for politisk forbrug, hvis formålet hermed alene er, at man synes, at det er synd for dyrene at leve i bur.

3. Deltagelsestilgangen til studiet af politisk fødevarerforbrug

Man kan karakterisere deltagelsestilgangen til studiet af politisk fødevarerforbrug ved en forskningsmæssig interesse i at finde forklaringer på, hvad der i særlig grad bestemmer fødevarerforbrugernes deltagelse i politik. Selv om vi i dag har en hel del viden om forbrugernes anvendelse af markedsmekanismen som kanal for politisk indflydelse, ved vi stadigvæk ikke ret meget om, hvad der i særlig grad karakteriserer fødevarerforbrugernes anvendelse af denne kanal.

Det er i denne forbindelse vigtigt at have for øje, at fødevarerforbrug på mange måder adskiller sig fra andre former for forbrug. Køb af fødevarer er ofte noget, som forbrugerne ikke går så meget op i. Mange beslutninger er rutinerede eller træffes i forretningen uden større overvejelser. De fleste forbrugere ved, hvad de foretrækker at købe, de har relativt mange erfaringer og er sjældent parate til at bruge megen tid og mange kræfter på at købe ind og anvende varerne på den ønskede måde. De har også ringe tilbøjelighed til at skifte indkøbssted, hvis det skulle vise sig, at de foretrukne varer ikke findes eller ikke kan fås til den foretrukne pris. Dette indebærer, at politisk deltagelse på fødevarerområdet nok er mest sandsynligt, hvis det kan foregå indenfor rammerne af allerede etablerede indkøbs- og forbrugsvaner.

Samtidigt er fødevarer noget, som har stor mediebevågenhed, og forbrugerne bliver naturligvis ængstelige, hvis de f.eks. bliver konfronteret med budskaber om, at deres sundhed og sikkerhed er truet, eller at de bliver udnyttet af en virksomhed, som mis-

bruger sin monopolstilling. Derfor kan politisk deltagelse på fødevareområdet sikkert let komme på tale, hvis forbrugerne føler, at dette kan medføre en ønsket forskel og kan ske indenfor rammerne af allerede etablerede indkøbs- og forbrugsvaner.

Det er også vigtigt at have for øje, at produktion og distribution på fødevareområdet foregår i få og meget store virksomheder/detailkæder, som alle har en dominerende stilling på markedet, og hvor strategiske beslutninger øver en væsentlig indflydelse dels på, hvad forbrugerne kan forsyne sig med, og dels på betingelserne for varekøb. Disse beslutninger har samtidigt i høj grad både politikernes og mediernes bevågenhed. Dette indebærer, at politisk deltagelse på fødevareområdet kan påregnes, især hvis politikere og embedsmænd gennem medierne sætter spørgsmålstegn ved, hvad markedsdominerende udbydere foretager sig i forhold til forbrugerne uden selv at gribe ind.

Endelig er det vigtigt at have for øje, at markedsmekanismen på fødevareområdet er styret af mange politiske indgreb, og at der fortsat sker en væsentlig politisering af forholdene både på udbuds- og efterspørgselssiden (Lund, 2004). Dette indebærer, at forbrugerne er vant til, at politikerne gør indgreb i deres valgmuligheder, og at disse valgmuligheder konstant gøres til genstand for politisering, hvilket kan modvirke deres tilbøjelighed til at deltage i politik gennem markedsmekanismen.

Der er følgelig behov for studier, som kan forklare, i hvilket omfang fødevareforbrugerne faktisk deltager i politik, hvad deres motiver er for at gøre det, og hvilke betingelser der har været afgørende for beslutningen om deltagelse. Der er også brug for studier, som kan vise, om politisk deltagelse på fødevareområdet er et udtryk for en vedvarende tendens, eller om der mere er tale om noget situationsbestemt baseret bl.a. på specifikke

opfordringer til at bruge markedsmekanismen til et politisk formål. De store udsving i det negative politiske forbrug kunne tyde på, at det især er det sidste, som er tilfældet. I hvilket omfang er politisk intentionalitet så et udslag af påvirkninger udefra i en bestemt politiseret kontekst?

