



Oppdragsrapport nr. 11-2004

Hanne Torjusen

Tillit til mat i det norske markedet

Hvordan oppfatter forbrukere trygg mat?

SIFO

© SIFO 2005

Oppdragsrapport nr. 11 - 2004

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING


Sandakerveien 24 C, Bygg B

Postboks 4682 Nydalen

0405 Oslo

www.sifo.no

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

Tittel	Antall sider	Dato
Tillit til mat i det norske markedet: Hvordan oppfatter forbrukere trygg mat?	92	22.12.2004
Title	Prosjektnummer	
Trust in the Norwegian Food Market: Consumers' Conceptions of Safe Food.	P-11-2002-01	
Forfatter	Faglig ansvarlig sign.	
Hanne Torjusen		
Oppdragsgiver		
Norges forskningsråd		
Sammendrag		
<p>Denne rapporten drøfter spørsmål omkring forbrukeres oppfatninger om trygg mat og hvordan de oppfatter og vurderer ulike aktører i matvaresystemet i denne sammenheng. Hvem stoler de på? Hva baserer de sin tillit på? Hvordan oppfatter de mattrygghet? Forbrukernes oppfatninger om trygg mat, deres relasjoner til andre i matvaresystemet, og deres strategier for å føle trygghet ved maten de spiser er undersøkt gjennom 15 kvalitative intervjuer.</p> <p>Informantene uttrykte en høy grad av tillit til offentlige institusjoner, i tråd med de tidligere funnene i surveyer. Denne tilliten synes imidlertid ikke alltid å være basert på kunnskap om aktuelle regelverk, ansvarsfordeling omkring trygg mat og hvordan matvarekontrollen faktisk fungerer. Tilliten til den offentlige matkontrollen synes snarere å være knyttet til den høye tilliten til norske samfunnsinstitusjoner generelt. Informantene ga uttrykk for lavere tillit til markedsaktører, og dette ble særlig satt i sammenheng med markedsaktørenes økonomiske egeninteresser. Likevel fremstod markedsaktører som viktige for forbrukerne i deres strategier for å føle seg trygge på maten de spiser. Noen slike strategier var å utvikle personlige tillitsrelasjoner og oppsøke transparente markedsituasjoner (direkte salg, handle mat over betjente disker), å handle spesifikke merkevarer, eller å velge store markedsaktører som ble ansett som profesjonelle og seriøse.</p> <p>Gjennom intervjuene viste tillitsrelasjonene seg både som mer nyanserte og samtidig mer doble. Tillit og skepsis eller mistillit eksisterte parallelt rettet både mot markedsaktører og offentlig matkontroll. Imidlertid; gode erfaringer – eller fravær av alvorlige hendelser – knyttet til mattrygghet veide tungt i det vi kan kalle informantenes konklusjon: Den offentlige matkontrollen ser tross alt ut til å fungere bra og det er trygt å spise mat i Norge.</p>		
Summary		
<p>This report addresses questions about consumers' conceptions of the safety of food and how they experience and evaluate various actors in the food system in this context. Who do they trust? What constitutes their basis for trust? How do they talk about food safety? Consumers' conceptions of safe food, their relations to relevant others in the food system and their strategies to feel confident about the food they eat were studied based on 15 qualitative interviews.</p> <p>The interviewees expressed a high level of trust in public institutions as found in earlier surveys. This trust seemed however not always to be based on knowledge about relevant regulations, distribution of responsibility and the way in which food control is actually carried out in practice. Trust in national food authorities appeared to be related to the high level of trust in Norwegian institutions and society in general. The interviewees expressed lower trust in market actors and this was particularly related to their economic interest in relation to consumers. However, market actors were also described as important for the interviewees in their strategies for feeling safe about their food. Some of these strategies were developing personal relations and seeking transparent market situations (direct sales, buying food over tended counters), buying particular brands, or choosing large market actors perceived as professional and serious.</p> <p>Through the interviews, trust relations appeared more nuanced and more double than what could be interpreted from previous surveys. In conclusion, we found trust and scepticism or mistrust to exist in parallel, both directed towards market actors and public food control. However, an overall good experience with safe food in Norway – and the absence of personal experience with serious incidents of unsafe food – seem to have contributed strongly to the interviewees' general conclusions, that public food control appear as well functioning, and food is safe to eat in Norway.</p>		
Stikkord		
kvalitativ studie, forbrukeres tillit, trygg mat, ansvar, markedsaktører, offentlige aktører, matvarekontroll, innkjøp, forbrukerstrategier, kjøtt, tomater		
Keywords		
Qualitative study, consumer trust, safe food, responsibility, market actors, public actors, food control, purchase, consumer strategies, meat, tomatoes		

Tillit til mat i det norske markedet:
Hvordan oppfatter forbrukere trygg mat?

En kvalitativ studie

av

Hanne Torjusen

2004

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING
Postboks 4682, Nydalen, 0405 Oslo

Forord

Denne rapporten er en publikasjon fra prosjektet ”Tillit til mat 2002” som har vært finansiert av Norges forskningsråd. Lisbet Berg har vært prosjektleder ved SIFO. Tre delstudier har inngått i dette prosjektet: I tillegg til intervjustudien med forbrukere som denne rapporten er basert på, er det gjennomført en tilsvarende intervjustudie med markedsaktører (Terragni 2004) og en kvantitativ og landsrepresentativ survey (Berg 2005).

Vi ønsker å rette en varm takk til de 18 personene som har latt seg intervjuet i denne undersøkelsen. Takk også til kollegaer ved SIFO for et godt faglig fellesskap med råd og støtte underveis.

Desember 2004

STATENS INSTITUTT FOR FORBRUKSFORSKNING

Innhold

Forord.....	5
Innhold	7
Sammendrag.....	9
Summary	11
1 Innledning	13
1.1 Formål og problemstillinger.....	14
1.2 Metode og datamateriale	14
2 Tilnærminger til trygg mat i en norsk sammenheng	19
2.1 Strukturelle forhold	19
2.2 Oppfatninger om mat – et bakteppe	20
2.2.1 Gourmetdiskurs – fokus på matkvalitet, smak og opplevelse	20
2.2.2 Etikdiskurs	22
2.2.3 Diskurs om økonomi og verdi - ”value for money”	23
2.2.4 Diskurs om nærhet og innsikt i matvareproduksjonen	24
2.2.5 Helsediskurs – sunn og trygg mat	25
2.2.6 ”Naturlig trygg” eller ”teknologisk sikker”	26
3 Forbrukerstrategier knyttet til offentlige institusjoner	29
3.1 Generell tillit til norsk mat	29
3.2 Generell tillit til ”andre”	30
3.3 Tillit til norsk mat med referanse til produksjonspraksis eller naturbetingelser	31
3.4 Tillit til norsk mat med (direkte) referanse til offentlige institusjoner	33
3.5 Skepsis og mistillit knyttet til norske offentlige institusjoner	35
4 Forbrukerstrategier knyttet til markedsaktører	39
4.1 Merkevarer	40
4.2 ”Naturlig” utseende	43
4.3 Gode historier og bilder	44
4.4 Direkte observasjon i butikk	45
4.5 Andres fagkunnskap og ferdigheter som trygghetsstrategi – profesjonell integritet	48
4.6 Personlige tillitsrelasjoner	49
4.6.1 Vurdering av egenskaper knyttet til en person	49
4.6.2 Møtene ”over disken”	52
4.7 Sosial kontroll som strategi	54
4.8 Direkte innsyn – ønsker å se selv	55
5 Praksis og vaner i hverdagslivet	59
5.1 Innkjøp av mat som rutinebaserte handlinger	59
5.2 Vaner vs. refleksjon	61
5.3 Ambivalent praksis	62
5.4 Trygghet vs. andre verdier	64
5.5 Den gyldne middelvei – moderasjon og variasjon	65
6 Forbrukeropfatninger om fordeling av ansvar for trygg mat	67
6.1 Andres ansvar	67
6.2 Ansvar i forbrukerrollen	69

6.3	Betingelser for innflytelse og ansvarstaking i forbrukerrollen.....	72
6.3.1	Alternativer i markedet.....	73
6.3.2	Informasjon	76
6.3.3	Hverdagslivets begrensninger	77
6.3.4	Kommunikasjon og innlevelse i matvaresystemet	79
7	Samlet vurdering.....	81
	Litteratur.....	87
	Vedlegg.....	91

Sammendrag

Denne rapporten drøfter spørsmål omkring forbrukeres oppfatninger om trygg mat og hvordan de oppfatter og vurderer ulike aktører i matvaresystemet i denne sammenhengen. Hvem stoler de på? Hva baserer de sin tillit på? Hvordan oppfatter de mattrygghet?

Bakgrunnen for å stille disse spørsmålene er resultater fra tidligere undersøkelser som viser at norske forbrukere har en høy grad av tillit til trygg mat sammenliknet med forbrukere i andre Europeiske land. Men mens norske forbrukere har en høy grad av tillit til offentlige aktører, stoler de mindre på markedsaktører (Berg 2000).

Målet med prosjektet som denne rapporten baserer seg på, har vært å få en dypere forståelse av hvordan forbrukere forholder seg til temaet mattrygghet. Gjennom 15 kvalitative intervjuer har vi undersøkt forbrukernes oppfatninger og forståelse av trygg mat, deres relasjoner til andre i matvaresystemet, og deres strategier for å føle trygghet ved maten de spiser.

Informantene uttrykte en høy grad av tillit til offentlige institusjoner, i tråd med de tidligere funnene i surveyer. Tilliten til den offentlige matkontrollen syntes å være knyttet til den høye tilliten til norske samfunnsinstitusjoner generelt. Denne generelle tilliten omfatter også matområdet.

Funnene i tidligere studier ble imidlertid også nyansert gjennom denne kvalitative undersøkelsen. Informantenes uttalelser om tillit ble gjerne presentert i generelle vendinger tidlig i intervjuet, mens etter hvert som samtalen forløp, ble fortellinger om utilfredsstillende situasjoner og skepsis ofte fortalt. Når informantene gjennom intervjuene ble lovet til videre refleksjon rundt matsikkerhet fremsto ikke tillitsrelasjonene lenger som like robuste som det tidligere ble gitt uttrykk for, men snarere som mer komplekse og ambivalente.

Et sentralt trekk var at forbrukernes tillit ikke syntes å være særlig godt fundert i kunnskap om aktuelle regelverk, ansvarsfordeling omkring trygg mat, og hvordan matvarekontrollen faktisk fungerer. Tvert i mot ga mange av informantene uttrykk for at de ikke hadde kunnskap og innsikt i de konkrete sidene ved matkontrollen.

Lavere tillit til markedsaktører, som funnet i tidligere surveyer, ble også uttrykt av informantene i denne studien. Dette ble satt i sammenheng med markedsaktørenes økonomiske egeninteresser, der deres hensyn til forbrukernes beste – i tilfeller der dette står i motsetning til deres egeninteresse – ble stilt spørsmål ved. Likevel fremstod markedsaktører som viktige for forbrukerne i deres navigasjon og strategier for å føle seg trygge på maten de spiser. Deres ”logistiske” nærhet til forbrukerne kan være en grunn til at forbrukere føler det nødvendig å utvikle spesifikke tillitsrelasjoner – kanskje noen ganger på tross av en generell skepsis til ”markedet”. Noen slike strategier var å utvikle personlige tillitsrelasjoner og oppsøke transparente markedssituasjoner (direkte salg, handle mat over betjente diskser), å handle spesifikke merkevarer, eller å velge store markedsaktører som ble ansett som profesjonelle og seriøse.

To ulike perspektiver på mattrygghet som syntes å ha betydning for hvilke strategier som ble valgt, var trygghet i form av ”naturlighet” og trygghet i form av ”teknologisk sikkerhet”. Eksempler på det førstnevnte kan være å kjøpe økologisk mat eller mat fra naturen (vilt), mens eksempler på det sistnevnte kan være å velge produkter fra industriell, standardisert og strengt kontrollert matproduksjon.

En noe diffus referanse til ”det norske” ble trukket frem som en slags matsikkerhetsgaranti. Dette kunne tolkes både i forhold til både markedsaktører (som bønder), offentlige aktører (som offentlig matkontroll), eller andre forhold som for eksempel geografiske og klimatiske forhold (kalde vintere, gode betingelser for beiting, ”ren” natur). Ofte ble slike betraktninger knyttet opp mot produksjonsforholdene i norsk landbruk som ble antall å være mer naturlige enn lenger sør i Europa. Smakskvalitet ble derimot av informantene ikke knyttet spesielt til norsk mat, snarere tvert i mot.

Gjennom intervjuene viste tillitsrelasjonene seg både som mer nyanserte og samtidig mer doble. På den ene siden ble det påpekt at vi som forbrukere vet lite om hva maten inneholder av potensielt skadelige stoffer – og her ble spesielt tilsetningsstoffer og reststoffer fra matproduksjonen nevnt. På den andre side ble spesifikke markedsaktører trukket frem som troverdige - og da særlig aktører som forbrukerne assosierte med god fagkunnskap, som f.eks. slaktere eller fagpersoner i dagligvarebutikken(e) der de handler. Kunnskap og faglig integritet utgjør på den måten en viktig dimensjon for å forstå forbrukernes tillitsrelasjoner, og denne dimensjonen kunne også moderere hovedoppfatningen om offentlig matkontroll og markedsaktører.

Tillit og skepsis eller mistillit eksisterte parallelt rett og slett både mot markedsaktører og offentlig matkontroll. Imidlertid; gode erfaringer – eller fravær av alvorlige hendelser – knyttet til mattrygghet veide tungt i det vi kan kalle informantenes konklusjon: Den offentlige matkontrollen ser tross alt ut til å fungere bra og det er trygt å spise mat i Norge.

Summary

This report addresses questions about consumers' conceptions of the safety of food and how they experience and evaluate various actors in the food system in this context. Who do they trust? What constitutes their basis for trust? How do they talk about food safety?

The background for these questions is the previous findings that Norwegian consumers have a high degree of trust related to the safety of food compared to consumers in other European countries. But while Norwegian consumers have high trust in public food authorities, market actors are trusted to a lesser extent (Berg 2000).

The aim of the project on which this report is based was to develop a deeper understanding of how consumers relate to issues of food safety. Through 15 qualitative interviews, consumers' conceptions of safe food, their relations to relevant others in the food system and their strategies to feel confident about the food they eat were studied.

The interviewees expressed a high level of trust in public institutions as found in earlier surveys. Trust in national food authorities appeared to be related to the high level of trust in Norwegian institutions and society in general. The specific area of food is included in this general trust.

However, the earlier survey findings of high trust in national food authorities were also nuanced by the results of this qualitative study. Declarations of trust often were presented as general statements, typically early in the interview, while during the conversation when specific issues and experiences were described, stories of unsatisfactory situations and suspicion were more often told. Through the reflections on food security enhanced by the interview situation trust in public authorities appeared to be less robust than it first seemed and trust relations were revealed as less categorical and more complex and ambivalent.

Another point was that trust in public authorities expressed by the interviewees seemed not to be very well founded on *knowledge* about rules and regulations, division of responsibility and how food control is actually carried out. Rather, the interviewees expressed lack of knowledge and insight into the particularities of food control.

Lower trust in market actors as found in previous surveys was also expressed in the interviews. This was related to their economic interest in relation to consumers, so that their dedication to catering to consumer needs – in cases where this could run contrary to their own economical interest – was sometimes questioned.

However, market actors were also described as important for the interviewees in their navigation and strategies for feeling safe about their food. Their “logistic” closeness to consumers in the food system may partly explain why consumers need to find trust relations with market actors – perhaps despite their general scepticism to “the market”. Some of the strategies were developing personal relations and seeking transparent market situations (direct sales, buying

food over tended counters), buying particular brands, or choosing large market actors perceived as professional and serious.

Two important perspectives on food safety, which seemed to result in different strategies, are safety in terms of “naturalness” or safety in terms of “technological control”. Examples of the first could be buying organic food, or foods from nature (such as game), while examples of the latter could be choosing products from a highly controlled and standardised production.

Another finding is that safety is discussed with reference to “Norwegian” in a rather unspecific way as a kind of safety guarantee. This kind of rational could be interpreted as referring to both market actors (such as farmers) or public actors (national regulations), or other factors such as geographical or climatic conditions (cold winters, space for free range production and grazing, “pure” nature).

Through the interviews, trust relations appeared more nuanced and more double than what could be interpreted from previous surveys. On the one hand it was expressed we as consumers know little about the contents of food, and worry was particularly expressed in relation to potentially harmful additives and residues from production methods. On the other hand were several specific market actors described as credible and trustworthy - particularly those who consumers associated with high knowledge and professional integrity, such as personnel at fresh food counters or butchers. Knowledge and skill constitute as such important dimension for understanding trust relations, which may moderate the distinction between high trust in public regulation and lower trust in private market actors.

In conclusion, we found trust and scepticism or mistrust to exist in parallel, both directed towards market actors and public food control. However, an overall good experience with safe food in Norway – and the absence of personal experience with serious incidents of unsafe food – seem to have contributed strongly to the interviewees’ general conclusions, that public food control appear as well functioning, and food is safe to eat in Norway.

1 Innledning

Forbrukertillit til mat har vært et viktig tema over hele Europa de siste årene. Med en høy grad av globalisering og internasjonal handel med mat, er matsikkerhet et sentralt hensyn, og med negative hendelser av større omfang som BSE og munn-og-klovnsyke er det naturlig å være opptatt av hvordan forbrukeres tillit og praksis i matmarkedet eventuelt påvirkes.

Undersøkelser har vist at det er stor variasjon i tillitsnivå og tillitsrelasjoner både mellom land og innen land. Fordi forbrukertrygghet og tillit til mat ser ut til å avhenge av en rekke nasjonale variable, er det viktig å sette ”den norske tilliten” i et internasjonalt perspektiv. Disse sammenliknende problemstillingene er fulgt opp i et EU-finansiert prosjekt¹ som har løpt parallelt med prosjektet det her rapporteres fra (Poppe and Kjærnes 2004; Terragni 2004). For å kunne forstå forbrukertrygghet og tillit til mat i den norske sammenheng bedre, er det imidlertid også viktig å gjøre utforskende, kvalitative studier hvor de sammenhengene forbrukerne selv opplever som viktige i forhold til trygg mat kan belyses nærmere. Det er problemstillinger knyttet til den norske konteksten som er belyst i dette prosjektet. Dette er gjort ved en tre-delt tilnærming, gjennom kvalitative intervjuer med forbrukere og med markedsaktører, samt en kvantitativ landsrepresentativ survey. I denne rapporten presenteres resultatene fra intervjuer med forbrukere.

Ifølge flere markedsundersøkelser er det en bemerkelsesverdig høy tillit til innenlandsk produsert mat blant norske forbrukere. Ifølge en MMI-undersøkelse i 2000 på oppdrag av Bondelaget, mente rundt 80% at det er tryggest å spise norske produkter (Amilien og Stø 2000). Flere forskningsprosjekter har også vist at norske forbrukere - sammenliknet med forbrukere i andre land - har høy tillit til maten og høy tillit til de nasjonale myndighetenes kontroll av mat, men relativt liten tillit til markedsaktørene. I en survey gjennomført i 2003, ble forbrukere spurt om å se for seg en hypotetisk situasjon der det har skjedd en matvareskandale, og spurt om de trodde at ulike aktører i matvaresystemet ville fortalt sannheten om hva som hadde skjedd. Mens bare 15% trodde at detaljhandelen eller matvareindustrien ville fortalt hele sannheten, var det 60% som hadde tillit til at offentlige institusjoner ville gjort dette (Berg 2000).

En høyere tillit til det offentlige enn til private aktører når det gjelder trygg mat, er en tendens som finnes også blant forbrukere i andre land (Berg 2000), men den store forskjellen mellom tillitsnivåene til disse to typer aktører er et særtrekk for Norge. Det som ser ut til å være spesielt ved norske forbrukere er altså både knyttet til et høyere tillitsnivå til trygg mat generelt, og den store diskrepansen i tillit til hhv. offentlige institusjoner (høy) og private markedsaktører (lav). Denne forskjellen i tillitsnivå kan oppfattes som et paradoks tatt i betraktning den nære forbindelsen mellom stat og marked i Norge. Likeledes kan den lave tilliten til markedsaktører - som faktisk er lavere enn i land som England og Belgia hvor man har hatt større matvareskandaler (Berg 2000) - sees som et paradoks fordi det relativt sett har vært færre matvareskandaler i Norge. Det er disse forholdene denne studien har hatt til hensikt å utdype.

¹ Consumer Trust in Food. A European Study of the Social and Institutional Conditions for the Production of Trust (2002-2004). <http://www.trustinfood.org>

I denne studien har det stått sentralt å belyse hvor forbrukerne plasserer sin tillit til mat, hvordan de tenker i forhold til matsikkerhet, og hva som karakteriserer tillitsfremmende og –hemmende prosesser sett fra forbrukernes side. Det har også vært viktig å få informantene til å reflektere rundt hvordan de eventuelt takler mistillit og hvorvidt og hvordan negative hendelser har påvirket tillit og praksis i forhold til mat.