Det er også væsentligt at få større viden, om politisk fødevareforbrug eventuelt afspejler en politisk identitet i bredere forstand, og hvad der i det hele taget er de væsentligste ligheder og forskelle mellem politisk deltagelse på fødevareområdet og på andre forbrugsområder.

Det er endvidere vigtigt, at holdningsundersøgelser ud fra denne tilgang er specifikke set i forhold til det, holdningerne retter sig imod. Forbrugerne kan godt have generelle, positive holdninger til f. eks. fair-trade produkter, men hvis de hverken bryder sig om at drikke kaffe, te eller chokolade, er det næppe sandsynligt at de deltager i politik gennem køb af Max Havelaar produkter. Man kan sikkert også forestille sig, at forbrugere med uafklarede holdninger til politisk forbrug alligevel kan finde anledning til at boykotte bestemte fødevareudbydere i en bestemt situation, som i høj grad har haft mediernes bevågenhed. I så fald er der tale om situationsbestemt politisk deltagelse, som i alt for ringe et omfang har været genstand for forskningens opmærksomhed på fødevareområdet.

Det er derfor vigtigt, at studier ud fra deltagelsestilgangen i et større omfang forsøger at forstå fødevareforbrugernes bestræbelser på at øve politisk indflydelse i en bestemt politisk kontekst. Fødevareområdet er et stærkt politiseret handlingsfelt (Lund, 2004), og forbrugerne træffer beslutning om politisk deltagelse inden for rammerne af dette felt.

Det er endvidere vigtigt, at studier ud fra deltagelsestilgangen forsøger at følge fødevareforbrugerne over et længere tidsrum for bl.a.

at finde svar på, om rutinerede handlinger eventuelt fortsat afspejler en politisk intentionelitet. Det kunne jo tænkes, at fødevareforbrugernes politiske refleksioner aftager i takt med en faldende medieinteresse for et bestemt emne. I så fald er en bestemt handling, som f.eks. køb af mælk fra et bestemt mejeri, ikke nødvendigvis længere politisk. Dette udelukker dog ikke, at forbrugerne alligevel godt kan give udtryk for, at handlingen er politisk, hvis de bliver spurgt direkte om deres politiske intentionelitet. Det kunne jo tænkes, at det er ønskeligt for mange forbrugere at have politiske intentioner med deres gøremål, også når de køber deres fødevarer, selv om det faktisk ikke har været tilfældet, og at de spørgsmål, som stilles, kan fremprovokere et svar, som ikke nødvendigvis er i fuld overensstemmelse med sandheden. Efterrationalisering og spørgsmålstilpasning er jo ikke et ukendt fænomen.

4. Forbrugeradfærdstilgangen til studiet af politisk fødevareforbrug

Denne tilgang er karakteriseret ved en forskningsmæssig interesse i at forstå, forklare eller forudsige forbrugernes beslutninger om varekøb på fødevareområdet alt afhængigt af, hvilket videnskabeligt paradigme, der tages afsæt i. Disse beslutninger bringer forbrugeren igennem prækøbs-, købs- og postkøbsprocessen. Da forbrugerens dilemma anses for at bestå i en konflikt imellem endeløse behov/ønsker og begrænsede økonomiske, tidsmæssige og kundskabsmæssige ressourcer, er købs- og forbrugsstrategien et vigtigt middel til at finde en vej ud af dette dilemma, og en sådan strategi implicerer, at forbrugeren handler rationelt i en eller anden forstand. Forbrugeradfærd anses dog ikke nødvendigvis for at være økonomisk rationel. For det første indgår der flere emotionelle komponenter i beslutningstagningen. For det andet er rationalitetsbegrebet normalt relateret til den proces, gennem hvilken forbrugeren træffer sine beslutninger. Man kan derfor sige, at der bagved forbrugeradfærdstilgangen

skjuler sig en opfattelse af forbrugeren som et tænkende væsen, der indenfor rammerne af sine begrænsninger forsøger at nå sine mål gennem køb og anvendelse af varer og tjenester, som forventes at kunne tilfredsstille ønsker og behov (Jensen, 1987: 21). Målsøgningen og middelanvendelsen skal dog betragtes i en relevant social og kulturel sammenhæng. Mange forbrugsbeslutninger er baseret på fælles beslutningstagning som retter sig imod både individuelt og fælles forbrug.

Et stigende antal empiriske studier, som retter søgelyset imod forbruget af økologiske og lokale produkter, viser, at forbrugerne anvender forskellige strategier til at komme ud af dilemmaet imellem varetagelsen af private og offentlige hensyn og opfyldelsen af æstetiske og politiske ønsker (Miele, 2004). Disse studier antyder, at forbrugernes ønsker om en sundere livsstil, at tage hensyn til miljøet og at være socialt ansvarlig ofte balanceres af med andre modsatrettede ønsker bl.a. gennem forhandlinger i husholdningen. Halkier (1999) har vist, at forhandlinger i hverdagslivet om politisk fødevareforbrug er baseret på skiftende sociale betingelser og en deraf følgende ambivalens med hensyn til, hvad der er muligt og ønskeligt, og politiske motiver blandes tilsyneladende grundigt sammen med private motiver, når forbrugerne træffer deres endelige købsbeslutning. Politisk motiverede holdninger og købsintentioner munder derfor ikke nødvendigvis ud i en konsistent indkøbsadfærd.

At beslutninger på fødevareområdet er sammensatte og ambivalente er dog ikke ensbetydende med, at de nødvendigvis er irrationelle. Politisk forbrug på fødevareområdet bør betragtes som målrettet adfærd, idet politiske intentioner søges indfriet samtidigt med, at private ønsker og behov søges tilfredsstillet. De fleste af deltagerne på konferencen i Århus var da også ret enige på dette punkt. Dette betyder dog ikke, at fødevare-

forbrugeren nødvendigvis har en dyb og klar forståelse hverken af de private eller offentlige hensyn, og det er en væsentlig forskningsopgave ud fra forbrugeradfærdstilgangen at finde ud af, i hvilket omfang dette er tilfældet. Jo mere involverede forbrugerne er i de politiske konsekvenser af deres forbrug, og jo mere risikobetonede forbrugsbeslutningerne forekommer at være, desto mere intensiv må man formode, at problemløsningen er, og politiske fødevarerforbrugere har naturligvis en vis autonomi med hensyn til, hvilke mål de sætter sig, og hvilke midler de vælger at anvende til at indfri målene. Jo mere kompleks indkøbs- og forbrugssituationen forekommer at være, desto mere grund må der derfor være til at anlægge et kognitivt syn på forbrugernes beslutningstagning og problemløsning set i en relevant social sammenhæng. Men der kan i det modsatte tilfælde også være tale om beslutninger, som i et væsentligt omfang bygger på umiddelbare affektive responser på medieret information f.eks. om magtmisbrug, monopoludnyttelse, sundhedsfare eller forbrugersvigt på udbuds- eller reguleringssiden, og det er derfor også en væsentlig forskningsopgave at finde ud af, i hvilket omfang dette er tilfældet på fødevarerområdet. Man må formode, at sådanne responser især vil gøre sig gældende i forbindelse med negativt politisk forbrug.

Ajzen's teori om planlagt adfærd og forgænger, Fischein's teori om begrundet handling, erkender, at forbrugernes holdning til et objekt ikke nødvendigvis er relateret til deres specifikke adfærd på en systematisk og konsistent måde (Ajzen & Madden, 1986). Den umiddelbare determinant for, om forbrugerne vil handle på en bestemt måde, er deres intentioner om at realisere, hvad de fortrækker, og teorien om planlagt adfærd identificerer de faktorer, som øver indflydelse på denne sammenhæng (Peter, Olson & Grunert, 1999:130). Mange danskere har tilsyneladende intentioner om at ville handle som politisk forbruger. Alligevel kan det