Resultatene er presentert i kapittel 2 – 6. Kapittel 2 tar for seg noen temaer som gjennom intervjuene kom frem som viktige for forståelsen av forbrukeres tillit til trygg mat i en norsk sammenheng. Kapittel 3, 4 og 5 omhandler tillitsstrategier blant forbrukere, knyttet til henholdsvis offentlige institusjoner, markedsaktører og bruk av matvarene i hjemmet. Kapittel 6 ser nærmere på hvordan informantene oppfatter fordelingen av ansvar for trygg mat, og hva de ser som premisser for å oppleve et reelt handlingsrom og å ta ansvar i forbrukerrollen. I kapittel 8 oppsummeres funnene i studien.

1.1 Formål og problemstillinger

Målet med forbrukerdelen av prosjektet har vært å skaffe mer kunnskap om hvordan forbrukere oppfatter ”trygg mat” og hvilke faktorer som påvirker forbrukernes tillit til mat. Viktige spørsmål har vært hva som oppleves som trygt og utrygt, hvilke aktører som oppfattes som troverdige eller ikke troverdige, og hvilke strategier forbrukerne følger i hverdagen for å imøtekomme de bekymringene de måtte ha omkring trygg mat. Forbrukernes oppfatninger om hvem som har ansvaret for trygg mat er også et sentralt punkt i undersøkelsen. Særlig vekt har blitt lagt på de rollene offentlige og private institusjoner i matvaresystemet spiller, og vi har ønsket å videreutvikle kunnskapen om forholdet mellom norske forbrukere, myndigheter og marked.

En bedre forståelse av disse spørsmålene er viktig i seg selv. En økt forståelse av disse forholdene er også viktig for å gi bedre grunnlag for forbrukerpolitikk. Slik kunnskap kan i tillegg være nyttig for markedsaktørenes forståelse av, og strategier i forhold til, forbrukernes mistillit, samt myndighetenes satsninger for å sikre trygg mat, spesielt med hensyn til internkontrollsystemer og tilsynets revisjonsrolle.

Følgende har vært sentrale problemstillinger i forbrukerstudien:

1. Hvor plasserer forbrukere i Norge sin tillit til mat?
2. Hvorfor har norske forbrukere så stor tillit til det offentlige og så liten tillit til markedet?
3. Hvordan vurderer forbrukere ansvarsfordelingen mellom det offentlige og næringslivet i arbeidet med å sikre at maten som produseres og omsettes i Norge skal være helsemessig sikker?
4. Hvilke strategier benytter forbrukere ved innkjøp og tilberedning av mat for å føle seg trygge på at maten de spiser er trygg?

1.2 Metode og datamateriale

Utvalg

Fordi målet var å belyse ulike synspunkter og oppfatninger omkring mattrygghet, ønsket vi å få et strategisk, informativt utvalg. Vi ønsket å få frem mest mulig av den bredde og variasjonen av oppfatninger og holdninger som vi antok at det er dette området.

Vi søkte variasjon og bredde på flere måter i utformingen av utvalget, bl.a. i forhold til følgende forhold:

- Urban /rural: Intervjuer ble gjennomført i to områder: Oslo-området, samt en mindre by på Østlandet.
- Ulike bosteder – som kan antas å gi variasjon i både sosio-økonomisk bakgrunn og strukturelle forhold som har betydning for grad av mangfold i matvaretilbudet.
- Informantenes alder, kjønn, familiesituasjon/livsfase.
- Informantenes holdninger og erfaringsbakgrunn: Vi søkte variasjon ved å be informantene peke ut noen de mente var forskjellig fra dem selv i forhold til de temaene vi hadde snakket om.

Rekruttering

Rekrutteringen skjedde ved hjelp av ”snøballmetoden”, som innebærer å benytte informantens sosiale nettverk for å finne flere informanter (Halkier 1998). Informantene ble bedt om å peke ut neste informant, som gjerne skulle være forskjellig fra dem selv i forhold til de temaene som var diskutert i intervjuene.

Vi satte ingen aldersbetingelser for informantene, men tok utgangspunkt i at de skulle ha stiftet eget hjem og dermed måtte forholde seg til innkjøp av mat. Ulike livsfaser var representert bl.a. ved unge studenter og jobbsøkende nyutdannede, par som ventet barn, småbarnsforeldre, hushold med ungdommer, hushold med voksne utflyttede barn og hushold med en eller flere voksne uten barn. I alder varierte informantene fra 25 år til ca 70 år. Også ulike typer utdanning og yrkesbakgrunn var representert. En informant var matprodusent (bonde), og ble intervjuet som en slags ”nøkkelinformant”. Det ble ikke spurt direkte om økonomi, men økonomi som tema kom frem i intervjuet der det var relevant for informanten, for eksempel som hindring for å handle mat på en måte som informanten oppfattet som ”det ideelle”. Ved at informantene kom fra ulike bostedsområder, regner vi med at sosio-økonomiske forhold også varierte.

Intervjuer

Totalt ble det gjennomført 15 intervjuer, med til sammen 18 personer. I tre av intervjuene var informantene et par, mens de resterende 12 intervjuene var med én person fra husholdet. Husholdenes størrelse varierte fra hushold med en person til hushold med 5 personer².

I Oslo-området var både sentrum, øst og vest representert³. Det ble gjennomført 8 intervjuer med totalt 10 personer: 3 menn, 7 kvinner. I den mindre byen på Østlandet (Vestfold) rekrutterte vi informanter fra sentrum så vel som i utkanten av byen. Det ble gjennomført 7 intervjuer med 8 personer totalt: 5 kvinner og 3 menn.

Vi hadde i utgangspunktet ingen hypotese om at oppfatninger om trygg mat skulle følge noen bestemte mønstre, og hadde derfor en eksplorerende tilnærming. Vi hadde en idé om hvor mange intervjuer vi skulle gjennomføre, men med forbehold om at vi hadde nådd et punkt hvor vi hadde oppnådd en slags metning i materialet – som ga oss en rimelig trygghet for at vi hadde fått tak i bredde og variasjon. Vi opplevde at en slik metning var nådd da vi hadde gjennomført 15 intervjuer.

Intervjuene ble gjennomført i perioden fra juni til august 2002. Dette var altså før det nye Mattilsynet ble opprettet⁴ De fleste intervjuene foregikk i informantenes hjem, mens to ble

² Det ble gjennomført intervjuer i hushold med en person (4), to personer (4), tre personer (2), fire personer (2) og hushold med 5 personer (3).

³ Ullern, Eiksmarka (Bærum), Grünerløkka, Tåsen, Røa, Solli Plass, Lambertseter, Mortensrud.

⁴ Mattilsynet ble opprettet i 2004 under Landbruks- og matdepartementet, Helse- og omsorgedepartementet, og Fiskeri- og kystdepartementet. Mattilsynet har overtatt ansvar og oppgaver som tidligere ble utført av: Statens

gjennomført i SIFOs lokaler. Intervjuene varte fra ca. 30 minutter til i overkant av to timer. De fleste intervjuene varte ca. en time.

Intervjuene ble gjennomført på en strukturert, men åpen måte. Det ble benyttet en intervjuguide under intervjuene, men det ble lagt vekt på at informantene skulle snakke så fritt som mulig omkring de sentrale temaene.

Det ble gjort lydbåndopptak av intervjuene etter tillatelse fra informantene, og disse ble senere skrevet ut *ad verbatim* som grunnlag for analysen.

Utforming av intervju spørsmålene

I arbeidet med hovedproblemstillingene, formulerte vi noen analytiske spørsmål, som intervjuguiden ble bygget opp rundt.

Noen sentrale analytiske spørsmål var:

- Hvilke ”matvaresystem-aktører” oppfatter informantene som relevante i forhold til å føle trygghet knyttet til mat i deres hverdagsliv?
- I hvilken grad tillegges disse aktørene troverdighet fra forbrukernes side? Hvem stoler de på?
- *Hvorfor* stoler forbrukere på disse aktørene? I hvilken grad er denne tilliten eksplisitt og refleksiv – og i tilfelle, hva er begrunnelsene for tilliten?
- Hva slags informasjon ønsker forbrukere om maten?
- Fra hvem og i hvilke sammenhenger ønsker de å få denne informasjonen?
- Hva karakteriserer ”trygge” og ”utrygge” situasjoner og matvaretyper fra forbrukernes perspektiv? Hvordan er en situasjon som er preget av tillit? Hvordan er typiske situasjoner som er preget av mistillit og skepsis?
- Hvordan forstår informantene selv begrepet tillit og hvordan arter tillitsrelasjoner knyttet til mat seg for den enkelte informanten?

På bakgrunn av de analytiske spørsmålene utformet vi intervju spørsmålene (se vedlegg).

Hvordan vi tenker omkring mat er ikke nødvendigvis så veldig reflektert og eksplisitt, men snarere knyttet til rutine og praksis i hverdagslivet (se for eksempel Holm og Kildevang 1996, Gronow og Warde 2001). Dette er bl.a. beskrevet med begrepet ”tacit knowledge” (Kjærnes 1999), der oppfatninger og holdninger ligger gjemt i ”tatt-for-gitt-heter” – en form for uttalt kunnskap. En hovedutfordring i utformingen av intervju spørsmålene har vært hvordan vi skulle få frem de relevante forholdene som informantene ikke eksplisitt har reflektert over, men som snarere er implisitte og ”tatt-for-gitte”.

Derfor har det vært viktig for oss å gjennomføre intervjuene på en måte som kunne tillate oss å komme inn på disse temaene – selv om informantene i utgangspunktet ikke nødvendigvis hadde klare refleksjoner rundt våre spørsmål. En måte vi søkte å løse dette på var å knytte spørsmålene nært opp til praksis og konkrete handlinger (for eksempel ble informantene bedt

om å beskrive sist gang de handlet kjøtt). Ved å knytte spørsmålene nærmere praksis, forsøkte vi å få frem en bred beskrivelse av bakgrunnen og sammenhengen synspunktene springer ut fra.

Intervjuguiden er også bygget opp slik at relativt brede, generelle spørsmål ble stilt først, mens mer spesifikke spørsmål ble stilt senere. Selv om helsemessig trygg mat var vårt fokus, hadde vi en gradvis tilnærming til dette temaet, for å forsøke å se disse hensynene i forhold til andre hensyn som informantene hadde. Et eksempel på et bredt spørsmål er ”Hva vil du si at du er mest opptatt av når det gjelder mat?”, mens direkte spørsmål om tillit ble stilt helt mot slutten av samtalen.

Metodisk ble det knyttet forbindelseslinjer til den tidligere gjennomførte kvantitative, komparative studien (Berg 2000) ved å la informantene tolke, resonnere og assosiere rundt de resultatene som var kommet frem. Informantene ble vist resultater som omhandlet tillitsnivået blant forbrukere til bestemte aktører i matvaresystemet (offentlige myndigheter, næringslivsaktører, eksperter, presse). Denne delen ble gjennomført helt mot slutten av intervjuet. Informantene ble dermed oppfordret til å si noe om disse ulike aktørene – om de ikke hadde vært nevnt tidligere i intervjuet.

Tolkning av data

Studien er utformet som en eksplorerende undersøkelse. Vi har anlagt et fortolkende analytisk perspektiv. Et fortolkende perspektiv baserer seg på en forståelse av at virkeligheten opplevs som en sosial konstruksjon. Målet med et slikt perspektiv er som Lien og Døving (1996:55) påpeker, å beskrive hvordan virkeligheten fortøner seg for ulike personer. Informantenes oppfatninger av det som omgir dem, begrepene de bruker, fortolkninger av hvordan ting henger sammen, og verdibaserte vurderinger av det de observerer er i fokus.

Dette perspektivet er basert på fenomenologi, slik det er beskrevet av bl.a. Berger og Luckmann (1966) og Geertz (1973). Clifford Geertz bruker begrepet ”thick descriptions” om informantenes rike bilder av deres virkelighet. Vi forsøkte gjennom intervjuene å få frem informantenes ”rike bilder” bl.a. ved å oppmuntre dem til å beskrive så detaljert som for eksempel hvordan de handlet mat, eller hvordan de så for seg en ideell situasjon. I analysen er det lagt vekt på å følge opp denne tilnærmingen ved å beskrive temaene sett fra informantenes perspektiv.

Ulike spørsmål og tema har blitt behandlet ”på tvers” av materialet, snarere enn at hver informant i seg selv har blitt fulgt gjennom analysen. Hensikten har vært å få frem bredde og variasjon i forhold til hvordan forbrukere forholder seg til trygg mat som tema.

2 Tilnærminger til trygg mat i en norsk sammenheng

2.1 Strukturelle forhold

Når vi diskuterer forbrukeres tillit til mat i det norske matvaremarkedet, er det viktig å se dette i sammenheng med hovedtrekkene i matvaremarkedet. Vi skal helt kort skissere noen strukturelle forhold som er med å danne bakteppe for hvordan forbrukerne opplever maten og mattilbudet.

Organiseringen av matvaremarkedet

Ifølge Jacobsen og Stræte (2002) er det norske matvaremarkedet dominert av en høy omsetning av ensartede produkter, hvor de få store hovedaktørene ikke har prioritert mangfold. Produktutvalget som møter norske forbrukere er langt smalere enn hva forbrukere i andre europeiske land møter i butikkene. Jacobsen og Stræte (2002) fulgte produktene bakover i matvaresystemet og fant noen grunner for manglende mangfold. De beskriver at matvaresystemet i Norge er særpreget ved at dominerende aktører knyttet til både produksjon, bearbeidning, distribusjon og handel har ”funnet hverandre” i samarbeids- og konkurransestrategier som fremmer de såkalte bulk-produktene. I en studie av kjøttprodukter i det norske markedet beskrives det hvordan kvalitet og særpreg har blitt, om ikke ofret, så i alle fall gitt lavere prioritet i standardiseringens og den lave prisens navn (Jacobsen 2001). Det faktum at vi – som forbrukere – også har vært del av dette ”bulk-regimet” i flere tiår, gjør det naturlig å spørre hvor vi står i dag i forhold til kunnskap, erfaring og villighet til å skille mellom ulike kvaliteter, og forholde oss til en differensiert pris.

Det hevdes at matkultur inntil nylig ikke har spilt noen sentral rolle i konstruksjonen av norsk identitet, og at snarere andre begreper som ”natur” og ”bondesamfunn” har vært viktige i denne sammenheng (Amilien og Hegnes 2002). Det hevdes videre at norske forbrukere gjennom de siste ti-år er ”opplært” til å etterspørre nasjonalt produserte bulk-produkter (Amilien og Stø 2000). I en studie av forbrukerholdninger til kjøtt, viste det seg i tråd med dette at forbrukerne først og fremst hadde nasjonal opprinnelse - og ikke mer spesifikke regioner - i tankene når de snakket om kjøttets opprinnelse (Bjørkum 1999).

Statens rolle

I Norge har staten spilt en helt sentral rolle i organiseringen av forbrukerinteresser og beskyttelsen av forbrukeren. De mest sentrale forbrukerinstusjonene er dannet av staten og er økonomisk avhengig av offentlig støtte, men opererer likevel som politisk uavhengige institusjoner. Innenfor rammen av den sterke offentlige involveringen, har det vært mindre rom for andre ikke-statlige forbrukerorganisasjoner (Terragni 2004).

Den mest sentrale forbrukerorganisasjonen i Norge er Forbrukerrådet. Det ble etablert i 1953 av staten og reorganisert i 1972 med større uavhengighet. Da Forbrukerrådet ble dannet, bestod styret av representanter for kvinner, husholds- og arbeiderorganisasjoner. Innflytelsen av

produsentinteresser var likevel betydelig, ved at også produsenter, handel og industri var representert (Ilmonen og Stø 1997). Forbrukerrådet utviklet seg gradvis som en “interesseorganisasjon”, men forble likevel preget av interessekonflikter. Stø (1997) karakteriserer Forbrukerrådet som en dualistisk organisasjon som på den ene siden er finansiert av staten, med statlig utnevnt styreleder, og der barne- og familiedepartementet er politisk ansvarlig for aktivitetene som utføres ved Forbrukerrådet. På den andre siden er rådet en uavhengig forbrukerorganisasjon.

Utviklingen av norsk ernæringspolitikk har vært nært forbundet med utviklingen av velferdsstaten, og den politiske interessen for ernæring som en del av helse og velferdspolitikken har vært sterkere i Norge enn i andre nordiske land. Et ekspert-basert råd ble dannet i 1937 under Sosialdepartementet, og i 1946 ble Statens Ernæringsråd reorganisert med representanter fra industri og offentlige departement, i tillegg til ernærings- og økonomieksperter. Til tross for konflikter med jordbrukssektoren, har legitimiteten av ernæringsrådene og relevansen for offentlig politikk vært fremtredende i de nordiske land, kanskje særlig i Norge (Kjærnes 2003).

Denne organiseringen av forbrukerinteresser i nær tilknytning til offentlige institusjoner er trolig av betydning for hvordan og i hvilken grad forbrukere opplever tillit, og hvor de plasserer den.

2.2 Oppfatninger om mat – et bakteppe

Denne rapporten handler primært om forbrukertillit til trygg mat – altså forhold knyttet til helserisiko. Andre temaer som kom frem i intervjuene er hovedsakelig tatt med kun i den grad de bidrar til å belyse informantenes oppfatninger om trygg mat. I dette avsnittet skal vi kort gjennomgå de temaene som informantene trakk frem som viktige i forhold til mat – som en bakgrunn for tolkningene av spørsmålene knyttet til helserisiko, og for å sette oppfatningene om trygghet i perspektiv. Intervjuet var bygget opp slik at det gikk fra generelle spørsmål innledningsvis til mer spesifikke spørsmål knyttet til matrisiko og tillit mot slutten, og alle ble tidlig i intervjuet spurt om hva som var viktig for dem i forbindelse med mat. Det er særlig disse spørsmålene denne delen bygger på. Temaene knytter seg bl.a. til matsikkerhet (d.v.s. at maten er helsemessig trygg og sunn å spise), etikk (dyrevelferd og miljøhensyn), og matkvalitet i mer tradisjonell forstand, først og fremst smak, men også andre egenskaper ved maten som man kan observere gjennom sansene – som farge, form og presentasjon.

2.2.1 Gourmetdiskurs – fokus på matkvalitet, smak og opplevelse

Noen av informantene la stor vekt på kvalitet og ”god mat”. De gir uttrykk for at mat for dem handler mye om opplevelse gjennom sansene – som god smak, innbydende presentasjon av maten, og spennende opplevelser som også inkluderer matens historie. Deres fokus er gjerne på ferske råvarer, mangfold og variasjon. De stiller krav til fagkunnskap om matvarene, og vil gjerne kunne snakke med noen når de handler mat. I sitatet under er et eksempel på hvordan mat og matglede settes i fokus og prioriteres høyt:

Det er vår største luksus i og for seg – det er mat. Vi bruker mer penger på mat enn andre ting. (...) Men hvis jeg hadde hatt lite penger, så ville jeg heller brukt det lille jeg hadde på noe som (...) ga meg nytelse, enn å kjøpe en pizza grandiosa. Du kan kjøpe de mest fantastiske grønnsakene og lage noe helt utrolig [av det] med akkurat de samme pengene, du trenger ikke spise dårlig mat fordi om du ikke har penger! (...) Hvis jeg skal gå gjennom alt det maset og slitet som man ofte har, så skal jeg i alle fall hygge meg med maten. (...) jeg vil nyte maten min! (...) Om vi var fattige som bare det, ville vi alltid bruke vår siste hundrelapp på å kjøpe mat. Sånn er min mann også, akkurat lik. Så viktig på en måte er mat. (Kvinne, intervju nr. 5)

Et fokus på selve matvaren fremfor historien bak var fremtredende i diskusjoner av mat innenfor dette perspektivet. Informasjon om forhold som lå lenger bak i matvaresystemet var først og fremst interessant dersom det ble ansett å ha en virkning på selve produktkvaliteten.

Dette kom bl.a. frem når samme informant som i sitatet ovenfor beskriver hvordan en ønskesituasjon ville være for henne:

Kvinne: En ordentlig slakterforretning med ordentlig kjøtt - ikke sånn kjøtt med masse fett i og biffen er seig og.. (...)

Intervjuer: "ordentlig kjøtt" – hva ligger i det?

Kvinne: Ordentlig kjøtt mener jeg mer sånn – altså jeg ser alltid for meg – når jeg er i England så spiser man "Sunday Dinner" og (...) du har på en måte stykker med kjøtt som du bare ser er ved en sånn kvalitet, og jeg vet ikke hva de har gjort med de kuene og jeg vet ikke – men (...) du har utvalg, du har mulighet til å kjøpe kjøtt av økologiske oppdrettere og (...) til og med i de store supermarkedene, så har du noen kjøttdisker hvor du virkelig ser at – du bare ser på kjøttet – de har et utvalg som er helt fenomenalt! (...) først og fremst så er det synet som er så tiltalende – du har bare lyst til å kjøpe det og gå hjem og lage det (...) du går i en ostebutikk i England, og så har du menn i lange hvite frakker og hvite hatter og det på en måte - bugner – det bugner av kunnskap, det bugner av ost, og alle de duftene og alt det der – du må bare få lyst til å kjøpe ost. Og det er jo hele den måten å legge frem, måten å by seg frem på som er helt annerledes, altså, i andre land enn i Norge. Her er det ikke viktig! (Kvinne, intervju nr. 5)

Det sentrale i denne beskrivelsen er selve matvarene (stykker med kjøtt og ost) og det hun kan oppleve når hun er i butikken. Hun refererer til den direkte, sanselige opplevelsen av maten og beskriver hvordan synet av matvarene gir henne lyst til å lage mat med dem. Hun vil nyte maten, hun vil bli fristet, og hun vil stole på at fagfolk har tatt hånd om maten i leddende før den tilbys henne som forbruker.

Også andre la primært vekt på de kvalitetene ved maten som kan observeres gjennom sansene når de beskrev hva som var viktig for dem ved maten. Smak, ferskhet, godt utvalg og delikat presentasjon var sentrale elementer:

"Ferskvarer. Og det gjelder både kjøtt, fisk, grønnsaker. At det skal være ferskt. Og kjøtt skal ikke være vakuumpakka. Jeg vil kunne kjøpe ting ferskt. Ja. Det er det første, ja. Det vil jeg si er første prioritet" (Kvinne, intervju nr. 4)

Mann 1: Ja, for min del så vil jeg si kvalitet.

Mann 2: Ja. Kvalitet og sunnhet.

Mann 1: – og smak. Ja, og måten den er presentert på i butikken også syns jeg er viktig, faktisk. (...)

Mann 2: Ja. Det må være god kvalitet – ikke hermetikk ikke sant?

Mann 1: Ferske varer, altså friske varer. Godt presentert. (...)

Mann 2: Jeg liker å ha utvalg – absolutt. Slik at det ligger mange forskjellige varer i butikken. Det behøver ikke være så store mengder, men det kan være litt forskjellig. Altså og at det er delikat presentert. (Par, intervju nr 1)

"Jeg spiser ikke så mye tomater faktisk utenom det jeg dyrker sjøl, for det er jo smakløst omtrent, de er jo kunstig framdrivi." (Mann, intervju nr 8)

I slike sammenhenger, der råvarekvaliteten og matlagingen står sentralt, er gjerne tilstedeværelsen av en fagperson som de kan snakke med i butikken viktig. Disse samtalenene handler både om egenskaper ved råvarene, og om råd om tilberedning av måltider.

Kvinne: Jeg foretrekker en betjent kjøttdisk. Og (...) at det er helt ferskt kjøtt. Og gjerne norsk kjøtt.

Mann: Og så er det viktig at det ser delikat ut, at det ser friskt ut. Det syns jeg. Og at de som står bak disken der, at de har god greie på det de steller med. At du får svar på det du lurer på. (...) At det er ordentlig fersk, det betyr noe for meg. Kanskje ikke så veldig mye på kjøtt, da, men i hvert fall på reker og sånne ting - at det er ferskt det som står at det er fersk. Da spør jeg gjerne "er det fiska i dag, eller kom det i går"? (Par, intervju nr. 3)

2.2.2 Etikkdiskurs

Blant informantene kom det også frem en vektlegging av etiske forhold i matproduksjonen. Det handlet først og fremst om hvorvidt husdyrene har det bra, men også om å ta vare på miljøet.

Slike betraktninger kom gjerne frem i løpet av samtalen, men ble sjelden nevnt i første runde på direkte innledende spørsmål om hva som er viktig når det gjelder mat. Noen knytter dyrevelferd og etikk i matproduksjonen til egen helse, mens andre snakker om etiske hensyn på eget grunnlag. Eksempler på dilemmaer som ble diskutert, var forhold der det var en mulig konflikt mellom etikk og matsikkerhet, og der informanten var usikker på hva ekspertkunnskapen sier. I sitatet under er et slikt eksempel:

"Vi hadde en som gikk rundt for noen år siden og spurte om egg, (...) om høner og hvordan de gikk og ville vi spise egg fra fabrikkdyrket eller fra frittgående høner. Så var det noen som sa: Det fôret de får er ikke bestandig testet så da kan det være mer salmonella – at det kan være mer utrygt faktisk, frittgående høner som ikke er kontrollert av hva de får i seg av fôr, så der blir du veldig usikker da. Du liker at de skal gå fritt, og så liker du gjerne å spise helst de eggene, men hvis det er mer salmonellainfeksjoner med det, så er det jo utrygt? Så det er faktisk ikke lett å være forbruker å vite hva som er best." (Kvinne, intervju nr. 10)

I forhold til dyrevelferd i matproduksjonen, ble det diskutert etiske problemstillinger knyttet til både det å ta liv i det hele tatt, og knyttet til ulike betingelser i løpet av husdyrenes liv, bl.a. ulike typer fôringspraksis, og alder på dyrene ved slakting.

Mann 1: Jeg har liksom litt blanda følelser til kalvekjøtt – eller rødt kjøtt – kalvekjøtt – jeg har sett en reportasje en gang om hvordan de gjør opp kalver i Frankrike bare på sånn – ja, så de får masse vitaminmangel og – så jeg har litt sånn blanda følelser på kalv – eller når det er sånn ungdyr og...

Mann 2: Ja, men jeg har problemer med rødt kjøtt uansett jeg.

Intervjuer: Ja? Fortell om det.

Mann 2: Jeg syns faktisk at jo mer jeg tenker på det jo mer på en måte blir jeg motstander av å – både ta livet av og spise et varmblodig dyr. Jeg syns det er litt problematisk – faktisk. Det er en sånn etisk... Pluss at jeg syns at rødt kjøtt faktisk er litt tungt for fordøyelsen og, jeg. Så det er den siden av det og. Så det går mer på kylling og sånn her altså, hvis vi har kjøtt. (Par, intervju nr. 1)

2.2.3 Diskurs om økonomi og verdi - ”value for money”

Mange av informantene kom inn på økonomiske betraktninger når de snakket om mat og ulike ønsker de hadde til maten. ”Det ideelle” ble satt opp mot praktiske begrensninger i hverdagen, deriblant pris.

Kvinne: *Jeg liker i grunnen best å handle kjøtt i en ferskvaredisk. Og jeg liker helst magert kjøtt. Og jeg syns kyllingkjøtt og kalkun og sånt, det er sånn kjøtt som er liker. Men så syns jeg det er veldig dyrt. (...)*

Mann: *(...) For prisen har jo en del å si – vi ser jo på prisen når vi handler.*

(Par, intervju nr. 3)

I diskusjonene om pris kom det imidlertid også til uttrykk normative vurderinger av hva som var ”bra nok” til hverdags. Det ble bl.a. beskrevet hvordan man helt bevisst ”sparte litt på godmaten” for at det skulle opprettholdes en følelse av fest og luksus knyttet til visse matvarer og retter som ble brukt til fest. Skillet mellom hverdag og fest ble beskrevet som noe man ønsket å opprettholde. Det ble også vist til oppfatninger om hva som var ”for dyrt” i hverdagen, der begrunnelsene egentlig ikke var knyttet til hvor stor betydning slike valg faktisk ville hatt på økonomien deres. Informantparet i eksempelet under sammenliknet det med holdninger til å ta drosje:

Mann: *Det er det samme som vår generasjon mener om å ta drosje, det – å ta drosje er dyrt per definisjon, ikke sant. Det mener jo vi fortsatt, men for oss så er det ikke dyrt å ta drosje en gang i måneden eller to nå? Altså det spiller jo ingen rolle for økonomien vår, i hvert fall. Men per definisjon så er det dyrt, og vi tar T-banen isteden. (...) Vi kunne ha gått på [navn på spesialforretning] og handla hver dag hvis vi ville det. (...)*

Intervjuer: *Og der ville dere ha funnet...?*

Mann: *Alt. Men der er vi for gjerrige og er bundet av – ikke for gjerrige, det er ikke det jeg sier, det blir jo som den drosjeproblematikken: Hvorfor skal vi betale la oss si for en handlekurv som koster 600 kr på [navn på dagligvarekjede], den koster sannsynligvis 800 kr på [navn på spesialforretning]. Det går litt på det at vi syns ikke det er verd penga.*

Intervjuer: *Men hvis dere på en måte virkelig kan tenke helt fritt?*

Mann: *Ja, så ville vi hatt en slakter på hjørnet. Ja, det er klart. (Par, intervju nr 14)*

Liknende betraktninger omkring moral og idealer knyttet til hvor mye ”luksus” som er akseptabelt i hverdagen og hvordan pengebruk på matopplevelser vurderes i forhold til andre ting ble uttrykt av flere. I eksempelet under undrer informanten seg over normen om måtehold som hun opplever er utbredt:

”Er vi flau for å fråtse? Er vi flau for å nyte? (...) jeg lurer på hvor mange som hadde kanskje endret sine vaner hvis de hadde stoppet opp og tenkt at ”ja, men jeg har jo råd til det?” Altså jeg har råd til å spise biff på tirsdag hvis jeg vil det, og jeg har råd til å gå på restaurant i dag hvis jeg egentlig vil det, men (...) alltid så sier folk: ”ja, vi var ute og spiste” og så før setningen er ferdig, så har de begynt å forklare hvorfor de egentlig gjorde det. Altså, jeg tenker du må da ikke unnskyld deg fordi du har vært ute på restaurant! Men det er helt sånn instinktivt, altså. Hva er det?” (Kvinne, intervju nr. 5)

2.2.4 Diskurs om nærhet og innsikt i matvareproduksjonen

Noen av informantene la stor vekt på at de ønsket å kjenne nærmere til hva som er i maten og hvordan den er produsert, og at dette hadde betydning for deres opplevelse av trygghet. En slik tilnærming innebærer en innsikt bakover i matvaresystemet. Mange viste til at de gjerne ville vite mer om maten og dens opprinnelse enn det som er vanlig å få informasjon om.

”Vi er opptatt av hva vi spiser, men hva spiser de som vi spiser igjen? Det var jo lenge jeg tenkte at det var trygget å spise sau enn å spise gris, fordi den sauen spiste jo tross alt gresset på marken i stedet for ferdigprodusert fôr. Det er klart at en kan bli ganske redd både når det gjelder genmanipulering og når det gjelder hvilke medisiner man bruker - altså, det er jeg opptatt av – jeg liker jo ikke å tenke på det at vi kanskje kan spise oss syke.” (Kvinne, intervju nr 11)

”Først ville jeg vite hvor det kom fra. (...) Så jeg ville gjerne visst hva slags type kveg er dette? (...) Ja, og jeg tenker på hva de fører dem med. Og så hva slags sprøyter er det, altså antibiotika og [sånn som] disse kyrne noen ganger får. Og noe av det går jo i kjøttet. (...) ønsket mitt, det er jo selvfølgelig et torv, sånn som det er i Stavanger. Der kan du få kjøpt alt. Til og med egg. Og du vet hvor de kommer fra. (...) de hadde stått der i årevis, og alle visste hvor de kom fra, og de visste hva slags produkter og hvordan hønene gikk, for vi kunne jo bare dra ut der og se – er det frittgående eller er det ikke, ikke sant?” (Kvinne, intervju nr. 4)

I noen tilfeller, slik som i eksempelet over, førte denne innstillingen til at informantene oppsøkte situasjoner der de ved selvsyn kunne sette seg inn i hvordan matproduksjonen hadde foregått, eller i alle fall komme nærmere de som hadde konkret kunnskap, slik som for eksempel på torg der de handlet direkte fra produsentene.

Også i forhold til bearbeiding av matvarene, kunne slike ønsker om innsikt og kontroll føre til bestemte måter å handle mat på. I eksempelet under førte ønsket om å vite med sikkerhet hva som er i maten til valg av rene råvarer, etterfulgt av bearbeiding hjemme under egen kontroll:

”Vi kjøper biffkjøtt og så maler vi det kjøttet hvis vi skal ha kjøttdeig. Helst når det er rimelig kjøp. Men jeg vil se hva som er i maten.” (Kvinne, intervju nr. 5)

Flere av informantene ga uttrykk for at de var interessert i opplysninger om hvor maten er produsert, hvem som står bak, og hvordan produksjonen konkret har foregått. I forhold til alle disse hensynene er det vesentlig med riktig og relevant informasjon. Dette er også noe informantene er opptatt av - både som noe konkret og praktisk i hverdagen, og som noe prinsipielt.

”Når det gjelder kjøtt – hvordan kan jeg se forskjell på hva som er hva der da? Nei. Og det samme gjelder jo grønnsaker. Du kan jo ikke se det! Du kan jo ikke se med det blotte øye hva disse er blitt tilført! Du kan jo ikke det.” (Kvinne, intervju nr. 4)

Det gis altså uttrykk for en sårbarhet i forhold til at man som forbruker er prisgitt informasjon fra andre om slike ting som det ikke er mulig å se direkte på matvaren. Slike forhold er dermed nært knyttet til tillit. Som vi skal se i påfølgende kapitler, viser informantene til ulike strategier for å håndtere denne usikkerheten.

2.2.5 Helsediskurs – sunn og trygg mat

Ønsket om at maten skal være sunn står sentralt for de fleste. Noen av de forholdene som fremheves som viktig for at maten skal være sunn, er direkte knyttet til forbrukernes egne valg, som for eksempel egen matlagning og sammensetningen av kostholdet. Noen legger vekt på at ”sunnhet” handler om en større helhet, der velvære knyttet til både smak, sosialt samvær og gode assosiasjoner til hvordan maten er produsert hører med.

Kvinne: Men jeg tror det er kjempeviktig når man har barn i alle fall, at de får et sånt sunt forhold til mat. Ordentlig mat.

Intervjuer: Og ordentlig mat, det er...?

Kvinne: Det er sånn hjemmelaget mat. (Kvinne, intervju nr 12)

”Vi er ganske opptatt av at det skal være sundt. Mmm. (...) Jeg kjøper grønnsaker og frukt hver dag sånn at alle skal få i seg det. (...) Godt og sunt. Godt. Veldig opptatt – egentlig så er jeg ganske opptatt av mat, ja. Det er vi alle sammen. (ler) Koser oss med mat, ja. (...) Jeg tror at det er veldig viktig å kunne lage mat sammen og drikke vin og – ikke sant? Jeg synes jo det er så hyggelig.” (Kvinne, intervju nr 2)

Andre forhold som settes i sammenheng med sunn mat er vanskeligere å kontrollere selv. I mange tilfeller knyttes bekymringer og manglende velvære til konkrete forhold ved moderne matproduksjon – som for eksempel dyrenes helse og trivsel, bruken av medisiner og sprøytemidler. Dette er forhold som oppleves som vanskelige for forbrukerne å ha noen direkte innflytelse over, og de er avhengige av at det finnes reelle alternativer til den maten de er skeptiske overfor. I de første eksemplene er fokuset på ”gift” brukt i matproduksjonen:

”Igjen er jeg ikke noe særlig glad for at det blir sprayet med gift, sånn at jeg er faktisk litt engstelig for å spise både epler og gulrøtter og tomater – alt mulig sånn som er sprayet med disse giftproduktene. Er lite lysten på det.” (Kvinne, intervju nr. 10)

”Og så tenker vel jeg littegrann på at en del frukt og sånn sikkert er – særlig utenlandsk da – er kanskje mye sprøya. Og at det over lang tid er ikke bra.” (Mann, intervju nr. 3)

”Det er klart jeg tenker jo alltid at det kan være giftstoffer og vasker grønnsakene (...) dette at det kanskje er gift samtidig i dette som jeg liker veldig godt av grønnsaker, at det blir liksom et paradoks av det. (...) jeg tenker jo tanken at det kan være sånn gen.....bearbeida” (Kvinne, intervju nr. 7)

I forhold til bearbejdede matvarer, er bruk av konserveringsmidler gjerne blant det som nevnes. I eksempelet under kommer det frem oppfatninger om at hermetikk og ”preservert mat” er ikke bra:

”Jeg tenker på det i forhold til en del hermetikk og en del sånne ting, altså (...) uten at jeg har satt meg så veldig inn i hvordan de E’ene og alle de tingene, så tenker jo jeg at det er mye i det. At det er liksom preservert mat. Kjøper det veldig sjelden.” (Mann, intervju nr. 1)

”Det her med alle de “E-stoffene” som vi sier, da. (...) Det er vel som sagt det med konserveringsmidler som – det er jo en del som er allergiske mot en del E-stoffer - det er ikke bra, da, for å si det sånn.” (Mann, intervju nr. 8)

Sykdommer står også sentralt i fortellinger om hvilke forhold ved matens historie som kan være helseskadelig:

”Jeg syns det er veldig skremmende med disse munn-og klov-syke og at det da kan gå videre over til mennesker og – hva heter det? Creutzfelt-Jacobs – disse tingene, de skremmer meg. (...) Og det syns jeg ville være ganske grusomt om det ble så utbredt at de mistet kontrollen over det, og at det da ble en stor fare for oss forbrukere og kanskje litt sånn at det ikke var undersøkt nok, ikke stoppet nok i tide, det er vel det som skremmer meg mest.” (Kvinne, intervju nr. 10)

I informantenes drøftinger om sunnhet og trygghet, kom det frem frustrasjoner knyttet til nødvendigheten av stadige revurderinger. Det ble vist til ulike ulykkeshendelser og matskandaler, og også til at ekspertvurderinger varierer - både mellom ulike eksperter, og over tid. Her et eksempel knyttet til vurderinger av ulike kjøttslag:

Kvinne: Etter for eksempel Tsjernobyl var vi jo veldig opptatt av det og da var jo datteren min relativt liten og sånn, så da tenkte jeg jo en del på å ikke kjøpe sau og ikke kjøpe reinsdyrkjøtt og ja. Da tenkte vi en del på det. Og så har det jo vært mange sånne – det har jo vært mange saker de siste årene som har gjort at man har blitt mer opptatt av det med kjøtt, og som nok også har ført til at vi har brukt litt mindre kjøtt, altså (...) [da] det var alt dette her med kugalskapen – da var det rødt kjøtt. Da gikk det liksom bare an å spise kylling en stund. (pause)

Intervjuer: Så kylling var ”trygt kjøtt“ i den situasjonen?

Kvinne: Da var det trygt – nå vet jeg ikke om det er det lenger (ler). (Kvinne, intervju nr. 11)

2.2.6 “Naturlig trygg” eller “teknologisk sikker”

Gjennom intervjuene kom det frem to ulike måter som informantene resonnerer rundt ”trygg mat” på. Det ene perspektivet er knyttet til vurderinger av ”naturlighet”, der det som blir fremhevet som et slags ideal er en ”natur-nær”, forsiktig og ”førevar”-basert matproduksjon, og et utseende på produktene som oppfattes som ”naturlig”. Det andre perspektivet refererer i større grad til trygghet gjennom kontroll og oversikt, og de gode eksemplene viser til en mer teknologisk basert, industriell produksjon, gjerne knyttet til formelle merkeordninger.

Som vi skal gå nærmere inn på i kapittel 4, viste informantene i mange tilfeller til beskrivelser av matens ”naturlighet”, og de satte dette i sammenheng med god kvalitet og trygg mat. Blant annet ble et ”kunstig pent” utseende trukket frem som noe de opplevde som urovekkende. Slike betraktninger ble også knyttet til matvarenes ”naturlige livsløp”, der en ”unaturlig” lang holdbarhet vekket skepsis. Andre forhold som gjerne nevnes i drøftinger av naturlig vs. kunstig, er bruken av tilsetningsstoffer og det informantene gjerne omtaler som ”kunstige stoffer” eller ”giftstoffer”. I denne sammenhengen trakk noen av informantene frem økologisk produsert mat som mer ”naturlig” og trygg. Også mat som er anskaffet i naturen gjennom jakt og fiske, samt dyrket i egen hage, fremheves som idealer i forhold til naturlighet. Kritiske spørsmål og bemerkninger er gjerne knyttet til det ”kunstige” og ”skumle” man har gjort med den industrielt produserte maten.

I de to eksemplene under beskriver informanten hvorfor hun foretrekker økologisk mat. Hun refererer til ”naturlig vs. kunstig” i sine vurderinger av husdyrs utvikling og vekst og om grønnsakers holdbarhet.