konstateres, at salget af produkter, hvor efterspørgselen kan være politisk motiveret – som f. eks. økologiske fødevarer og Max Havelaar produkter – udgør en ret lille omend varierende andel af omsætningen på vareområdet. Da forbrugeradfærd kan være inkonsistent i forhold til identificerede adfærdsintentioner, er det vigtigt at få mere viden om, hvilke faktorer der kan være bestemmende for denne inkonsistens. Men selv om vi skulle blive i stand til bedre at forstå effekten af disse faktorer, er det alligevel relevant at stille det spørgsmål, om det på den måde vil være muligt at finde almengyldige forklaringer på sammenhængen imellem holdninger og politisk fødevarerforbrug. Adfærd finder altid sted i en bestemt situation, i bestemte omgivelser og på et bestemt tidspunkt. Indebærer dette ikke en udfordring, som er for stor for positivistisk forbrugerforskning? Skulle vi ikke i stedet blive mere tilbøjelige til at være tilfreds med at få en dyb forståelse af politisk fødevarerforbrug i en ganske bestemt kontekst? Hvis man er af den opfattelse, er der behov for mere interpretativ og hverdagssociologisk forbrugerforskning, som kan hjælpe med til at finde svar på væsentlige spørgsmål, der bl.a. vil kunne bruges til at øge forbrugerrealismen i den kvantitative forskning ud fra deltagelsestilgangen.

Da forbrugerne som regel udviser stor prisfølsomhed i forbindelse med køb af fødevarer, må det være væsentligt at få en bedre forståelse af, i hvilket omfang dette eventuelt måtte modvirke den politiske intentionalitet. Man kan ikke udelukke, at både den store prisfølsomhed og fødevarerforbrugets budgettyngde kan have en sådan effekt især inden for bestemte befolkningsgrupper. Modsætningsvis kan man heller ikke udelukke, at relativt lave fødevarerpriser kan befordre den politiske intentionalitet netop på fødevarerområdet. Man må formode, at det er lettere at optræde som politisk forbruger i forbindelse med køb af fødevarer end ved køb af en bil.

Der er også brug for studier, som følger forbrugernes beslutningstagning over et længere tidsrum for bl.a. at finde svar på, hvorledes ønsker om variation i fødevareforbruget balanceres af med ønsker om at øve politisk indflydelse, og hvad der i det hele taget er bestemmende for udfaldet af sådanne beslutninger. En sådan forskning kunne også bidrage til en afklaring af hensigtsmæssigheden i at anvende segmenteringsteknikker på dette område. Hvis negativt politisk forbrug på fødevareområdet er så situationsbestemt, som man må formode, er en af hovedbetingelserne for anvendelse af sådanne teknikker ikke opfyldt. I det hele taget er der et stort behov for at søge en bedre forståelse af beslutningstagningens specifikke kontekst på fødevareområdet, ikke mindst af politiseringsprocesserne, og hvorledes de påvirker forbrugernes vareanskaffelse set i et dynamisk perspektiv.

5. Den diskursive tilgang til studiet af politisk fødevareforbrug

Lund (2004) foreslår, at den såkaldte politiske forbruger tentativt betragtes som en ukendt og ambivalent størrelse, der primært eksisterer som en medieret konstruktion, i hvilken to sociale roller er sammensmeltede, nemlig rollen som borger og rollen som klient. Hvis man tager et sådant udgangspunkt, er det ikke primært forbrugerne som social kategori eller deres tanker, følelser og handlinger inkl. deres politiske deltagelse, som er genstand for forskningen, men mere den måde, hvorpå disse fænomener portrætteres i diskurser og storylines, og hvorledes medierede portrætteringer påvirker den sociale og politiske dynamik. Den diskursive tilgang er følgelig karakteriseret ved, at det ikke så meget er fødevareforbrugeren, men fortællinger om denne forbruger, som er af forskningsmæssig interesse.

Interesserede iagttagere af fødevaredebatten er ofte fejlagtigt gået ud fra, at det, som diskuteres, modsvarer ganske bestemte forhold

derude i virkeligheden. Hvis man gør det, overser man, at alle mennesker handler ud fra deres virkelighedsopfattelse, som afhænger af bestemte diskurser, der gør det muligt for dem at udtrykke sig. Fødevarediskurserne er specifikke med hensyn til tid og sted, og de styres bl.a. af modeller af fødevareforbrugeren, fødevareudbyderen, fødevaredistributøren, markedsmekanismen og den offentlige regulering på området, som afspejler vores historiske erfaringer og nuværende bekymringer. Enhver forståelse af vores fysiske og sociale omgivelser er baseret på kognitive repræsentationer, som altid implicerer et sæt af forudsætninger og sociale valgmuligheder, der formidles igennem en flæthed af specifikke diskursive praksisser. Dette betyder naturligvis ikke, at virkeligheden derude er totalt irrelevant i fødevaredebatten, men at dynamikken i denne debat ikke kan forstås, uden at man inddrager de diskursive praksisser, som styrer vores oplevelse af virkeligheden.