Intervjuer: *Hva er den viktigste grunnen for at du velger økologisk mat?*

Kvinne: *Fordi jeg vet – i hvert fall ut fra sånn det ideelt sett skal være – at det ikke er noe giftstoffer eller at det ikke er noe sånn kunstig progresjon. Det syns jeg er viktig. (Kvinne, intervju nr 13)*

”Jeg hadde et sånt prosjekt med en venninne hvor vi hadde kjøpt økologiske tomater og vanlige tomater, og den vanlige tomaten kunne man omtrent kaste i veggen i en måned uten at det skjedde noe med den, mens den andre på en måte da forfaller ganske raskt. Og da begynner man å tvile litt om hva er det egentlig i den vanlige tomaten som gjør at den omtrent (ler oppgitt) ikke endrer seg på en måned? Sånne ting syns jeg er skummelt å tenke på, egentlig.” (Kvinne, intervju nr 13)

På den annen side trekker informantene frem at de føler seg trygge fordi ”det er velkontrollert i landet vårt” og viser til kontrollsystemer og oversikt. Informanten i det første sitatet nedenfor har gjennom hele intervjuet uttrykt en grunnleggende tillit til mat kjøpt i norske butikker under henvisning til at han har en generell tillit til samfunnsinstitusjonene og til en velfungerende matkontroll. Her utdyper han hvordan han ser den konvensjonelle varehandelen med store grossister og supermarkedkjeder, og i det påfølgende sitatet forbindes store, oversiktlige forhold med trygg mat.

”Det er jo en etablert trygghet det syns jeg, ja jeg syns det. Jeg syns det er et poeng, jeg. At vi har en matvareproduksjon som går gjennom [næringsmiddelkontrollen]- om ikke annet. (Mann, intervju nr. 14)

”Også er det vel det at det virker stort og sterilt, og så tenker en at da er det rent (...) (Kvinne, intervju nr 11)

Det foreligger eksempler på liknende beskrivelser av de to ulike tilnærmingene til mattrygghet fra produsent- og markedssiden. Lien (1995) beskriver hvordan påstander om ”trygghet” fra markedsføringens side både kan være knyttet til ”naturlighet” på den ene siden og bilder knyttet til teknologi og kontroll på den andre siden. I det ene er ”trygghet”, ”ingen tilsetningsstoffer”, og ”naturlig” nøkkelord for å beskrive lav risiko i forbindelse med et bestemt produkt. Mat konseptualiseres som noe som er potensielt farlig, og markedsføringen spiller på mistillit og skepsis til mat, der egenskapene som fremheves ved produktet knyttes til reduksjon av risiko. (Lien 1995). I den andre tilnærmingen, som spiller på teknologisk kontroll, er gjerne dokumentert sporbarhet, teknologisk kunnskap og kontroll nøkkelord. Det refereres gjerne til omfattende systemer for kvalitetskontroll gjennom hele kjeden fra jord til bord. Disse kan være individuelle kvalitetssikringsystemer ved enkeltbedrifter, men er også ofte knyttet til nasjonale kontrollsystemer og/eller kvalitetsmerker.

Gjennom intervjuene kommer det frem synspunkter om at dette har med skala å gjøre. Bl.a. ser vi at en og samme person kunne vise til ulike forståelser av mattrygghet avhengig av hvilken type situasjon han snakket om. I eksempelet under ser vi at samme informant som viste til næringsmiddelkontrollen som grunnleggende for hans opplevelse av trygg mat (i sitatet ovenfor), i noen sammenhenger bruker andre former for trygghetsvurderinger. Blant annet viser han til at han gjerne kjøper mat fra små-skala produksjon (som f.eks. sæterdrift), og han spiser også uten å nøle fisk fra en privat fisker, selv om den ikke har gått gjennom noen kontroll:

Mann: *Jeg kjøper 30 kg fisk til jul. Og den er fiska utenfor Arendal. Og den får jeg levende, eller jeg får den bare så vidt slakta for fire timer siden. (...) Av en privat fisker. Vannkvalite-*

ten har jeg ingen grunn til å engste meg for utenfor Arendal. I hvert fall så bryr jeg meg ikke noe om det. Og den fisken spiser jeg frem til sommeren. Hvert år. Kokt torsk. Nydelig fisk. Ikke kontrollert av noen. Og det spiser jeg hver dag – eller når jeg måtte ønske. Det bryr jeg meg ikke noe om.

Intervjuer: *Så i det tilfelle så savner du ikke noe næringsmiddelkontroll?*

Mann: *Nei.* (Mann, intervju nr. 14)

Denne informanten beskriver videre hvordan disse to ulike tilnærmingene fremstår som fornuftige for ham. I denne drøftingen med sin ektefelle oppsummerer de med at det er en forskjell på skala og metode som tilsier den ene eller andre type trygghetsstrategi:

Mann: *Du får en slags krysskobling her, ikke sant, når produksjonsvolumet øker så dramatisk, så er du nødt til å ha en instans som har kontroll på det. (...)*

Kvinne: *Har vi fjerna oss så mye – langt fra allting nå at vi liksom ikke*

Mann: *Ja, jeg tror vi er nødt til å ha en instans, altså når du får disse stordrift og industrielle jordbruksproduksjonsmetodene, så er du nødt til å ha – da er du i hvert fall nødt til å ha en instans som du har tillit til - at ting som kommer i forbrukerdisker at det er kontrollert, altså. Det anser jeg som helt nødvendig.*

Intervjuer: *Så produksjonsformen og skalaen*

Mann: *Ja, tilsier kontroll. Det syns jeg.* (Par, intervju nr. 14)

Dette paret diskuterte i flere sammenhenger gjennom intervjuet de to ulike tilnærmingene til vurdering av trygg mat – tegn på ”naturlighet”, eller referanse til kontroll. I utsnittet nedenfor snakker de om tomater, der tomater kjøpt direkte fra bonden i Hellas - som er ”rare” men vel-smakende sammenliknes med tomater de kjøper i supermarkedet hjemme - som de synes er mistenkelig like og ser ”plastisk opererte” ut, men som er kontrollert av norske myndigheter.

Intervjuer: *Hvis du stod i en situasjon hvor du kunne velge mellom tomat som ser ut som den gjør på [nærbutikken] her, og som var kontrollert av norske myndigheter, og den traktorbondens tomater. Hva ville du se på som det mest ideelle, det tryggeste? Hva ville du valgt?*

Mann: *Jeg ville valgt tomaten i Norge, hvis jeg fikk det valget her i Norge.*

Kvinne: *Jeg tok den greske.* (Par intervju nr. 14)

De to faller altså ned på ulike løsninger. Poenget i forhold til forståelsen av forbrukeres vurderinger av trygg mat, er at det er viktig å se deres syn i sammenheng med deres bakenforliggende oppfatninger. Det er viktig å se hva som ligger til grunn for ulike oppfatninger av helse og sunnhet. En forståelse av forbrukernes tillit til trygg mat må inkludere de oppfatningene om trygghet og sunnhet som hersker blant folk flest, ikke bare de definisjonene som ekspertene går gode for. Det er også viktig å relatere forbrukerstrategiene for trygg mat til hvilke forhold man konkret snakker om, siden vi har sett at ulike syn knyttes til bl.a. storskala og småskala produksjon og omsetning.

Også i sammenheng med tiltak for å øke trygghetsfølelsen må de ulike tilnærmingene til tillit og ulike typer begrunnelser som forbrukere har for å ha tillit tas i betraktning. For eksempel vil ikke informasjon om kontroll nødvendigvis løse problemet dersom mottakeren forholder seg sterkere til ”naturen som målestokk” enn til teknologisk kontroll.

3 Forbrukerstrategier knyttet til offentlige institusjoner

3.1 Generell tillit til norsk mat

Gjennom intervjuene kommer det til uttrykk en generell, implisitt tillit til norsk mat, som ikke er nærmere forklart av informantene, og som gjerne uttrykkes som en grunnholdning om at ”det er ikke nødvendig å tenke på trygghet i norske matbutikker.”

”Jeg forholder meg til at vi bor i Norge, og at jeg kjøper de grønnsakene som er til utbud i butikkene for å si det rett ut.” (Mann, intervju nr. 14)

”Jeg stoler jo sikkert blindt jeg da på alt som kommer inn - jeg tror liksom ikke at det kjøttet vi kjøper er dårlig.” (Kvinne, intervju nr. 12)

Med en generell referanse til forholdene i Norge, synes ikke ”trygg mat” å fremstå som et fremtredende spørsmål i matbutikken for disse informantene. Det tar de for gitt i norske butikker. Tryggheten knyttet til ”det norske” kom gjerne frem ved sammenlikning med andre land. I eksempelet nedenfor er ”Sverige” det som er annerledes og som det norske sammenliknes med. Informantparet svarte slik på spørsmål om de noen gang hadde følt seg utrygge på at kjøttet de tenkte å kjøpe var trygt:

Kvinne: *Nei, ikke i Norge.*

Mann: *Jeg skulle akkurat si det samme.*

Kvinne: *Men jeg har tenkt tanken når jeg har vært i Sverige. Men ikke i Norge. Der stoler jeg faktisk på det. (...) Drar vi til Sverige så er vi meget skeptisk.*

Mann: *Ja.(...) Leser på pakkene og ser – tenker på hva vi ikke bør kjøpe og – vi gjør jo det.* (Par, intervju nr. 3)

Vi ser at dette paret beskriver hvordan de forholder seg annerledes i Norge og i Sverige. I Sverige gir de uttrykk for at de *leser, ser, og tenker over* matsikkerhet, mens de ikke synes å oppfatte dette som nødvendig i Norge, hvor de sier at de føler seg trygge på at maten er trygg. De uttrykker ulik grad av tillit og viser til ulik praksis avhengig av hvilket land de er i. Det at ”trygg mat” ikke fremstår som det viktigste temaet når de handler i Norge er ytterligere bekreftet i en annen del av samtalen, der de fremhever produktkvalitet som den viktigste grunnen til at de av og til kjøper kjøtt hos den lokale slakteren ”for å være helt sikker på at det er bra”:

”Det går vel på smaken, det har aldri falt meg inn at det skulle være dårlig for helsa. Det tenker jeg ikke på.” (Par, intervju nr. 3)

Å være ”helt sikker på at det er bra” handler altså først og fremst om produktkvalitet og smak når konteksten er ”Norge” og ”spesialbutikker”. I disse eksemplene synes det som at trygg mat rett og slett er det man normalt forventer, og om man skal skille på kvalitet, knyttes det til andre aspekter ved maten, som for eksempel smak.

Et annet perspektiv som kommer frem i forbindelse med å velge norsk mat, er at kort transport og friske varer er viktig, snarere enn nasjonal opprinnelse i seg selv. Dermed blir norske varer å foretrekke i Norge, men ikke nødvendigvis i utlandet. Under er et eksempel på en slik holdning:

Kvinne: Jeg har tenkt litt på det der, og det er litt sånn pussig, fordi – når en er i Norge, så er det på et vis et kvalitetsstempel, tenker jeg, at det er produsert i Norge, men hvis en er i Italia så vil jeg jo gjerne spise italiensk mat. Eller i Frankrike så vil jeg gjerne spise fransk mat (...) det som nesten jeg tenker er viktigere på et vis er at det er kort vei fra matvaren er produsert til man kjøper den i butikken.

Intervjuer: Tenker du på kvalitet? Eller på sikkerhet? Eller...

Kvinne: Jeg tenker på kvalitet – kanskje også sikkerhet, for det en lurte på noen ganger er hva gjør en med maten for å få den til å holde seg så lenge? Hva kommer det av at de belgiske eller italienske jordbærene ser nyplukket ut når de ligger i butikken i Norge? For de må jo, tenker jeg, nødvendigvis være eldre enn de som er plukket i Norge. Så det er jo liksom det spørsmålet en da vil stille seg – altså hva er det de har gjort med maten?

(Kvinne, intervju nr. 11)

Denne informanten knytter altså visse sider ved lang transport av mat til matsikkerhet, nemlig ”hva de har gjort med maten” for at den skal tåle den lange transporten. Dette berører motsetningene mellom kravene til ”mat som føde” og ”mat som vare” (Lien og Døving 1996). Globalisert handel og lang transport av mat setter gjerne krav til maten som vare, som kan stå i motsetning til egenskaper ved maten som forbrukere legger vekt på. Ferskhets og friskhet er sentrale forbrukerkrav (Wandel og Bugge 1994, Torjusen et al. 2001), og lang transport vekker en skepsis knyttet til metoder for å øke matens holdbarhet.

3.2 Generell tillit til ”andre”

Hvorvidt det er grunnleggende forskjeller mellom tilnærmingene til tillit blant folk i ulike land, er et spørsmål som reises av noen av informantene. Er det noe spesielt med nordmenn i forhold til forbrukere i andre land? Dette spørsmålet diskuteres av informantene fra flere synsvinkler. Ett perspektiv er at det er forholdene i Norge som er annerledes og at forbrukerne derfor har større grunn til å ha tillit. Men det fremsettes også hypoteser om at ”vi nordmenn” i større grad har en tendens til å stole på andre, og at dette bl.a. er knyttet til vår historiske og kulturelle bakgrunn.

”Jeg tror jo vi er litt sånn, jeg, vi Ola Dunk. Jeg tror vi er litt sånn som mennesker. Vi er på en måte lært opp til å – ”myndighet” (bukker for myndighetene) – litt sånn autoritetstro eller...ja, sånn protestantisk tankegang, ja altså ett eller annet sånn – og så har vi alltid vært under, ikke sant, Sverige, Danmark - som folk så er vi litt den typen at vi stoler på – vi er litt sånn trauste der. Det tror jeg ligger litt i folkesjela vår.” (Kvinne, intervju nr. 2)

Denne ideen om at ”vi nordmenn” har en større tendens til å stole på andre enn folk i andre land, understøttes av en survey som nylig er gjennomført i ulike europeiske land: Mens 57% av de spurte i Norge svarte at de mente ”man generelt kan stole på andre mennesker (in general most people can be trusted), var det bare 20% og 14% i henholdsvis Italia og Portugal som mente det samme. Land som Danmark var mer lik Norge med 64% som var enige i påstanden (Poppe og Kjærnes 2003).

En måte å begrunne en slik generell holdning på (å tro godt om folk) er knyttet til en vurdering av andres intensjoner. I andre tilfeller kan det å velge tillit fremfor mistillit knyttes til en slags valgt grunnholdning. I det siste tilfelle kan det ha like mye å gjøre med et valgt standpunkt om hvordan man vil møte omverdenen som en overbevisning om at man faktisk aldri blir lurt (Gulbrandsen 2000).

Nedenfor er noen eksempler som både refererer til vurderinger av andres intensjoner, oppfatninger om sannsynligheten for ”å bli lurt”, og det å velge tillit som en grunnholdning:

”Det er klart at det skjer feil, det tror jeg jo - at det skjer tabber og at det er menneskelig svikt innimellom og, altså – men, jeg tror jo ikke at noen prøver å lure oss. Av de som er satt til å kontrollere. Altså det tror jeg ikke.” (Kvinne, intervju nr. 11)

Senere sier samme informant:

”Jeg er helt klar over at det er sikkert noen ganger man blir lurt, men – eller at det kanskje er noen ganger det ikke stemmer helt, men min grunnholdning føler jeg er at det er greit.” (Kvinne, intervju nr. 11)

”Ja, det [å lure henne] tror jeg egentlig hvem som helst kan (ler) hvis de vil. Men sånn i utgangspunktet, så tror jeg jo ikke de gjør det. Det tror jeg ikke” (Kvinne, intervju nr. 13)

Det ser altså ut til at ”forbrukertillit” kan referere til et slags verdi-basert filosofisk standpunkt, like mye som en rasjonell evaluering av sannsynligheten for og konsekvenser av å bli lurt. Til tross for at informanten i sitatet ovenfor opplever en sårbarhet for å bli lurt, velger hun likevel å ha som utgangspunkt at ingen av dem som står for matkontrollen går inn for å lure henne.

Lagerspetz (2000) beskriver en etisk forståelse av tillit, knyttet til de daglige relasjoner mellom mennesker. Dette er i tråd med den danske teologen Løgstrup's idé om at en ureflektert, selvsagt tillit er en grunnleggende del av menneskelig hverdagsliv. Han ser tillit som et innebygget element i alle menneskelige møter. En konsekvens av dette, er at det er mistillit snarere enn tillit som må begrunnes. Tillit anses som ”utgangsposisjonen” som ikke trenger noen begrunnelse. Et slikt perspektiv gir en annen tilnæringsmåte til å tolke utsagn om tillit som en grunnholdning. Ut fra et slikt syn kan man ikke forvente forklaringer og begrunnelser for tillit.

3.3 Tillit til norsk mat med referanse til produksjonspraksis eller naturbetingelser

Gjennom intervjuene gis det uttrykk for tillit basert på oppfatninger om konkrete forhold i matproduksjonen. Dette uttrykkes gjerne som en idé om at ”Norsk mat er trygg fordi den konkrete matproduksjonen er trygg”. Forhold som informantene trekker frem som viktige i denne sammenhengen er at de oppfatter produksjonsmetodene som brukes i Norge som mer forsiktede (”føre var” strategi), bl.a. med små-skala husdyrhold og bruk av utmarksbeiter; de

mener at dyrene har hatt en ”sunnere” oppvekst, og at det brukes mindre sprøytemidler, eller ikke i det hele tatt. Oppfatninger om trygg matproduksjon i Norge knyttes også til naturgitte klimatiske eller geografiske forhold.

I teksten nedenfor beskriver en av informantene hvorfor han foretrekker norsk kjøtt så vel som norske vegetabiliske produkter. Han presenterer et bilde av Norge som klimatisk gunstig, og hevder at både natur og praksis fremmer sunne dyr og sunn mat. Han knytter tryggheten ved norske produkter til flere av elementene nevnt ovenfor, bl.a. en mer varsom produksjonsmåte med mindre bruk av sprøytemidler.

”Jeg vil heller betale noe mer – jeg har mer trua på det norske enn det utenlandske. Så jeg ville heller betalt mer for å være sikker på at det var norsk kjøtt jeg fikk, altså. Jeg trur tross alt de dyra (...) generelt så tror jeg nok de har det mye bedre her i Norge, har en sunnere oppvekst, da, for å si det sånn, enn de har nedover (...) Det er vel en del frittgående i Norge enda. (...) Og det er jo egentlig en veldig fin utnyttelse av ressursene også. (...) jo lengre syd du kommer, jo mer plantevernmidler bruker de. Det er det vel ikke noe tvil om. (...) Det er klart, kommer du lenger sydover - jo varmere vær, jo mer skadelige innsekter. Sånn sett vil jeg tro da, at de produktene vi har i Norge er noe av det beste eller noe av det sikreste vi kan få tak i.” (Mann, intervju nr 8)

Samme informant fremhever en ”føre var” strategi som viktig for sikker mat når han forklarer hvordan han tenker omkring matvaretrygghet og bruken av ”giftstoffer”:

”Min tanke er det at alt vi bruker i gift av naturen er ikke av det bra – det slår tilbake på oss igjen på en eller annen måte – som han sa en bonde også: ”All den gifta vi heller ut, får du i deg igjen til slutt”. Selv om det skal være nedbrytbare produkter, hevder de, over en viss tid. Men vi ser jo (...) hva de finner igjen av miljøgifter overalt på kloden.” (Mann, intervju nr. 8)

Informantenes oppfatninger om at vi har færre dyresykdommer i Norge sammenliknet med andre land kommer også frem som en viktig begrunnelse for at norsk mat oppfattes som trygg (eller tryggere). I de neste sitatene beskriver to informanter hvordan dette bidrar til å gi dem en følelse av trygghet i Norge:

”Særlig kanskje etter sånn kugalskap og sånne ting - at det har blitt veldig strenge regler, og at vi ikke har vært så hardt rammet som andre land, og man tror med en gang da – eller jeg tror med en gang da at OK, det er jo sikrere, vi har strengere regler, vi spiser ikke mat som kan være infisert av bakterier eller sykdom.” (Kvinne, intervju nr 12)

”Jeg stoler faktisk mer på de [bøndene] i Norge (ler) jeg gjør det altså. Nei, men det kommer litt av, ikke sant, alt dette her som har vært nå – kugalskap og alt mulig sånn. Så er jeg forholdsvis trygg når jeg kjøper ting her.” (Kvinne, intervju nr. 6)

Det at vi ikke har vært så hardt rammet av dyresykdommer i Norge som i andre land er et vesentlig poeng for disse informantene. Det er interessant å merke seg at de to informantene krediterer ulike instanser for den lave forekomsten av sykdom: I det første tilfellet peker informanten på streng matvarekontroll, som hun opplever har blitt skjerpet etter problemene med BSE, mens i det andre eksempelet er det bøndene i Norge som får æren for at vi har hatt færre problemer med sykdom.

I alle disse eksemplene viser informantene til praksis i norsk matproduksjon og/eller naturbe-tingelsene i Norge som en ramme for trygg matproduksjon. De beskriver hvordan disse for-holdene spiller inn på hvordan de oppfatter norsk mat i forhold til helsetrygghet, de diskuterer konkrete temaer, og kommer frem til deres konklusjon etter en slags risikoanalyse. De konk-rette betraktningene knyttes til et nasjonalt nivå ved at det fremholdes som særtrekk ved norsk matproduksjon.

3.4 Tillit til norsk mat med (direkte) referanse til offentlige institusjoner

I motsetning til en oppfatning om at norsk mat er trygg på grunn av måten den er produsert, står en oppfatning om at norsk mat er tryggere på grunn av en strengere kontroll med hva som kommer ut på markedet. Disse oppfatningene kan selvfølgelig også gå sammen i kombi-nasjoner, og kan påvirke hverandre gjensidig. Men som tilnærminger til trygghet er de for-skjellige fra hverandre. I prinsippet kan en tillit til norsk mat begrunnet med tillit til kontrol-len være uavhengig av hvilke oppfatninger en har om selve matproduksjonen, inkludert for-hold som intern kontroll, høy standard i utgangspunktet, profesjonell integritet og gode inten-sjoner hos markedsaktørene om å sikre trygg mat for forbrukeren.

I hvilken grad forbrukerne knytter sin tillit til praksis og intensjoner i matproduksjonen eller til kontrollen av den er viktig i forhold til en utviklingstendens mot mer selv-kontroll gjen-nom kvalitetssikringssystemer basert på egenrapportering og mer delegering av ansvar fra offentlige instanser til næringsaktørene selv. Denne utviklingen sees i flere land, og et viktig spørsmål er hvordan en slik utvikling vil kunne påvirke forbrukernes tillit til trygg mat.

I dette avsnittet skal vi se hvordan informantene uttrykker tillit til trygg mat med referanse til offentlige institusjoner. Når maten oppfattes som trygg på grunn av streng kontroll, kan opp-rinnelseslandet hvor maten er produsert være mindre relevant. Det primære er at maten kjø-pes i norske butikker og dermed er underlagt norske matkontrollen, og at både norskprodusert og utenlandsk produsert mat kontrolleres før de selges i butikken.

”Jeg stoler på (tenker) - Jeg stoler på de som skal sjekke vår mat. For det at jeg tror ikke at noe kommer gjennom til Norge uten å ha blitt ganske grundig sjekket – av helsemyndigheter. Så jeg stoler vel litt på dem, jeg. At det vi får kjøpt i butikken, at det er god vare.” (Kvinne, intervju nr. 12)

Videre ser vi flere eksempler på hvordan tillit knyttes til streng matkontroll:

“Jeg føler meg faktisk trygg på at det er velkontrollert i landet vårt. (...) At det er – i utgangs-punktet trygt.” (Kvinne, intervju nr. 7)

”Altså jeg har såpass tiltro til næringsmiddelkontrollen at de matvarene som selges i norske butikker i hovedsak er bra, jeg. Det er min konklusjon. Og jeg tenker ikke over det når jeg går og i butikken og handler og legger i handlekurven, altså. Jeg gjør ikke det. Så ærlig må jeg være å si. Jeg gjør ikke det i det hele tatt.” (Mann, intervju nr 14)

I disse eksemplene peker informantene på selve matkontrollen som basis for at de føler seg sikre på at mat kjøpt i norske butikker er trygge. I andre tilfeller viser informantene mer gene-relt til norske offentlige institusjoner, politiske ledere og prinsippene i velferdsstaten som grunnlag for at de føler seg trygge på maten.

Det er interessant å legge merke til at tilliten til offentlige myndigheter ikke nødvendigvis er knyttet til konkret kunnskap om hvordan matkontrollen utføres i praksis eller hvilke institusjoner som gjør hva. Dette kommer klart frem i sitatet under:

Mann: *Vi har vel noe sånn Statens Ernæringsråd – nei det var ikke det jeg tenkte på..*

Kvinne: *Helsetilsynet – nei, jeg vet ikke hvem det er som styrer med sånt*

Mann: *Som kontrollerer kjøtt og sånne ting, da. (...)*

Kvinne: *men, ja, det er vel er statlig instans som sørger for at det vi spiser er – sundt? (...) så jeg stoler vel egentlig på de. (...)*

Mann: *Vi vet nok ikke nok om akkurat hvem som styrer hva, men vi har vel en sånn[tillit til] at myndighetene i hvert fall passer på at det er et kontrollorgan. (Par, intervju nr 3)*

Tilliten til at offentlige myndigheter sørger for trygg mat kan snarere ha å gjøre med en generell troverdighet som informantene opplever at samfunnsinstitusjonene i Norge har. I eksempelet under blir slike forhold trukket frem som vesentlig for hvordan mer konkrete forhold knyttet til mattrygghet oppleves.

Mann: *Ja, men dette går på troverdighet sånn som jeg ser det. Altså noen hevder jo at kjøtt fra Mosambique eller Sør-Afrika er noe av det mest økologiske kjøttet som finns. Men vi kjøper ikke det kjøttet. (...) men om det er Irland da, eller Mosambique eller England, ikke sant (...) så er det klart at vi er skeptiske, og det handler om informasjon og så er det det at - Norge og Sverige – Skandinavia eller Norden, det er sånn som vi tror at der fins det tilsvarende organisasjoner som er vaktbikkjer og som gjør at dette tror vi er en høy standard. Det kan godt hende at skinnen bedrar noe helt vanvittig, altså.*

Intervjuer: *Tror du det?*

Mann: *Nei, jeg velger å ha tillit til næringsmiddelkontrollen, jeg gjør det.*

Kvinne: *Jeg er litt mer skeptisk. Altså, jeg tror nok de gjør jobben sin, men jeg tror ikke de har kapasitet til å sjekke alt dette her, jeg. Det tror ikke jeg. (Par, intervju nr. 14)*

Dette informantparet hadde et noe ulikt syn på i hvilken grad og hvorfor man kunne stole på at maten i Norge var trygg. I en diskusjon om importert vs. norskproduserte grønnsaker, sier kvinnen:

”her hjemme - du vet heller ikke hva våre bønder sprøyter med. Men du tror liksom at vi har sånn ”god kontroll” med det vi gjør her, men om det er sånn, det er jeg heller ikke sikker på.” (Kvinne, intervju nr. 14)

Selv om dette informantparet, og særlig kvinnen, gjennom samtalen uttrykker en viss reservasjon i forhold til om matkontrollen er tilstrekkelig, refererer de til en generell troverdighet i de nordiske landene. Måten de uttrykker seg på ser ut til å peke in retning av at de ser dette delvis som et skapt bilde (disse institusjonene *får oss til å tro at ...*) men de viser i alle tilfelle til at de ser på dette som en generelt etablert oppfatning. De stiller spørsmål ved realitetene bak, men mener at oppfatningen om trygghet og god nok kontroll i Norge likevel står sterkt, som en slags grunnleggende forventning eller antakelse.

Dette at tilliten til de norske eller nordiske samfunnsinstitusjonene generelt er viktig for opplevelsen av trygg mat – og ikke bare de som har spesifikt med mat å gjøre - kommer også til uttrykk ved at informantene trekker frem troverdigheten til landets politikere. I sitatet under

diskuterer et par hvorfor det er høyere tillitsnivå når det gjelder trygg mat blant norske forbrukere⁵:

Kvinne: (...) *sånn som Belgia og sånt der har de jo ikke noen grunn til å ha tillit til politikerne – de har gjort så mye – og ikke Italienerne. Det er jo to land som du – der hadde ikke jeg heller hatt tillit til lederne. (...)*

Mann: *Jeg vet ikke om kanskje ikke vi har hatt så mange episoder hvor – i hvert fall ikke at en føler at en på en måte - at myndighetene har prøvd å skjule en del av sannheten og sånne ting? Det har i hvert fall ikke kanskje kommet så mye fram? Jeg vet ikke om det kan ligge noe der? (Par, intervju nr. 3)*

Et interessant skille i vurderingen av tillit til norsk mat – eller mat kjøpt i Norge, ser ut til å gå mellom tillit til at maten er *trygg* og tillit til at den er *god*. I eksempelet under uttrykker en kvinne hvordan hun setter stor pris på det hun oppfatter som høy matvarekvalitet og fristende presentasjoner i utenlandske butikker, mens hun likevel opplever en høyere grad av trygghet når det gjelder sikkerhet for at maten er trygg å spise i Norge.

”Norge har vel egentlig ganske kontrollerte kjøttvarer, ikke sant? (...) Jeg har vært en del i England, jeg har vært en del i Frankrike, de har jo veldig delikate kjøttdisker der, men jeg tror på en måte at Norge har en meget streng kontroll, sånn at jeg føler vel at det er kanskje litt tryggere å kjøpe her hjemme” (Kvinne, intervju nr. 10).

Forbrukere kan ut fra slike synspunkter komme opp i avveininger mellom trygg mat og god mat. Selv om helsetrygghet er å betrakte som et grunnleggende krav til maten, rettes det en rekke forventninger til at maten skal være av ”god kvalitet” i forhold til ulike aspekter som forbrukere legger vekt på.

3.5 Skepsis og mistillit knyttet til norske offentlige institusjoner

Samtidig som de fleste informantene uttrykker en generell følelse av trygghet, kom det frem refleksjoner omkring episoder der de ikke syntes offentlige myndigheter hadde gjort en god nok jobb. Vi ser eksempler på årvåkenhet med hva myndighetene gjør og evalueringer av det som blir kjent om deres praksis.

I eksempelet under beskriver et informantpar deres skuffelse i forhold til myndighetenes håndtering av en konkret sak slik den ble fremstilt i et TV-program.

Mann: *de [myndighetene] var veldig lettvinte i sin omgang med de sprøytimidlene, og sa som så at agurker, tomater, salat, hvis det ble skylt ordentlig – og det var et poeng at du skulle gjøre uansett hvor dette var produsert hen – så var det veldig liten fare for at dette kom inn i sjølve fruktkjøttet.*

Kvinne: *Jeg stoler ikke på det. (...) Jeg tenkte at her kan du ikke stole på noen, tenkte jeg. (Par, intervju nr. 14)*

⁵ På dette tidspunktet i intervjuet har informantene sett resultater fra en survey (Berg 2000), og blitt bedt om å kommentere resultatene.

Neste eksempel viser en ung kvinnes reaksjon på skandalen knyttet til importert kylling som ble solgt som norsk, til og med påstemplet ”Godt Norsk”-merket, gjennom Prior. Etter denne skandalen reagerte informanten med å unngå alle produkter fra dette selskapet. Her beskriver hun hvordan denne hendelsen påvirket hennes tillit til ulike aktører i matvaresystemet, inkludert offentlige myndigheter:

Intervjuer: *Så hvem er det som mister troverdighet overfor deg – altså hvem mister du tilliten til når sånne ting skjer? Du har jo nevnt Prior og Godt Norsk*

Kvinne: *Ja, altså de større institusjonene som på en måte blir med på det. Pluss at de kontrollorganene som skal se etter at dette her er riktig – de lurer jeg litt på – altså skjer det etter at kontrollinstansen har vært inne i bilde, eller når skjer dette lureriet? Eller overser de det, eller hva... Så en begynner å lure litt på hva er det som skjer, hvordan kan det være mulig at det i det hele tatt får skje. (Kvinne, intervju nr. 13)*

Et interessant poeng her, er at vi kan se et samspill mellom hvordan forbrukere oppfatter markedsaktører og offentlige institusjoner. Markedsaktørene har misligholdt den tilliten forbrukerne har vist dem (i den grad de har), men offentlige institusjoner på sin side har også mislyktes i å forhindre at dette skjedde – de har mislyktes i å beskytte forbrukeren.

I det neste eksempelet refererer informanten til flere konkrete forhold der hun mener at næringsmiddelkontrollen har sviktet, og beskriver hvordan dette har påvirket hennes tillit:

”Var det ikke her i fjor da, at de importerte blåskjell fra Sverige, og der fant de jo en eller annen form for bakterie, og de skulle jo ha oppdaget det lenge før hvis de hadde hatt en vanlig, kontinuerlig kontroll! Og hva med de kyllingene da? Her forleden så leste jeg at ”i sommer så kommer så og så mange til å få det og det på grunn av at det er en bakterie i kylling”. Men herlighet, så skriver man det at ”å, det må man liksom bare regne med”! Hvor er kontrollen da da?” (Kvinne, intervju nr. 4)

I dette tilfellet er det ambisjonsnivået som næringsmiddeltilsynet oppfattes å ha som informanten mener er utilstrekkelig. I tillegg kommer de konkrete hendelsene der maten ikke har vært trygg nok, og hun mener kontrollen har sviktet. I neste eksempel fortelles en liknende historie der kontrollen ikke har vært god nok, og myndighetenes ansvar i forhold til å advare forbrukere og gi dem en sjanse til å velge bort usikkerhet trekkes i tvil.

”For eksempel i Sverige hvor de fant ut at fisken hadde noe galt – det var mye dårlig på den andre siden, og så ble det ikke stoppet, og så kom det inn til Norge, og så – der har man jo ikke så mye man skulle stille opp med, men jeg ville jo håpe at man informerte om at ”nå er det litt usikkert å spise den fisken, for vi vet ikke hvor langt den sykdommen har kommet inn til Norge”, det syns jeg myndighetene har en plikt til å undersøke og informere oss om. Og det gjør jo at – jeg føler mindre og mindre trang til å spise både kjøtt og fisk. (...) jeg er ikke så lysten på å få i meg for mye av disse tingene.” (Kvinne, intervju nr. 10)

Fra dette siste eksempelet, blir det klart at det er viktig å forstå hvordan følelsen forbrukerne har omkring sin egen praksis kan opprettholdes - inntil et visst punkt – mens ny informasjon og nye erfaringer tas inn. En årvåkenhet i forhold til hvordan praktiske forhold håndteres, og et uttrykk for at ”hvis ikke ting forbedres” kan det bli aktuelt å endre egen praksis. Endringer

i den følelsen man har knyttet til egen praksis kan – etter en stund – føre til endringer av praksis.

Informanten i neste sitat viser til det han oppfatter som en mulig tvilsom praksis i matproduksjonen, knyttet til bruk av kloakkslam. Han stiller i den sammenheng spørsmål ved den faglige bakgrunnen for den offentlige strategien:

”Ja de [offentlige myndigheter] forteller jo kanskje det de vet men hva vet de? Begynner jo å bli en del spørsmål om det med kloakkslam, og det har jo offentlige myndigheter vært veldig positive til. (Det) begynner å dukke opp noen reststoffer borti Sverige nå som begynner å bli litt plundrete og forklare at dette har vi spredd på jordene som vi skal dyrke mat på. Danskene de sier jo, bryggeriene sier jo klart det at ”nei det kornet vi skal ha til bryggeriet det skal komme fra jorder som det ikke er stødd slam på.” (...) Næringsmiddelkontrollen, ja de er veldig flinke til og så følge opp sånne firkantede regelsaker men hvor mye de skjønner og vet per i dag...” (Mann, intervju nr 15)

Dette eksempelet viser til effekten negative erfaringer med offentlige institusjoners praksis kan ha. Flere av informantene uttrykte frustrasjon og usikkerhet knyttet til *nøyaktig hva* offentlige institusjoner har ansvar for, og hva de tar ansvar for i praksis. En av informantene utbrøt følgende da hun mot slutten av intervjuet ble spurt om hun hadde noe mer på hjertet:

”Ja, hvem har egentlig ansvaret for å kontrollere, og hva har de ansvar for å kontrollere? Og hvem ivaretar det vi er interessert i å få vite? Liksom – hva er det sprøyta med, er det skadelig? Hva gjør de stoffene, hva gjør de stoffene? Hvem gjør det? Det lurert jeg på. Og er det i det hele tatt noen som gjør det?” (Kvinne, intervju nr. 14)

Denne informanten føler seg altså usikker på hvordan det praktiske arbeidet som offentlige institusjoner konkret foregår og hvilke institusjoner som har ansvar for hva. Usikkerhet og manglende kunnskap omkring offentlige institusjoners ansvar og funksjoner er et paradoks sett i forhold til den høye tilliten som er vist i tidligere undersøkelser (Berg 2000). Hvis tilliten ikke er basert på kunnskap, og de forestillingene forbrukerne har ikke skulle stemme, kan tilliten være relativt skjør.

En annen kilde til frustrasjon og usikkerhet som trekkes frem av informantene, er det de oppfatter som svekkelse av myndighet og kontroll fra nasjonalt nivå til EU-nivå. Her er noen eksempler:

“Dette her med at barnegrøten skal begynne å tilsettes ting fordi at EU bestemmer, ikke sant, og så må vi følge etter det - slik at når han (sønnen) får tran hver dag, så kanskje kunne han få overdose av tran, ikke sant? Det der synes jeg ingenting om. (med vekt)... jeg liker ikke at de skal tilsette ting som ikke er der, for da - skulle jeg laget grøt fra bunnen av så skulle det ikke vært der. Og da kunne jeg gitt tran helt trygt. (...) Jeg synes ikke vi skal tilpasse oss så godt til EU, da. Nei, det synes jeg ikke. (...) [når vi må ha] barnegrøt med vitaminer fordi at de i Spania trenger det, da har jeg ikke noe sansen for det. (Kvinne, intervju nr. 9)

”Det er jo litt forandret med EU og... at den sentrerte makten ligger mye der. Vi blir jo puttet på alle EU-direktivene og det er ikke noe vi har å si lenger” (Kvinne, intervju nr. 2)

Det er altså flere forhold til ser ut til å kunne påvirke tilliten til offentlige myndigheter i negativ retning. Konkrete hendelser der forbrukerne ikke opplever at myndighetene tar ansvar slik de forventer, eller der utrygg mat faktisk er kommet på markedet spiller inn på forbrukernes vurderinger av tillit og troverdighet. Men også en opplevelse av at myndighetenes rolle er svekket i forhold til krav om tilpasning til EU vil kunne ha en negativ påvirkning på forbrukernes tillit til at norske myndighetene sikrer trygg mat i Norge.

4 Forbrukerstrategier knyttet til markedsaktører

Som nevnt viser tidligere undersøkelser et betydelig lavere tillitsnivå blant norske forbrukere overfor markedsaktører enn offentlige institusjoner. Et mål med denne studien var å få frem flere detaljer rundt hvordan forbrukere ser på ulike markedsaktører, og hva som kan være årsaker til det lave tillitsnivået. Vi fant at informantene uttrykte en relativt lavere tillit til markedsaktører enn til myndigheter, og et sentralt element var den økonomiske interessen markedsaktører har overfor forbrukere. Et hovedskille mellom forbrukeres opplevelse av offentlige institusjoner og private markedsaktører ser ut til å være knyttet til økonomisk interesse. Målsetninger rettet mot økonomisk profitt anses gjerne som en trussel mot mer altruistiske verdier.

”Nei, jeg synes at de [dagligvarekjedene] – de kan være mer suspekte å stole på. Der er det så mye kamp om kunder og (om å) selge og ikke alltid er de like flinke til å holde temperaturer nede, og de tingene som er gått ut på dato er ikke bestandig tatt vekk, og - nei, jeg ville ikke stolt helt på de. Nei.” (Kvinne, intervju nr 10)

“man mister jo visse illusjoner om hvordan verden blir styrt i det hele tatt, og at du ser hvordan korrupsjonen brer om seg på alle mulige felt, og det tror jeg også gjelder mat – alle skal tjene penger, ikke sant? Alle skal tjene, tjene, tjene (...) vi driver og manipulerer og tuller og tøyser og setter sammen og.... Det er jo ganske tragisk, at vi ødelegger sånn for oss selv, bare for at vi skal tjene penger.” (Kvinne, intervju nr 2)

”matindustrien, de skal tjene på dette her. Så (...) hvis det skjer noe galt, så vil de helst ikke at det skulle opplyses om. For da taper de salg, og da taper de penger. Så det går på fortjenesten deres tror jeg.” (Kvinne, intervju nr 14)

”jeg [synes] det er helt meningsløst at de skal drive å på en måte få dyr til å bli hundre ganger større enn det de ville blitt normalt (...) Jeg synes det er grotesk at fordi vi skal tjene mest mulig penger og fordi det skal gå forttest mulig og sånn, så velger de den type løsninger. Det synes jeg er veldig ille.” (Kvinne, intervju nr 13)

Både næringslivsaktørene selv og deres antatte fokus på profitt fremheves, men også sammenhengen de står inne i med press fra andre. I tillegg til dette generelle poenget med økonomisk profitt, kommer det imidlertid også frem nyanser mellom ulike markedsaktører – som vi skal se eksempler på gjennom dette kapittelet. En viktig dimensjon som markedsaktørene vurderes langs (og også offentlige aktører for den del), er kunnskap og faglig dyktighet. Dette synes å være viktig som grunnlag for trygghetsstrategier blant informantene. Ofte kommer det til uttrykk gjennom referanser til kunnskap i seg selv, eller ”profesjonell integritet”, faglig stolthet, og det poenget at man dermed antas å ha noe å tape (”miste ansikt”) hvis man ikke innfrir forbrukernes tillit.

Vi skal se eksempler på informantenes orientering blant ulike matvarer; blant ulike butikktyper og innkjøpsmåter; og ulike former for informasjonsinnhenting og tillitsbygging – både

gjennom formelle systemer og personlige relasjoner. Dette berører forbrukeren i rollen som ”kunde” (når de velger mat i butikken), men også i rollen som ”borger” - for eksempel i forhold til hva slags informasjon de er opptatt av og hvilke verdier de legger til grunn for vurderingene.