Med begrebet diskurs menes her en samling af ideer, begreber og meningskategorier, som produceres, reproduceres og transformeres gennem et særligt sæt af praksisser, gennem hvilke der tillægges mening til fysiske og sociale realiteter (Jensen, 2003). Diskursiv interaktion mellem mennesker kan skabe nye betydninger og nye identiteter. Den kan ændre på kognitive strukturer og skabe nye forståelser og nye positioneringer.

Det er da også derfor, at diskurser kan betragtes som noget, der så at sige konstituerer realiteterne i fødevarepolitikken. Konflikter på fødevareområdet handler ikke først og fremmest om, hvilke handlinger, der skal gennemføres, men mere om, hvilken betydning man skal tillægge fysiske og sociale fænomener.

Fødevarepolitik i bred forstand viser sig derfor som en strid om diskursiv hegemoni, gennem hvilken bestemte aktører prøver at finde støtte til deres virkelighedsopfattelse. Dis-

kursiv hegemoni kan betragtes som et socio-kognitivt produkt, idet det sociale og det kognitive et tæt sammenflettet. Argumenter kan derfor være overbevisende på grund af deres sandsynlighed eller troværdighed, som modstående synspunkter savner. Når man accepterer en bestemt position som sin egen, vil man uundgåeligt se verden i et bestemt perspektiv og i form af bestemte forestillinger, metaforer, storylines og begreber.

Storylines er narrativer eller fortællinger om den fysiske eller sociale virkelighed, gennem hvilke elementer fra mange forskellige domæner eller livsområder kombineres, så de giver aktører en symbolsk referenceramme, der så at sige repræsenterer en fælles forståelse (Jensen, 2003). Storylines tillader derfor aktører at trække på forskellige diskursive meningskategorier, således at de på den måde når frem til forskellige meninger om fysiske og sociale fænomener. De tilbyder dog alle entydighed i et virvar af forskellige diskursive komponenter, der kan sættes i forbindelse med et bestemt problem.

Storylines er derfor væsentlige anordninger, som gør det muligt at komme igennem meningsfragmenteringen på fødevareområdet og nå frem til en diskursiv slutning. Det vil typisk være således, at hvis man eksponeres for en bestemt storyline, opstår der automatisk en forståelse af den helhed, den er en del af. Det foregår på samme måde, som når man bliver præsenteret for en metafor. Storylines har derfor for det første den funktionelle betydning, at de gør det muligt at reducere et problems diskursive kompleksitet, så der kognitivt skabes entydige betingelser for en problemløsning. For det andet, når de først accepteres, og flere og flere aktører begynder at bruge dem, får de nærmest en ritual status, som bidrager til at give en debat en bestemt permanens. De bliver til billeder eller talemåder, som begrundet en bestemt tilgang til, hvad der forekommer at være et sammenhængende problemsæt. For det tredje gør sto-

rylines det muligt for forskellige aktører at udvide deres forståelse og diskursive kompetence på et område ud over deres ekspertise og erfaringer. Enhver storyline tilvejebringer så at sige det narrativ eller den fortælling, som gør det muligt for videnskabsmanden, sundhedsforkæmperen, fødevarepolitikeren eller den politiske fødevareforbruger at vise, hvorledes hans eller hendes personlige bidrag passer ind i et større puslespil.

Storylines hjælper imidlertid ikke blot med at fastlægge et problem. De gør det også muligt at skabe social og moralsk orden inden for et domæne som f. eks. fødevareområdet. De er anordninger, ved hjælp af hvilke aktører positioneres, og bestemte ideer om skyld, ansvar, påtrængende nødvendighed eller uansvarlighed tillægges andre aktører, grupper eller organisationer. Ved hjælp af storylines kan fødevareforbrugeren blive positioneret som en aktuel eller potential politisk aktør (Heldman, 2004), som et offer for strategiske beslutninger i magtfulde detailkæder (Lund, 2004), som et konfliktløsende individ, der søger at finde en balance imellem æstetiske og politiske ønsker (Miele, 2004) eller som klient (Lund, 2004).