4.1 Merkevarer

Når informantene diskuterte trygg mat og beskrev hva de gjorde i sin hverdag var merkevarer en av de tingene som ble nevnt som en strategi. Visse merker ble fremholdt som tryggere enn andre. En slik strategi innebærer en form for tillit basert på systemer, der merkeordningene fungerer som medium for forholdet mellom produktet (og produsenten) og forbrukeren. Dette skiller seg fra en strategi basert på personlige relasjoner.

Det varierer i hvilken grad informantene konkretiserer hvilke forhold som gjør at de knytter de bestemte merkene til ”trygg mat”. I noen tilfeller ser merket ut til å inngi tillit uten noen særlig form for konkretisering omkring hvorfor.

Bruk av varemerker for å orientere seg og valg av bestemte merkevarer som en trygghetsstrategi er spesielt aktuelt i forhold til bearbeidede varer (men kan også gjelde f.eks. rent kjøtt som bare er forhåndspakket). I sitatet under beskriver en informant som tidligere i samtalen har gitt uttrykk for at hun helst kjøper kjøttvarer over disk hvordan hun bruker merkevarer som strategi når hun handler bearbeidede varer som pølser:

Kvinne: Jeg synes jo at Gilde har på en måte (...) hvis jeg ser at det er fra Gilde så tenker jeg at det er bedre enn... [andre typer] for så vidt også Finnsbråten. (...) Jeg spiser jo pølser, jeg elsker jo pølser, det er noe av det beste jeg vet.

Intervjuer: Handler du de også over disk?

Kvinne: Nei, det gjør jeg ikke. Det blir Gilde (ler) eller Finnsbråten. (Kvinne, intervju nr. 2)

Informantene beskrev også hvordan tillit basert på bestemte merker gjerne kunne kombineres med andre forhold og andre tillitsstrategier, slik som god erfaring over tid eller referanse til barndomshjem og vaner. Informanten i sitatet under forklarte at hun så etter et bestemt merke når hun kjøpte pølser ute: ”...det [er] sånn Leif Vidar pølser som jeg synes er innmari gode. Og det kan godt hende at jeg går lettere til en kiosk som jeg ser har sånn plakat utenfor enn hvis de ikke har det.” Men her beskriver hun innkjøp av pølser som skal tilberedes hjemme:

Kvinne: Jeg ville kjøpt liksom Gilde eller noe – som jeg kjenner fra før. Og som jeg tror er liksom det beste, da. (ler) Altså – jeg tror jeg hadde blitt redd hvis jeg kjøper de billigste, for da tror jeg på en måte at jeg får et produkt som kanskje ikke er det beste – allikevel.

Intervjuer: Så pris har noe med – sikkerhet å gjøre?

Kvinne: Ja, sikkerhet og merket óg. Hvis det hadde vært Gilde som hadde vært det billigste, så kanskje jeg hadde kjøpt det likevel. Men det er noe med at man – jeg har jo hørt det siden jeg var liten, at det er liksom innmari bra

Intervjuer: At Gilde er bra?

Kvinne: Ja. Og så har man hørt det på TV og reklame. Og – nei, jeg ville nok bare kjøpt det, jeg.

Intervjuer: Har du noe mer oppfatninger om hvorfor Gilde er bra?

Kvinne: Nei, jeg tror jo bare - det har bare blitt sånn tradisjon. Og så har jeg liksom sett det hjemme at vi har hatt det, og så. Nei, det vet jeg ikke, altså, i det hele tatt. (Kvinne, intervju nr. 12)

Vi ser her at informanten diskuterer valget av kjente merker opp mot vurderinger av pris - ut fra ideen om at dyrere er sikrere enn billigere. Samtidig er ”hva man har lært hjemme” et viktig element for henne. Her ser vi også et eksempel på at tillit til bestemte merker begrunnes ut fra gode erfaringer over tid og opparbeidede vaner, snarere enn at informanten viser til faktakunnskap om hvordan disse matvarene skiller seg fra matvarer med andre merker. Tvert i mot gir hun uttrykk for at hun ikke har noen spesiell grunn for å velge dette bestemte merket utover at det har blitt en vane, at hun har sett det hjemme, hørt i reklame at det skal være bra, og at hun derfor opplever det som trygt og godt.

I neste sitat kommer også bruken av merkevarer frem som viktig for at informanten skal føle seg trygg på maten hun kjøper. Hun trakk frem et eksempel både på et varemerke hun anså som tegn på trygg mat, og et som hun anså som så tvilsomt at hun syntes butikkene mistet troverdighet hvis de førte dette merket. I tekstutsnittet beskriver hun hva hun synes er tillitvekkende ved den matvareforretningen hun helst liker å handle i.

”for det første at de ikke fører [navn på varemerke]. Dette mistenkelige merket [navn på varemerke] (ler høyt). Nei, altså, så det har med hva slags varer de tar inn. Det er det første. Og at de ikke handler med en liten grossist med sånne typer merker.” (Kvinne, intervju nr 9)

Generelt beskriver hun familiens strategi for å sikre trygg mat slik:

”vi spiser bare kjente merker. Og selv mannen min - når han handler, får han ikke lov til å kjøpe noe annet enn Gildekjøtt.” (Kvinne, intervju nr 9)

Også andre informanter trakk frem merkevarer både i forhold til matvarer som unngås og matvarer som foretrekkes. Det første eksempelet refererer til kvalitet ved matvarene i større grad enn trygghet:

Kvinne:.. de kyllingbrystfiletene [som hun sist kjøpte], det er sånn ”Prior ferdig kyllingbryst” som jeg syns er helt greit, og som mannen min ikke syns er greit i det hele tatt (ler).

Intervjuer: Kan du fortelle litt om det?

Kvinne: Nei, han syns kanskje ikke at det er bra nok kvalitet på de eller at det er tørt eller jeg vet ikke jeg. (...) han vil ikke at det skal være en ”Prior-høne” tror jeg. (Kvinne, intervju nr. 11)

I det neste eksempelet omtaler informanten de nevnte merkevarene som et ”trygt men kjedelig” alternativ. Denne mannen fremhevet gjennom intervjuet at det å smake ny og spennende mat som viktig for ham selv, og diskuterte hvordan han avveide helsemessig trygghet mot matopplevelse – ofte i matopplevelsens favør. I denne sammenhengen er det at han trekker frem forbrukernes kunnskap og kompetanse som avgjørende for å kunne utforske ny mat uten å løpe en for stor risiko.

”Hele tiden så er det kunnskap - å vite hva du gjør. Også som forbruker. Hvis ikke så får du klare deg med Gildes standard savelat og Findens gulost.” (Mann, intervju nr 15)

Dette eksempelet er en god illustrasjon på at det å orientere seg etter merkevarer kan oppfattes som en slags sikker basisstrategi som ikke krever noe særlig ekstra innsats eller bakgrunnskunnskap fra forbrukerens side. Det anses som en raskt, effektiv og robust strategi,

men uten særlig detaljeringsgrad. På denne måten kan orientering i matvaremarkedet etter merker fungere som en effektiv kompleksitetsreducerende strategi.

Betydningen av negative hendelser – både i form av personlige erfaringer og historier formidlet gjennom media – ble beskrevet i sammenheng med både merkevarer og butikktyper. Et eksempel på personlige erfaringer viser hvordan en negativ opplevelse var nok til at denne informanten ikke lenger handler i butikker innenfor samme kjeden som var knyttet til episoden:

”Jeg går ikke lenger på [navn på lavsortiments butikkjede], fordi at jeg kjøpte en juice der og drakk den glad og fornøyd, og så var den gått ut for fjorten dager siden! Sånn at det orker jeg ikke.” (Kvinne, intervju nr 9)

Gjennom intervjuene kom det en rekke eksempler på negative hendelser og skandaler som informantene hadde lest eller hørt om gjennom media, og som hadde hatt betydning for deres oppfatninger om trygg mat.

”...dette kjøttet fra Afrika, som kom til ved kaien og så leide de noen sånne vikarer fra [navn på vikarbyrå] til å fjerne at det var fra Namibia eller hvor det var, og så ble det kjørt ned til en produsent nede på Sørlandet, og det navnet, de brødrene der, de holder jeg meg liksom litt unna, da (ler) og så skulle det gjøres om til annet type kjøtt. Og altså, jeg beklager, men selv om noen sier at de ikke har kugalskap og sånn der nede, så jeg klarer ikke afrikansk kjøtt, det tør jeg ikke - tar jeg ikke sjansen på i det hele tatt. Så det der gjorde veldig inntrykk på meg, så vi kjøper bare Gilde og de norske. (...) jeg vil være sikker på at det er norske varer.” (Kvinne, intervju nr 9)

Denne konkrete hendelsen gjorde altså et sterkt inntrykk på henne. Av mulige praktiske følger, er det ikke sannsynlig at hun er blitt noe mindre opptatt av å følge sin trygghetsstrategi som går på å kjøpe norskproduserte kjøttvarer. Samtidig er det mulig at hun har fått svekket tillit til at informasjonen hun til enhver tid får om maten er korrekt. Dette kan gi en generell usikkerhet. En annen informant beskriver hvordan negative erfaringer førte til at hun helt sluttet å kjøpe varer fra den produsenten som var involvert i skandalen.

”Da Prior drev en periode og importerte fra - det var vel fra øst-blokk land, og stemplet med ”Godt Norsk”, da sluttet jeg helt å kjøpe alt som hadde med Priorprodukter å gjøre.” (Kvinne, intervju nr. 13)

Negative erfaringer kan altså ha stor betydning for forbrukernes tillit, og i de tilfellene vi har sett her, har dette fått konsekvenser for informantenes oppfatninger av bestemte merkevarer og bestemte butikker.

Det å velge ”trygg mat” ut fra bestemte varemerker er mest relevant i forhold til pakkede og bearbejdede produkter. Skal man handle ferske, uemballerte produkter, er det imidlertid ofte ingen merker på varene. En annen metode som da er aktuell, er å bruke sine egne direkte observasjoner av selve varen i butikken - i tillegg til den informasjonen som eventuelt er gitt i butikken (plakater i grønt-disken osv). Vi skal nærmere på slike situasjoner i neste avsnitt.

4.2 “Naturlig” utseende

I selve innkjøpsituasjonen er ofte utseende en vesentlig del av grunnlaget for forbrukerens vurdering av varen – særlig når det gjelder ferskvarer som frukt og grønnsaker. Et “fint” utseende kan være viktig, men samtidig kom det frem i vårt materiale at det er viktige nyanser i forhold til hvilke typer utseende som oppfattes som en indikator på ”god kvalitet” og ”trygget mat”. I mange tilfeller kom det frem en skepsis til et ”for pent” utseende, og referanser til et mer ”natur-nært” utseende som tegn på god kvalitet og sunne, trygget matvarer (særlig frukt og grønnsaker).

Mann 1: ”de ser jo da utrolig (ironisk) røde og fine ut, med de der grønne stengelen på. De ser nesten ut som de er laget i plast. Og det syns jeg ikke noe om lenger. (...) av og til så lur-
rer jeg på om de har genmanipulert dem, for de ser så like ut. Jeg syns de ser så utrolig deli-
kate ut – de er for delikate liksom noen av dem – ser nesten for perfekt ut, og de holder seg
utrolig lenge, så da har jeg lurt litt på – liksom blir litt sånn hmmm (illustrerer undring,
skepsis) Jeg kjøper dem med en viss undring, i hvert fall.

Intervjuer: Det er jo veldig spennende. Det kommer veldig tydelig frem at dere legger stor
vekt på det estetiske, men så er det på en måte en grense der – for pent, sier du?

Mann 1: Absolutt – de ser for perfekte ut, altså jeg sammenlikner igjen tilbake til Korsika, for
vi har vært der så mye (...) der får du grønnsaker – du ser jo at de er solmodnet og de er uli-
ke størrelser og ulik farge og

Mann 2: Og de er litt stygge

Mann 1: Vi ser at de er ikke..

Mann 2: De er vokst ute i hagen, ikke sant.

Mann 1: Og det – de virker på en måte – for å bruke et ord som autentiske her - altså mer –
ja, de virker mer ekte. (...)

Mann 2: [På Korsika] får du tomat som er korsikanske som er veldig stygge på utseende,
men de er veldig veldig gode. Så da kjøper jo vi de. (Par, intervju nr. 1)

I denne refleksjonen omkring tomater i ulike kontekster ser vi eksempler på hvordan et ”for pent” utseende oppfattes som en indikasjon på noe utrygt og uønsket (“er de genmanipuler-
te?”), mens et mer ”autentisk”, ekte og kanskje ”stygt” utseende oppleves som kjennetegn på
bl.a. god smak. Slike vurderinger kom til uttrykk i mange av samtalene våre.

Bruk av sprøytemidler og en intensiv produksjon som anses å presse naturbetingelsene står
også gjerne sentralt i slike betraktninger. I eksempelet under diskuterer informantparet greske
tomater fra gode ferieminner som sammenliknes med de tomatene de kjøper til daglig i deres
nærbutikk hjemme i Norge.

Mann: Tenk deg den tanken, la oss ta han med den tohjuls traktoren, da, han som kommer til
markedet i Hellas. Hvem vet hva han har sprøytet de tomatene med? Der finnes det ikke noen
næringsmiddelkontroll, altså, som han kjører innom før han kjører til butikken med tomatene
sine! Så kan vi si at ”det smaker sol”, men det kan godt hende at det smaker noe helt annet
enn sol, altså. (...) vi vet jo aldri om dette er en skrulle bonde som virkelig utnytter jordene
sine til det maksimale og sprøyter så det suser?

Kvinne: Men da hadde ikke tomatene sett sånn ut

Mann: Hvorfor ikke det? Det har vel vi ingen forutsetning for å si noe om!

Kvinne: Jo, for de er litt skeive og litt rare og litt sånn og kanskje en flekk og en sprekk og
altså

Intervjuer: Så det er med å øke troverdigheten?

Kvinne: Jeg syns det ser så – ja, for de er ikke helt perfekte. De er ikke sånn ”plastisk operer-
te” (ler) (...) De du kjøper bortpå butikken som alle er like store, alle er helt – og så kan de

ligge i kjøleskapet i så mange uker, hva trur du det er i det skallet der? (...) Er det noe sånn evigvarende holdbarhetsgreier som vi putter i oss? (Par intervju nr. 14)

Igen ser vi at et uregelmessig og ”ikke helt perfekt” utseende som forbindes med noe ”naturlig” oppfattes som tegn på at maten er sunn og trygg å spise. Ofte trekker informantene frem referanser til frukt og grønnsaker slik de husker fra barndommen eller som de har erfaring med fra egen hage, og resonnerer rundt at et utseende som avviker fra disse minnene og erfaringene kan være forbundet med teknologi og produksjonsmetoder som de er skeptiske til.

Mann: *...vi er jo i grunnen stort sett selvforsynt med epler (...) men ellers så kjøper vi en del av de herre importerte eplene også. De ser så flotte ut (ler, ironisk)*

Intervjuer: *Ja? Hva syns du om dem?*

Mann: *Nei, de ser jo veldig fine ut, men du vet jo ikke hva – de er jo sprøyta sikkert, forferdelig mange ganger. (Mann, intervju nr. 8).*

”... disse eplene – vi får jo epler i hagen, vi har epletrær, da, men de får jo alltid sånne sorte – det er utøy på det og sånn, ikke sant? Mens de jeg kjøper i butikken, de er jo helt grønne. Det betyr jo at de er sprøytet. Så jeg vet at jeg får i meg noen ting som kanskje kan være kreftfremkallende. (...) Og de kan jo ligge – et eple i butikken kan jo ligge på bordet ja, nesten tre uker uten at det synes. Mens de her fra hagen, de blir dårlige. Det er jo noe veldig kunstig her, altså.” (Kvinne, intervju nr 9)

I siste eksempel ser vi at i tillegg til et for perfekt utseende, er en ”unaturlig” lang holdbarhetstid også noe som fremkaller skepsis på en liknende måte.

4.3 Gode historier og bilder

Vi spiser ikke bare maten i en konkret forstand, men i en viss forstand ”spiser” vi også de historiene og bildene vi assosierer med matvaren. Disse skal også oppfattes som ”spiselige” og trygge for den enkelte forbruker – i henhold til de personlige assosiasjonene hver enkelt danner seg. Slike gode bilder eller historier kan gjelde både produktet i seg selv, og produktets opprinnelse (produksjonssted og produksjonsmåte).

Det kom frem eksempler på at slike bilder var knyttet til Norge på en generell måte, for eksempel med referanser til norsk natur som ”ren” og norsk husdyrhold som mer ”naturlig”. De gode bildene ble noen ganger knyttet til bestemte områder, vakre ”rene” landskaper, og småskala produksjon hvor menneskene som lager maten kan identifiseres personlig og oppleves som potensielt tilgjengelige. Opplevelsen av mat som ”hjemmelaget” stod i noen tilfeller som sentralt.

Ett av informantparene fremhevet noen spesielle pølser fra Vestlandet – som de oppfattet som svært annerledes enn de pølsene de av og til kjøpte på bensinstasjoner på vei hjem en sen kveld. Pølser i seg selv beskrev de som litt ”usundt”, som noe som de sjelden spiste og hadde klare grenser på i kostholdet sitt. Men pølsene fra Vestlandet kom i en helt annen kategori. Begrunnelsene som informantene viste til dreide seg delvis om ernæringsmessige argumenter om mer rent kjøtt og mindre fett og mindre tilsetningsstoffer, men det kom også frem at forholdene rundt pølsenes opprinnelse var en viktig del av hva som skilte disse pølsene fra de andre ”usunne”, bl.a. hvordan det rene, vakre landskapet hvor dyrene hadde blitt avlet opp, og den håndverksmessige småskala produksjonen. Informantene knytter i sin beskrivelse forbindelse mellom renheten og ”sunnheten” i naturen og sunn mat. Selv om det presenteres

med selvironi, uttrykker det likevel en forbindelse mellom oppfatninger om landskapet hvor maten kommer fra og oppfatninger om matens kvalitet og trygghet.

Mann 1: *Ja, jeg tenker at (...) en pølse er det mye rart i (...) av og til så syns jeg det er godt, og av og til så tenker jeg når jeg spiser pølse at "nei, nå skal jeg ikke spise pølser" for det spiste jeg da, og det er usundt og (...) det er ikke bra – pølse og cola, det får være grenser. Absolutt. (...) Jeg har absolutt sånne grenser på pølser*

Mann 2: *Vi har aldri pølser til middag. Jo – det er feil, vi har noen sånne veldig gode som jeg har med hjem fra Vestlandet, men de er laget av reint kjøtt. (...) Men de er skikkelig sånne lagt på noen små gårdsbedrifter på Vestlandet. (...) De er på Vestlandet – kun der. Du får de på noen butikker som har leveranser fra disse få gårdene som lager de. (...) jeg vet at de ligger lang en spesiell fjord. Det er bare der du får de.*

Intervjuer: *Så du har liksom bilde av..*

Mann 2: *Jada, og det er veldig veldig flott med fjell og fjord og da tror jeg det er veldig sunt (ler) Men de er veldig gode, og det er lite fett, og det er så rent kjøtt.*

Mann 1: *Og så er de litt sånn "hjemmelaga". (...) Og så tenker jeg jo av og til at de pølsene som vi kjøper fra Vestlandet de inneholder ikke så mye tilsetningsstoffer som noen av de andre pølsene gjør. (Par, intervju nr 1)*

Her følger et annet eksempel på at innsikt i dyrets liv som gir informantene positive bilder, påvirker måten hun oppfatter maten på.

"Det at jeg visste f.eks. at kjøttet – altså mannen min går på jakt og skyter hjort på Vestlandet. Og når han tilbereder et hjortemåltid her, når jeg vet at den hjorten har gått i fjellet og hatt det fint og – ikke sant? Da spiser jeg det kjøttet med glede." (Kvinne, intervju nr. 2)

Slike gode historier var ikke bare knyttet til norske forhold. Tilsvarende kom også bl.a. frem i sammenheng med kjøtt fra Afrika:

"Det er jo ikke så lenge siden jeg så et program på fjernsynet hvor de hadde importert oksekjøtt fra Afrika – hvilket land, det husker jeg ikke – og da var det en undersøkelse hvor de ble intervjuet og spurt "tør du kjøpe dette her" – og så viste det seg at disse dyra de gikk jo på fritt beite, de! De fikk ikke all den her kunstige maten (...) de hadde det jo som grever disse her og var harmoniske og lite stressa i forhold til hva våre norske kveg kan være! Ikke sant?" (Kvinne, intervju nr. 4)

I drøftingen av synlige indikatorer som forbrukere bruker for å gjøre seg opp en mening om maten (bl.a. i forhold til helsetrygghet), kom det frem flere referanser til nødvendigheten av praktisk erfaring med matlagning og vurdering av råvarer. Dette ser ut til å være et viktig hjelpemiddel for forbrukerne, men er altså ikke nødvendigvis tilstede hos alle. Det vil kunne utgjøre en viktig forskjell på forbrukere i forhold til deres "forsvar" mot dårlig eller utrygg mat og deres mulighet til å gjøre gode valg ut fra deres egne ønsker.

4.4 Direkte observasjon i butikk

Når det gjelder mange av de tingene som forbrukerne er opptatt av i forhold til trygg mat og unngåelse av helserisiko, kommer man til kort med den informasjonen man kan skaffe seg gjennom egen observasjon i butikken. Likevel er det i mange tilfeller i stor grad det direkte

observerbare forbrukerne føler de har å forholde seg til når de gjør sine vurderinger. Noe informasjon er tilgjengelig på forpakninger, gjennom merker osv., men informantene uttrykker også ønske om å få informasjon som går utover det som vanligvis er tilgjengelig i butikken. Tilgjengeligheten av en fagperson i butikken som forbrukerne kan spørre direkte om de tingene man lurer på i butikken fremstår som viktig i denne sammenhengen.

Her følger noen eksempler som viser til at ikke alle de forhold som informantene er opptatt av kan observeres direkte i butikken:

”du sier ”noe galt med maten” – det de fleste forbinder med det, det er hvis det har dårlig smak - du kjenner jo ikke smaken av konserveringsmidler og tilsetningsstoffer og alt det herre her - altså, det er hvis rett og slett maten er bedervet, da for å si det sånn.” (Mann, intervju nr 8)

Informanten i neste eksempel diskuterer forskjellene mellom hvordan hun oppfatter biff og pølse i forhold til mattrygghet:

”Ja altså i utgangspunktet, sånn med en eneste gang, så er min reaksjon ”ikke pølse”. For pølsa vet du ikke hva er i. Men – det vet du jo søren ikke om biffen heller! Så – du kommer jo ikke noe lenger! Sånn er det. Og derfor hadde det vært flott – det skal være liksom enkelte steder liksom at du vet at når du kjøper den biffen der, så kommer det fra den gården der, som har den og den typen kveg og de får den og den maten, de får ikke kjøttavfall...” (Kvinne, intervju nr 4)

Her beskriver informanten hva hun konkret ser etter når hun kjøper kjøtt:

Kvinne: *[jeg] vil jo gjerne sjekke litt hvor mye bein eller fett eller ...*

Intervjuer: *Så det ser du på en måte?*

Kvinne: *Nei, det ser en jo ikke alltid (ler). Så det er jo litt sånn tillitsforhold og, tenker jeg, når en kjøper kjøtt. (Kvinne, intervju nr 11)*

Det kommer altså frem i disse eksemplene at mange forhold informantene er opptatt av, som for eksempel hva maten inneholder, hvor den kommer fra, eller hva husdyrene har spist, er ikke mulig å se direkte, og heller ikke alltid opplyst om. Konklusjonen som informanten i siste sitat trekker er at dette handler om tillit – nettopp fordi man ikke har full innsikt og kontroll selv. Som forbruker er man ”nødt til” å stole på noen.

Under er noen eksempler på hvordan denne problematikken oppleves, og hva informantene i praksis gjør når de handler mat. Referanser til ”en følelse” snarere enn vurderinger ut fra et faktagrunnlag er karakteristisk. Dette bekrefter på en måte at vi er i ”tillits-sfæren” – her kan ikke forbrukeren basere seg på sikker kunnskap, men er henvist til å stole på (eller la vær å stole på) andre. Hva som gir grunnlaget for den ”følelsen” som oppleves, konkretiseres i noen grad i eksemplene under. Det kan være også diffust hva som er bakgrunnen for om man føler tillit eller ikke, og det kan være som informanten i eksempelet under påpeker ”mer en følelsessak”.

Kvinne: *Nå har vi jo en sånn liten butikk akkurat der hvor vi bor hvor de selger kjøtt fra disk – (ler) der kjøper jeg veldig sjelden kjøtt. Og det tror jeg – altså det er mer en sånn følelsessmessig... - at jeg er ikke helt sikker på hvor rent det er på det rommet bak der (ler). Det er kanskje like god hygiene der som på Meny og på Rema, men en ser det ikke, så. (...)*

Intervjuer: *Men det du sa nå var interessant, altså den der følelsessaken - kan du si litt mer om det – vet du noe om hvorfor du har en bedre følelse på Meny?*

Kvinne: *Nei, altså, jeg tror jo rett og slett at det er det at en ikke ser det. (...) også er det vel det at det virker stort og sterilt, og så tenker en at da er det rent, men det er jo slett ikke sikkert at det er det. Og det kan jo godt hende at det er akkurat like mye eller lite bakterier på bakrommet (ler) i den lille butikken hos oss, men – så, jeg tenker jeg har ikke noe belegg for det, annet enn det jeg ser og en følelse som jeg får. Og jeg er helt klar over at det kanskje slett ikke stemmer med realiteten. Sånn at jeg sier det er basert på følelser. (Kvinne, intervju nr 11)*

Denne informanten peker altså på at hun ikke opplever at hun har noe kunnskapsmessig grunnlag for å vurdere og gjøre seg opp en oppfatning, og at hun derfor må støtte seg til det hun kan se, og den følelsen det gir henne. Som forbruker eller kunde kan man ikke uten videre se gjennom observasjon av butikklokale og matvarene hvordan helsemessig trygghet er ivaretatt. Men noen forhold går igjen i beskrivelsene som en slags indikatorer som informantene bruker, for eksempel at det er ryddig, ”ser rent ut”, hvitt, ”stort og sterilt”, og at det er brukt materialer som rustfritt stål. Funksjonelle forklaringer og estetiske betraktninger kan godt blandes i beskrivelsene.

Mann: *Og det er reint, og det er hvitt, og du vet sånn som det er i sånne kjøttforretninger – det er sånn jeg vil ha.*

Intervjuer: *Så ”rent”, tenker du da på hygiene?*

Mann: *Ja, og at farvemessig, at det er hvitt og estetisk – og stål og – at det ligger, ja, at det ser rent ut. (...) Jeg kan jo også sånn ved selvsyn se at det ser friskt og – det kan jeg jo se. Og at snittflater og sånn ser friske ut og –*

Intervjuer: *Føler du at du har en del kompetanse på det selv – at du har erfaring og*

Mann: *Ja, jeg synes det. Ja, jeg vil si det. Jeg har lagt såpass mye mat. (Mann, intervju nr 1)*

Kvinne: *Ja, nå opplever jo jeg at så lenge det er reint og ser delikat ut i disken og sånt, så føler jeg meg jo trygg på (...) [jeg vil] vite at det er magert, og at det ser friskt ut, og at det samtidig, hvis det er oksekjøtt eller biff, at det mørt. Ja, magert og mørt. Ja farvemessig, ikke sant, at det ikke er noe belegg på det og sånt, eller skimmer i det. Det ser jeg jo alltid etter. Og at rammebetingsene rundt er - ser hygieniske ut.*

Intervjuer: *I butikken?*

Kvinne: *Ja.*

Intervjuer: *Føler du at du har god erfaring sånn at du kan bedømme utseende selv? Altså at det du kan se i butikken gir deg grunnlag for å føle deg trygg?*

Kvinne: *(tenker litt) Nei, det kan jeg vel ikke si at jeg har så mye kunnskaper om, men det er jo liksom litt sånn livslang læring rundt dette, da, og som sagt jeg tror nok jeg – jeg ville jo kjent på lukt eventuelt, og sett på farge og konsistens hvis det var noe som var – så mistenkelig ut, og da ville jeg også selvfølgelig vurdert holdbarhetsdato og slike ting. (Kvinne, intervju nr 7)*

Informantene fremhever kunnskap og erfaring over tid som et viktig premiss for at de i kunderollen skal kunne vurdere sine observasjoner i forhold til mattrygghet. Å sette dette i sammenheng krever, slik de påpeker, erfaring med både råvarevurdering ved innkjøp, og med å lage mat. Dette gjør at forbrukere med mindre erfaring på disse feltene vil være mer avhengig av andre typer informasjon enn dem som kan trekke på erfaringsbasert kunnskap.

I tillegg til observasjon av selve butikken eller matvarene, kan observasjon av hva de ansatte gjør være nyttig for forbrukernes vurderinger. I eksempelet under viser en kvinne til noen konkrete observasjoner som hun knytter til hygiene og å unngå smitte og derved forebygge sykdom.

Kvinne: ...det er jeg litt nøye med når disse bak disken, når de skal ta opp og servere meg, da, at ikke de har stått da med rått kjøtt like før – og så begynner de å ekspedere meg – men på [navn på butikk] så er de veldig flinke til å tørke av kniven – eller ta andre kniver gjør de helst, det gjør de, de er flinke der. Og når det gjelder kjøttprodukter så har de selvfølgelig alle disse knivene, men når det gjelder brød, så – av og til blir jeg sånn at - nesten litt uvel når jeg skal kjøpe et brød og så har kunden før akkurat blitt ekspedert med penger og så bruker hun hendene sine og så tar brødet – det føler jeg at jeg blir litt uvel av – så jeg liker bedre hvis de som – det er noen som bruker pose, ikke sant, og det gjør de borte på [navn på baker] og det legger jeg merke til. Så når jeg kjøper sånn brød (...) så er det der jeg vet at de ikke tar med hendene. (...) nå i sommer på [navn på butikk] akkurat i fellesferien har de hatt en ung gutt der, og jeg må innrømme at jeg liker bedre de damene som jeg kjenner og han eldre mannen som ser liksom sånn – som jeg vet er – proper, da – ren og i det hele tatt, så jeg vil helst bli ekspedert av de som jeg vet er nøye på hygiene og sånn.

Intervjuer: Så det går på at du har hatt litt tid til å få erfaring med dem, eller går det på

Kvinne: Ja, jeg har sett at de bruker hansker i rette situasjoner og tar av seg hanskene og vasker seg på hendene og i det hele tatt. (Kvinne, intervju nr 9)

Observasjonene i kjøpsituasjonen som informantene knytter til hygiene og helsetrygghet ved maten, kan dreie seg både om matvarene i seg selv, butikklokalet, og betjeningens oppførsel. De benytter seg av flere (sansbare) forhold som de mener er brukbare som indikatorer på trygg mat, men henviser samtidig til mangler ved denne strategien. Når de i tillegg i noen tilfeller opplever at de ikke får god nok informasjonen om maten, mener de det tydeliggjør betydningen av tillit.

4.5 Andres fagkunnskap og ferdigheter som trygghetsstrategi – profesjonell integritet

Kunnskap og ferdigheter kommer frem som et viktig element i forbrukeres vurderinger i matvaremarkedet. Informantene viser til vurderinger av både offentlige institusjoner og private næringslivsaktører langs denne dimensjonen. Avhengig av hvordan disse vurderingene faller ut, kan dette nyansere og moderere de generelle oppfatningene av disse to typene aktører. Tidligere har vi sett at det offentlige generelt oppfattes som mer troverdige i forhold til mattrygghet enn private markedsaktører. I forhold til vurderinger av troverdighet basert på fagkunnskap og faglig integritet har det imidlertid kommet frem positive beskrivelser av private aktører og negative beskrivelser av offentlige instanser. Vi finner altså beskrivelser av både tillit og skepsis i forhold til begge typer aktører.

Denne strategien som er basert på vurderinger av fagkunnskap og profesjonell integritet, knytter seg altså til hva som faktisk skjer i matproduksjonen og distribusjonen fremfor en vurdering av et kontrollsystem som skal sørge for trygg mat. Informantenes vurderinger av disse egenskapene knyttes både til en person, til en yrkesgruppe eller gruppe aktører i matvaresystemet, eller f.eks. til en type butikk, som for eksempel spesialbutikk vs. vanlig dagligvareforretning.

Typiske eksempler på markedsaktører som ble fremhevet som troverdige i forhold til trygg mat var spesialforretninger som slaktere, fiskeforhandlere og grønnsaksbutikker. En viktig forskjell som gjerne blir nevnt mellom disse spesialforretningene og vanlige supermarkeder, er at det finnes mennesker i butikken som kan henvende seg til, og at disse har en høy faglig kunnskap og viser interesse for både matvarene og kundene.

I eksempelet under kommer det frem at det er mer uklart hvem man skal henvende seg til i supermarkeder, hva slags svar man kan forvente å få, og hva som skjer med de tilbakemel-

dingene de har gitt som kunde. Blir det formidlet videre? Hvem som har ansvaret synes mer uklart og vanskeligere å knytte til en bestemt person for forbrukeren.

”... ja, hadde det vært for eksempel en slakter eller en fiskehandler eller spesialforretning så går du tilbake, ikke sant. Si nå du at jeg hadde kjøpt en fisk hos fiskehandleren på [navn på sted] og den fisken var pyton. Så ville jeg jo gått tilbake dagen etter og sagt at ”- herlighet, den fisken der den var fæl.” Og da ville de ha sagt ”- Å Gud, nei! Hva er det du sier! Å, guri, å” ja. (...) Men du har jo ikke noen sjanse til å gjøre det i et supermarked – føler jeg. Altså jeg vet ikke hva - skulle man gå til ”the manager” eller hva det nå heter da? Det kan hende at det er der man må gjøre det, men jeg vet jo ikke om han går videre. Vet du? (ler) Jeg vet ikke.” (Kvinne, intervju nr 4)

”innenfor en del av disse billigbutikkene, enten det er Seven-Eleven eller RIMI eller hva det måtte være, så er det jo bare å ta folk rett inn fra gata, og så er det å sitte i kassa. (...) dagligvarekjedene, de bare selger varene uansett, altså de får den inn og de selger den, og det gjelder ikke bare dagligvarekjedene, det gjelder klesvarekjedene eller de som selger maling osv. osv., veldig ofte når du kommer inn i en butikk, så kunne du – som Øystein Sunde sier, like gjerne bestilt ”et med reker” – utifra hva slags fagfolk som står bak disken.” (Mann, intervju nr. 14)

Vurderinger av fagkunnskap og faglig stolthet er ikke bare knyttet til de aktørene som forbrukeren kommer direkte i kontakt med, som i matbutikken, men kan også gjelde yrkesgrupper som for eksempel bønder og arbeidere i matindustrien.

”bøndene er (...) i hovedsak fagfolk som vet hva de steller med til daglig” (...) matindustrien også for så vidt. (...) bøndene og matindustrien tror jeg gjør sitt aller beste for at maten skal være i overensstemmelse med hva myndighetene mener (Mann, intervju nr. 14)

Med referanse til ulike yrkesgrupper, vurderer altså informantene deres troverdighet ut fra oppfatninger av deres faglighet, kunnskap og yrkesstolthet. Liknende vurderinger ble også knyttet til bestemte personer, noe vi skal se nærmere på i neste avsnitt.

4.6 Personlige tillitsrelasjoner

4.6.1 Vurdering av egenskaper knyttet til en person

En tilnærming som skiller seg fra den som er beskrevet ovenfor, der visse typer instanser eller aktører som gruppe vurderes, er oppfatninger av troverdighet basert på vurdering av personlige egenskaper. Også i dette tilfelle står kunnskap helt sentralt. I tillegg til kunnskap ble også andre egenskaper fremhevet av informantene som relevante, for eksempel at de var hyggelige, elskverdige, serviceinnstilte, seriøse, ærlige, og viste moralsk integritet.

I det første eksempelet under gir informanten uttrykk for slike vurderinger i forhold til en butikksjef ved en velrenommert spesialbutikk:

Mann: ...han driver seriøst med fagfolk bak diskene sine.(...) ja, det er et godt poeng, synes jeg, at man vet at når du snakker med folk bak disken på [stedsnavn], så – veldig ofte så produserer de mye av maten sjøl (...) de har mye fagkunnskap i butikken sin, mens (...) innenfor

en del av disse billigbutikkene (...) så er det jo bare å ta folk rett inn fra gata, og så er det å sitte i kassa.

Intervjuer: *Så det ligger en type risiko eller en type – mulig kvalitetsforringning...?*

Mann: *Altså de selger hva som helst for å tjene penger, det tror jeg ikke [navn på kjøpmann med kvalitetsprofil] gjør.*

Intervjuer: *Så det går på en troverdighet?*

Mann: *Troverdighet, ja.*

Kvinne: *Altså, selger han dårlig kjøtt, så mister han kunder direkte, fordi folk går dit på grunn av kvaliteten. Er det det du mener?*

Mann: *Ja, det er det jeg mener. Og det er klart at [navn på butikkjede med lavsortimentsprofil] har mye mindre risiko der enn det [Navn på kjøpmann] har (...) Folk kjøper jo mat uansett, og nå er det snart bare tre eller fire kjeder hvor man kjøper mat. (Par, intervju nr. 14)*

Et poeng som også blir trukket frem her, er at det som den andre parten har å tape bringes inn som et element i vurderingen av troverdigheten, av om man skal gi tillit eller ikke. Det at den andre parten løper en risiko for å "tape ansikt" anses å øke troverdigheten i forhold til at maten skal være bra og trygg. En høy faglig stolthet og stor fallhøyde pga forventningene kundene har, fungerer som en sikkerhet for forbrukerne.

Et annet element som informantene trakk frem var at deres oppfatning av profesjonell integritet kunne være nært knyttet til hvor sterkt de opplevde at den aktuelle markedsaktøren forbandt seg (personlig) med det produktet som ble tilbudt i markedet. "Gjennomsiktigheten" i måten produsent og produksjonsmåte er synliggjort på gjennom informasjon på emballasje eller i butikken ellers er eksempler på forhold som informanten så som relevante i denne sammenheng. I eksempelet under snakker informanten om hvordan hun opplever eggekartonger med navn og bilde av produsenten som en form for "personifisert sporbarhet" der muligheten for å ta kontakt hvis man har noe å klage på øker troverdigheten til produktet.

"da har de på en måte "turt" å tilstå hvor det kommer fra (...) Hvis de på en måte tør å stå frem med navn og bilde, holdt jeg på å si, så at de da virkelig står for det – det tror jeg nok at de gjør." (Kvinne, intervju nr 13)

I tilfeller hvor forbrukeren opplever at muligheten for å jukse er tilstede, og der man ikke fester all lit til kontrollsystemet, kan for eksempel vurderinger av aktørens personlige moralske integritet spille inn. I eksempelet under viser informanten til bøndernes moralske integritet som avgjørende for hvorvidt maten er trygg eller ikke. Han ser det slik at det ligger en konflikt mellom presset for å tjene penger, og forpliktelsen til å levere trygg mat, og at den enkeltes samvittighet er det som blir avgjørende.

"Alt er pressa på priser (...) bøndene klager over at de får det dårligere og dårligere (...) De kunne jo tjent mer penger, egentlig, sa de, ved å trikse med fôret, (...) for de putter jo antibiotika blant annet i fôret for å få dyra til å vokse raskere (...) men vi har jo litt samvittighet, var det en av dem som sa" (Mann, intervju nr 8)

Trygghet knyttet til personlige relasjoner, gjerne etablert over tid, fremstår som en viktig form for trygghetsstrategi. Slike personlige tillitsrelasjoner var gjerne knyttet til nærbutikken, der et tillitsforhold hadde utviklet seg over tid. Informantene trakk frem elementer som god erfaring med matvarene, at de opplevde å bli behandlet seriøst hvis de hadde hatt noe å klage på, og positive vurderinger av personlige egenskaper hos betjening og ansvarlige personer som viktige. De beskrev noe som kan minne om en form for sosial kontrakt – som det ville koste noe for begge parter å bryte.

*”Ja, jeg handler mest på den forretninga vi har her oppe på [stedsnavn] en av de små nær-
meste, og der kjenner jeg jo han sjefen og det er hyggelige folk der” (Mann, intervju nr 8)*

*”..de har jo veldig hyggelige folk der og er flinke med kjøtt. (...) Kanskje ikke akkurat de bes-
te tilbudene bestandig (...) men de er veldig hjelpsomme der oppe, og en får utmerket service.
(...) Kan få noen tips, hvis det er noe jeg lurer på. (...) vi har jo bodd her i 20 år, så vi har jo
handlet der oppe bestandig. Du blir jo godt kjent da. (...) jeg kan ikke huske at jeg har fått
noe dårlig der, liksom, og det betyr mye. Jeg føler meg trygg på at det er bra.” (Kvinne, in-
tervju nr.6)*

Intervjuer: *Syns du det er noen forskjell på forskjellige typer butikker?*

Kvinne: *Å ja. Å ja. For eksempel her bort på [navn på butikk] der har du en kjøttdisk. Og de
som har stått bak den de har liksom – jeg har fått et tillitsforhold til dem – og du kan spørre
dem og jeg tror du får et - ja, ganske ærlig svar. (tenker) Men det kan jo være bare fordi at
det er nærbutikken, jeg vet ikke. Nei jeg vet ikke. (Kvinne, intervju nr. 4)*

*”...hvis jeg kommer hjem med da en ost som er muggen, en ting som da ikke er bra, da går
jeg tilbake og helt elskverdig, så sier de at ”bare ta en ny ost”, og så får du dobbelt penger
tilbake altså. Det er ikke noe spørsmål og det kan ha gått over en weekend og jeg ikke har
kommet tilbake før en mandag eller tirsdag eller noe sånn, og de er like greie og forståelses-
fulle på det. (...) når du handler et sted hvor de kjenner deg, da er det ikke noe problem å få
gjort sånne ting.” (Kvinne, intervju nr. 10)*

Det å kjenne hverandre gir grunnlag for trygghet. Men informantene gir også uttrykk for be-
grensninger ved kontakten med personene i nærbutikken, både knyttet til avveiningene mel-
lom det å selge varer i forhold til å beskytte kundene, og knyttet til deres kunnskap om pro-
duktenes historie – altså hva de *kan* si noe om og hva *vil* de si noe om. Noen slike elementer
kommer frem i sitatet nedenfor. Samtalen dreier seg om hvor informanten føler at hun får
informasjon om mat fra, og hun har tidligere sagt at hun ofte snakker med butikkpersonalet i
nærbutikken hvor hun handler. Hun har også nevnt at en av døtrene hennes reagerer allergisk
på visse typer epler, noe informanten knytter til bruk av sprøytemidler.