Diskurser og storylines er derfor i høj grad bestemmende for, hvad der sker imellem mennesker, når de skal finde ud af, hvorledes de skal forholde sig til bestemte spørgsmål vedrørende fødevareudbudet, fødevareefterspørgselen, fødevareforbruget eller den politiske regulering på fødevareområdet. De danner baggrund for de diskussioner, som føres i husholdningen, og som kan munde ud i et positivt eller negativt politisk fødevareforbrug.

Det er derfor vigtigt, at forskningen ud fra den diskursive tilgang forsøger at identificere de diskurser og storylines, som konstituerer debatten om politisk fødevareforbrug. Det er også vigtigt, at forskningen på dette felt forsøger at kortlægge, hvilken indflydelse bestemte diskurser og storylines har på politise-

ringsprocesserne på fødevareområdet, hvorledes de opfanges, analyseres, reproduceres eller transformeres af massemedierne, som har deres særlige interesser i dem, og hvorledes forbrugerne og andre aktører forholder sig til medierede fortællinger, når de skal tage stilling til politisk fødevareforbrug.

Enhver form for sproganvendelse er imidlertid en kommunikativ begivenhed, som ifølge Fairclough (1992:73) har tre dimensioner. Den første vedrører det konkrete lingvistiske udtryk for begivenheden. Den anden vedrører den diskursive praksis, som en sproganvender er involveret i. Den tredje vedrører den sociale praksis på området. Forbindelsen imellem sproganvendelse og social praksis medieres gennem diskursive praksisser. Det er derfor kun, når mennesker bruger sproget til at kommunikere, og dermed er involverede i diskursive praksisser, at sproget påvirker eller bliver påvirket af sociale praksisser (Fairclough, 1992:72).

Sociale praksisser har imidlertid både diskursive og ikke-diskursive elementer. Diskursanalysen kan derfor ikke stå alene, hvis man ønsker videnskabelig indsigt i den tredje dimension ved Fairclough's model (Jørgensen & Phillips, 1999). Den bør suppleres med andre erkendelsesredskaber, bl.a. case-studier.

Det er formodentlig i spændingsfeltet imellem de lingvistiske udtryk, den diskursive og den sociale praksis, man finder den dybeste indsigt dels i politiseringsprocesserne på fødevareområdet, og dels i disse processers indvirkning på fødevareudbudet, fødevareefterspørgselen og fødevarereguleringen. Den politiske fødevareforbruger, den politiske fødevarevirksomhed og politisk fødevareregulering er derfor ikke blot medierede konstruktioner. De afspejler mere eller mindre centralt eller perifert, mere eller mindre dækkende, en bestemt social og politisk praksis blandt forbrugerne, virksomhedslederne og politikerne, og det er en væsentlig opgave for den samfundsvidenskabeli-

ge forskning at finde ud af, i hvilket omfang dette er tilfældet.

6. Konklusion

De tre tilgange til studiet af politisk fødevareforbrug, som er blevet karakteriseret i denne fremstilling, muliggør hver især, at søgelyset rettes imod forskellige, væsentlige problemstillinger, som alle fortjener større forskningsmæssig opmærksomhed. De bør derfor ikke betragtes som konkurrerende, men som komplementære tilgange. Dette betyder dog ikke, at de bør leve side om side uden at befrugte hinanden. Det holistiske er mere end summen af det partielle.

Dette indebærer, at forskningen ud fra deltagelsestilgangen i et større omfang bør inddrage viden dels om fødevareforbrugernes beslutningstagning og adfærd og dels om medierede konstruktioners indflydelse på politiseringsprocesserne på området og på fødevareforbrugernes deltagelse i politik. I det hele taget er der et stort behov for øget indsigt i, hvorledes fødevareforbrugerne faktisk anvender markedsmekanismen som kanal for politisk indflydelse, samt hvilke forhold på efterspørgsels-, udbuds- og reguleringssiden, som spiller en afgørende rolle i forbindelse hermed.

Endvidere indebærer dette, at forskningen ud fra forbrugeradfærdstilgangen i et større omfang formår at indkredse fødevareforbrugets politiske betydning samt de forhold, som i særlig grad øver indflydelse herpå. Ingen fødevarer er udelukkende politiske. De er, netop fordi de er fødevarer, også altid noget andet, og sikkert først og fremmest noget andet. Forskningen ud fra forbrugeradfærdstilgangen bør derfor bidrage til en større afklaring af, hvad der så at sige forvandler fødevareforbrugernes adfærd til politisk deltagelse.

Endelig indebærer dette, at forskningen ud fra den diskursive tilgang i et større omfang formår at indkredse, hvorledes medierede

konstruktioner og diskursive praksisser indgår som elementer i politiseringsprocesserne på fødevareområdet, og hvorledes disse processer påvirker og bliver påvirket af den sociale og politiske praksis på feltet. Hvis det er i spændingsfeltet imellem de lingvistiske udtryk, den diskursive og sociale praksis, at fødevareforbrugerne træffer deres politiske beslutninger, er det også i dette spændingsfelt, at fødevarevirksomhederne og politikerne finder deres strategiske udfordringer, og dette er stadigvæk et ret ubelyst forskningsfelt.

Relevansen af den diskursive tilgang forøges dog, hvis det skulle forholde sig således, at politisk forbrug i den danske kultur anses for at være mere ønskværdig end uønskværdig, og hvis denne normative skævhed understøttes af massemediernes nyhedsproduktion. Opfattelsen af, hvad der er politisk korrekt, kan i så fald være mere afgørende for fødevareforbrugernes politiske holdninger og købsintentioner, og dermed for deres tilbøjelighed til at deltage i politik, end hvad vi indtil nu er gået ud fra.

Referencer

- Ajzen, I. & T.J. Madden (1986). Prediction of Goal-Directed Behaviour: Attitudes, Intentions, and Perceived Behavioural Control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 17, 453-474.
- Andersen, J., A. Christensen, K. Langberg, B. Siim & L. Torpe (1993). *Medborgerskab: Demokrati og politisk deltagelse*. Herning: Systime
- Andersen, J.G. & M. Tobiasen (2001). *Politisk forbrug og politiske forbrugere. Globalisering og politisk forbrug i hverdagslivet*. Aarhus: Institut for Statskundskab.
- Beck, U. (1997). *Risikosamfundet – på vej imod en ny modernitet*. København: Hans Reitzels Forlag.
- Friedman, M. (1999). *Consumer Boycotts: Effective Change through the Marketplace*. London: Routledge.
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Halkier, B. (1999). Consequences of the Politicization of Consumption: The Example of Environmentally Friendly Consumption Practices. *Journal of Environmental Policy and Planning*, 1, 25-41.
- Heldman, C. (2004). *The Politicized Pantry: Consumer Activism in the Food Industries*. Paper præsenteret på Polconfood-konferencen i Aarhus, 23.-24. august, 2004.
- Jensen, H.R. (2003). Staging Political Consumption: A Discourse Analysis of the Brent Spar Conflict as Recast by the Danish Mass Media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, vol. 10, 71-80.
- Jensen, H.R. (2005). Environmentally Co-responsible Consumer Behaviour and Political Consumerism. In: Grunert, K.G. & J. Thøgersen (eds.). *Consumers, Policy, and the Environment. A Tribute to Folke Ölander*. New York: Springer Science and Business Media, Inc., 165-181.
- Jørgensen, M.W. & L. Philips (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*. København: Samfundslitteratur.
- Lund, A.B. (2004). *Alle mod ARLA? Ko og kunde på et politiseret marked*. Paper præsenteret på Polconfood-konferencen i Aarhus, 23.-24. august, 2004.
- Micheletti, M. (2001). *Why Political Consumerism? A Theoretical Context for Understanding the Phenomenon*. Paper præsenteret på »International Seminar on Political Consumerism«, 31. maj-3. juni 2001, Stockholms Universitet.
- Miele, M. (2004). *Food Consumption Practices: What is the Role of Political/Ethical concerns?* Paper præsenteret på Polconfood konferencen i Aarhus, 23. – 24. august, 2004.
- Peter, J.P., J.C. Olson & K.G. Grunert (1999). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. Berkshire: McGraw-Hill.
- Tobiasen, M. (2005). Political Consumerism in Denmark. I *Political Consumerism: Its Motivations, Power, and Conditions in the Nordic Countries and Elsewhere*, eds. Brostöm et al., TemaNord, 2005:517, 113-145.