Intervjuer: *I butikken – du sa du av og til snakker om maten når du handler der – så du får
noe informasjon der også kanskje?*

Kvinne: *Ikke hvis det er noe galt? De går jo ikke rundt og sier, ”du, den bør du ikke kjøpe i
dag” – de gjør jo ikke det.*

Intervjuer: *Hvis du skulle kjøpe epler for eksempel til døtrene dine og du gjerne skulle visst
om de var sprøytet eller ikke – føler du at det er noe du kunne spurt om i butikken og forvente
å få et svar?*

Kvinne: *Jeg ville absolutt kunne spørre dem, men om de visste svaret – for det er jo veldig
mye import, så det er vel tvilsomt om de ville vite hvordan behandlingen hadde skjedd.
(Kvinne, intervju nr. 10)*

I neste eksempel fremholder informanten at hun helst kjøper kjøtt over disk hvor hun kan
forholde seg til et menneske, men at hun likevel føler seg avhengig av at denne personen har
tilstrekkelig kunnskap. I løpet av intervjuet påpekte hun en rekke forhold som hun gjerne
ville ha innsikt i for å føle seg trygg på at f.eks. kjøttet hun skulle kjøpe var trygt. Hun ville
for eksempel gjerne vite hva har dyret spist, hvor kommer det fra, om det har gått på fritt bei-
te, om det har fått medisiner - og i tilfelle hvilke, om det har hatt det bra eller har vært stresset

osv. Mye av dette går utover det som er vanlig tilgjengelig informasjon i de fleste sammenhenger i dag.

Kvinne: *Så da prøver jeg å kjøpe kjøttdeig for eksempel, eller karbonadedeig, i løs vekt, (...) som jeg tror er bra – ”tror”, ja (indikerer at hun ikke kan vite sikkert)*

Intervjuer: *Nettopp. Og når du sier ”tror” er bra – hva mener du da?*

Kvinne: *Ja, men vi vet jo ikke. Ikke vet vi hvor kjøttet kommer fra. Jeg mener vi får ingen informasjon. Men jeg vet ikke om man får det hvis man spør. For vet de det da? (Kvinne, intervju nr. 4)*

Det kan være et stort spenn mellom den betydningen folk legger i å kunne snakke med noen fagpersoner i butikken og deres ønske om hvordan det ideelt sett skulle være på den ene siden, og hva som skjer i praksis på den andre siden. I tillegg til hvor sterkt engasjement og pågåenhet kundene selv legger for dagen handler dette mye om hva det er tilrettelagt for fra butikkens side. En stor andel butikker i det norske matvaremarkedet er lavsortimentsbutikker uten betjente ferskvaredisker. Det er derfor ingen selvfølge å ha noen å snakke med i norske matbutikker.

Intervjuer: *(...) er det noen anledning hvor du prater med noen av de som er i butikken? Jeg vet ikke om det er noen ferskvaredisk i den butikken?*

Kvinne: *(...) Nei altså, de gangene jeg snakker med noen er jo det mer sånn når jeg ber om noe spesielt, men det er ikke så veldig ofte. Det er ikke så veldig mange ganger i året. (Kvinne, intervju nr 11)*

4.6.2 Møtene ”over disken”

Møtet mellom kunden og fagpersonen ”over disken” trekkes frem som viktig av mange informanter. Vi skal se nærmere på hva dette handler om og hvilken rolle slike møter spiller i forhold til å gi kunden en god følelse omkring maten. Paret i utdraget under gir uttrykk for at det er en betydelig forskjell for dem mellom butikker med og uten ferskvaredisk.

Intervjuer: *Oppfatter jeg deg riktig - at det ligger et skille her? Med ferskvarediskene og fagpersonene så kommer det et skille inn?*

Mann: *Ja, det tror jeg. Hvor de har butikkslakter og hvor de har fagfolk bak en disk og som kan gi deg råd*

Kvinne: *Gå god for den maten de selger, for de andre vet jo ikke*

Mann: *Gå god for den maten de selger. Hu som sitter i kassa på RIMI kan ikke si noe om de kotelettene i kjøledisken*

Kvinne: *Vet ikke om de er fra Irland en gang! Altså, de vet ikke – de aner ikke (...) du får jo ikke svar på det – hvis du spør, det er ingen som vet. (Par, intervju nr 14)*

Innkjøpssituasjonen representerer et møtepunkt hvor forbrukeren kommer i ”direkte berøring” med resten av matvarekjeden fra produksjon til forbruk. Og gjennom intervjuene kom det frem at hvorvidt det er faglig utdannet betjening tilstede i butikken som kundene kan henvende seg til, har stor betydning for kommunikasjonen og trygghetsfølelsen. Både betjeningens kompetanse og den tiden de har til rådighet for å kommunisere med kundene var viktig. Det kom frem mange beskrivelser fra spesialforretninger – som for eksempel slakterbutikker – eller større dagligvareforretninger med betjente ferskvaredisker, hvor nettopp muligheten

for personlige relasjoner var viktig for at informantene opplevde situasjonen som tillitvekkende og hadde tillit til maten de kjøpte var trygg.

Den direkte kontakten ”over disken” hadde altså betydning for mange av informantene, men hva handlet dette om mer konkret? Gjennom intervjuene kom det frem flere forhold som var viktige for informantene. I tillegg til å kunne snakke med en fagperson om forhold de knyttet til trygghet, handlet det også om praktiske tips om maten, inspirasjon, opplevelser og fristelser. Dialogen i seg selv var også betydningsfull – bl.a. ved at informanten følte at noen kunne fortelle dem personlig at maten var bra.

”det er jo klart det er jo mange ting en ikke vet, så det å gå til slakteren for å spørre hva som er bra og få litt kunnskaper samtidig, så kunne vel det kanskje være en ønskesituasjon – å få det aller, aller beste.” (Kvinne, intervju nr 7)

Både det å kunne spørre om det man lurer på, men også selve opplevelsen av denne måten å handle mat på blir beskrevet som viktig. Fagkunnskap og profesjonell integritet kan både borge for en mer spennende, fristende og opplevelsesrik handel, og det kan knyttes til en trygghet om at maten er helsemessig sikker. Både muligheten til å få svar på spørsmål og troverdigheten som følger med den faglige kunnskapen var viktig i slike sammenhenger.

Usikkerheten som informantene beskrev at de kunne oppleve knyttet til hvordan maten er produsert og hva den inneholder kan gjøre det ekstra viktig å kunne snakke med noen som oppleves som troverdig og kunnskapsrik. Eksempelet under er hentet fra en informant som ga uttrykk for mye skepsis omkring dagens matvareproduksjon generelt. Hun peker på mange konkrete forhold i matproduksjonen og handelen som hun ikke liker og som gjør henne utrygg på hvor sundt og trygt det er å spise maten. Hun beskriver hvordan hun helt bevisst bruker møtene med mennesker ”over disken” til å skape en god stemning rundt maten, selv om hun i utgangspunktet har ”mistet illusjoner” og tror mye er ødelagt. Første del viser hvordan hun knytter møtene over disk til inspirasjon og matglede, og den neste delen viser hvordan dette henger sammen med trygg mat for henne.

”Jeg synes egentlig det er dritkjedelig å handle, men jeg synes ikke det er så kjedelig å handle i grønnsaksbutikken (...) jeg synes det er ganske deilig – å gå der og snuse litt og (...) når det er lekkert lagt opp og du ser på alle disse her. (...) Det verste jeg vet er sånne [navn på lavsortiments butikkjede]-butikker. Det synes jeg er en sånn kjønsløs affære. (...) da vi var i Frankrike i fjor sommer, så tenkte jeg ”Herregud, at vi ikke kan lære noe av det der” – å få litt mer sånne disker og damer som (illustrerer entusiasme, gnir seg i hendene) står der og kan oster og kan pålegg og kan... ikke sant? Det er jo så morsomt! Det er jo så flott! Og formidler og smaker og ...ja, nei, jeg elsker det, men jeg er som sagt veldig glad i mat og synes det er morsomt – med folk som kan ting.” (Kvinne, intervju nr. 2)

Den direkte dialogen i butikken har altså stor betydning for denne informanten i forhold til entusiasme og matglede – og også mattrygghet. Som vi skal komme nærmere inn på i et senere kapittel (5.2), er disse møtene med fagpersoner i butikken også viktige for henne i forhold til å skape en god stemning rundt maten hun skal spise til tross for at den skepsisen hun har til en del sider ved matproduksjonen. Hun påpeker at nettopp fordi hun i utgangspunktet er så skeptisk, er det viktig for henne at hun møter fagmennesker som kan hjelpe henne med å føle en trygghet omkring den maten hun jo faktisk må spise. Hun ”bruker” møtene med menneskene bak disken for å berolige seg selv – uten dermed å tro at alt virkelig er bra. Hun har altså et ambivalent forhold til det hun gjør, og har nytte av fagfolkene i butikken for å opprettholde en god stemning rundt maten hun skal spise.

”Ja, jeg handlet den over disk. Og så snakket jeg med ham – det er veldig viktig – det er jeg veldig opptatt av. Snakker med de som jeg skal kjøpe kjøtt av – og jeg har tiltro til [navn på butikk]. Så det er på en måte et sted hvor jeg liker å kjøpe kjøtt, fordi de som står bak disken har greie på det de selger, og de er allrighte varer, og det er delikat og litt sånt noe.” (Kvinne, intervju nr. 2)

Hennes tiltro til matforretningen hun snakker om er knyttet til menneskene bak diskene, som hun opplever som faglig dyktige og som hun kan snakke med. Det er altså det som skjer i møtene med disse menneskene som er avgjørende for henne. Dialogen mellom to informanter i eksempelet nedenfor, viser også til at møtet ”over disken” med en fagperson har betydning for dem både i forhold til matglede og inspirasjon, og tillit til at matvarene er trygge.

Mann: ... da vil jeg ha en slakter bak disken, som jeg kan snakke med, og som kan gi meg akkurat det stykke kjøtt jeg vil ha. (...) Den der dialogen, den der muligheten til å møte noen bak disken som du kan snakke litt med rundt – og som kan si ”å, jeg har en god idé, dette er veldig bra kjøtt” eller ”dette er veldig fint til sånn og sånn og sånn”. (...) At de har en fagautoritet i det de holder på med. At de vet hva de gjør.(...)

Intervjuer: Så det som gjør den situasjonen ideell for deg, det er fagpersonen og den dialogen?

Mann: Ja.

Intervjuer: Og da stoler du på at råvarene han har da?

Mann: De stoler jeg på – jeg stoler på ham da. Ja. (Par, intervju nr 1)

I likhet med eksemplene ovenfor, er altså det som skjer i selve møtet over disken avgjørende for denne informantens tillit til at maten er trygg og ”bra”. Han gjør en direkte referanse til slakteren – ”jeg stoler på ham”. Vi har sett gjennom eksemplene ovenfor at det er flere måter møtene med fagmennesker over disken har betydning for at informantene opplever trygghet for maten de kjøper. Praktiske, estetiske og sosiale forhold spiller inn sammen med det rent kunnskapsmessige.

4.7 Sosial kontroll som strategi

En annen form for trygghetsstrategi som kommer frem gjennom intervjuene er sosial kontroll. Sentralt her er at informanten har en oppfatning av at den andre parten også har noe å tape dersom tilliten ikke innfris. Tilbyderens risiko for å ”tape ansikt” er et eksempel. Dette kom frem bl.a. i beskrivelser av direkte handel med bønder på torg. I likhet med det som er diskutert ovenfor, knyttes tilliten i slike situasjoner gjerne direkte til personens troverdighet.

Kvinne: Nei, du skjønner de hadde stått der i årevis, og alle visste hvor de kom fra, og de visste hva slags produkter [de hadde], og hvordan hønene gikk, for vi kunne jo bare dra ut der og se – er det frittgående eller er det ikke, ikke sant? Og alle visste jo hvem de forskjellige var. Hos han kjøpte du gulrøtter, og hos han kjøpte du poteter.

Intervjuer: Så det var som et slags personlig nettverk, dette her, hvor du visste nøyaktig...

Kvinne: Ja, hos han kjøpte du det, og så kjøpte du det hos den, for han var spesialist i det, og den...

Intervjuer: Så det var rykte og erfaring?

Kvinne: Ja, og det var gjennom år. Det har var noe de hadde bygget opp. Ikke sant? (...) og jeg tror at hvis noen av de hadde lura noe eller – så hadde det vært utover hele byen med en

eneste gang og da kunne han bare glemme å komme tilbake på torvet, altså. Ja. For det tror jeg ikke hadde gått. (Kvinne, intervju nr 4)

Et viktig poeng her – i tillegg til god erfaring over tid med kvaliteten på matvarene - er altså at produsenten står frem åpent og ”står for” produktene sine personlig. Situasjonen er preget av gjennomsiktighet, der ”alle visste hvor de kom fra” og man bare kunne ”dra ut og se selv”, og personen som selger anses å risikere mye ved å lure noen.

Noe liknende kunne vi også se i situasjoner hvor det ikke var et personlig møte mellom produsent og kunde, men hvor gjennomsiktigheten likevel var stor, og hvor produsenten hadde ”stått frem” med personlige opplysninger, slik at kunden i alle fall teoretisk sett hadde mulighet til å spore ham opp personlig.

Kvinne: om det står en sånn folder eller noen bilder eller hvor det er presentert og forklart litt og – de har jo av og til en del sånn i forhold til egg og sånn, altså hvilken gård det kommer fra og sånne ting.

Intervjuer: Gjør det produktet mer troverdig for deg da?

Kvinne: Ja, på mange måter, for da har de på en måte ”turt” å tilstå hvor det kommer fra. Det syns jeg.

Intervjuer: Ser du for deg at du ville brukt den informasjonen til å sjekke selv? Ville du -

Kvinne: Kanskje egentlig for å være helt ærlig ikke det, sånn i utgangspunktet. Hvis de på en måte tør å stå frem med navn og bilde, holdt jeg på å si, så at de da virkelig står for det – det tror jeg nok at de gjør. Men altså selvfølgelig, man vet jo aldri. Jeg tror ikke sånn i utgangspunktet, men mindre det hadde oppstått ett eller annet, at jeg ville ha sjekka det. Det tror jeg ikke. (Kvinne, intervju nr 13)

En slik strategi ser ut til å innebære at det er en slags likevekt mellom kunde og selger i forhold til at begge parter - som enkeltperson – har noe å tape på at det selges dårlige og utrygge produkter. Oversikt over hvor ansvaret ligger på tilbydersiden, og at det kan knyttes til en konkret person synes viktig for informantene. Uavhengig av hvor sannsynlig informantene mente det var at de faktisk skulle oppsøke den ansvarlige personen, var muligheten i seg selv viktig for deres følelse av trygghet.

4.8 Direkte innsyn – ønsker å se selv

En annen form for trygghet som kom frem var knyttet til nærhet til maten og matproduksjonen. Mange av de tillitsstrategiene vi har beskrevet til nå har vært relatert til informasjon og innsyn i matvareproduksjonen - gjennom informasjon om opprinnelse, produsent og produksjonsmåte. I mange tilfeller kom det også frem et ønske om ytterligere innsikt, gjerne gjennom personlig erfaring. Dette kom gjerne frem i refleksjoner rundt en tenkt idealsituasjon, og kunne samtidig vurderes som for krevende å gjennomføre i praksis. Men som ”ideal” sto i mange tilfeller ”det helt nære” frem som det tryggeste og beste.

Kvinne: Som sagt det at vi spiser mindre kjøtt i det hele tatt – er jo på bakgrunn av at – ja, at du lurer litt – på hvor sunt det er rett og slett.

Intervjuer: Hvis jeg skal be deg om ren ønsketenkning – kan du tenke deg en situasjon hvor du handler kjøtt – hvor både kjøttet og innkjøps situasjonen er akkurat sånn som du helst vil ha det. Hvis du kunne tenke deg noe som kunne brakt den gleden tilbake igjen. Hvordan skulle det vært?

Kvinne: *Altså det at jeg visste f.eks. at kjøttet – altså det f.eks. – mannen min går på jakt og skyter hjort på Vestlandet. Og det – når han tilbereder et hjortemåltid her, når jeg vet at den hjorten har gått i fjellet og hatt det fint og – ikke sant? Da spiser jeg det kjøttet med glede.* (Kvinne, intervju nr 2)

Visshet om hvor hjorten kommer fra, og at dette er et sted hun forbinder med et godt liv med sunt beite gir denne informanten en god følelse for kjøttet. En annen informant beskriver på liknende måte hvordan nærhet har betydning for hvordan hun handlet egg og lammekjøtt som hun opplevde som spesielt trygt og bra.

Kvinne: *... når det gjelder eggene - fra forskjellige eggbonder - så vet jeg at jeg har vært ute der sjøl, ikke sant. Altså da vet jeg. (...) jeg bodde like i nærheten av en av disse her, jeg, så jeg gikk forbi der på tur, og så tuppene gå ute og hadde det veldig bra! Og så så jeg [denne bonden] på torvet, ikke sant. (...) samtidig som det var venner som hadde brukt han – kun han – når de skulle ha egg, altså.”* (Kvinne, intervju nr. 4)

Kvinne: *I [navn på by hvor hun bodde før] så pleide jeg å kjøpe et halvt lam, men det var av kjente som kjente noen, en bonde oppi der, ikke sant.*

Intervjuer: *Ja, akkurat. Likte du det?*

Kvinne: *Ja, ja, ja.*

Intervjuer: *– hvem stoler du på da, hvorfor er den situasjonen bra?*

Kvinne: *Jo, hvis jeg blir fortalt av de at ikke de for eksempel sprøyter og sånn og sånn med det og det og det – så tror jeg på det.(...) og en annen ting, du skjønner det at det her var via en venn av oss som var dyrlege, (...) og han mente det at de ble mindre stressa, og de var mer fornøyd, og kjøttet ble bedre. Sånn var det. Ja.*

Intervjuer: *Og det erfarte dere også?*

Kvinne: *Ja, vi mente det – (ler) vi kjøpte den, vi! Vi var jo ofte og så på dem, da.* (Kvinne, intervju nr 4)

Vi ser at informanten stiller seg litt tvilende til om det er riktig eller naivt å stole på bøndene som selger på torget – men at hun føler seg sikker på eggene fordi hun selv har sett gården og produksjonen, og fordi vennene deres handlet alle sine egg der. Og i tilfellet med lammet, har hun ytterligere bekreftelse fra en personlig bekjent som også er en fagperson. Hun bruker altså et sett av indisier på at maten er trygg, men opprettholder stadig en kritisk innstilling.

Visshet og innsikt i konkrete forhold i produksjonen og verdikjeden ellers står sentralt i denne typen tilnærming til trygg mat. Her er trygghetsfølelsen i mindre grad knyttet til generelle ”bilder” (av sunne landskap o.l.), og mer til konkrete fakta – selv om positive bilder også spiller inn i forhold til opprinnelsesstedet. Et interessant trekk er hvordan det knyttes forbindelser mellom gleden ved maten – som av og til kan uttrykkes som en del av den sanselige opplevelsen av maten, og visshet om en ”god” produksjon eller livshistorie (f.eks. hjorten som har gått i fjellet og hatt det bra).

Hvis en konkret innsikt og innlevelse i matens historie skal oppleves som et gode, må denne historien være ”god”, og ikke skape bekymring, dårlig samvittighet eller vemmelse. Hersker en mistanke om at historien vil skape dårlige følelser fremfor gode, beskrev informantene hvordan de kunne oppleve det som nødvendig å heller forsøke å fokusere på de direkte sansbare sidene ved maten. Vi fant beskrivelser av å ”skyve ting fra seg” ut fra begrunnelser som ”for ellers måtte vi jo slutte å spise”, eller man ”ville bli sprø av å tenke på det” (se sitat i 5.2). Men dersom informantene ikke opplevde at de hadde reelle alternativer til den maten de

er skeptiske overfor, kunne de vise til at de heller prøve å skape en god følelse rundt den maten de likevel ”er nødt til” å spise.

5 Praksis og vaner i hverdagslivet

5.1 Innkjøp av mat som rutinebaserte handlinger

Refleksjoner omkring trygg mat kan oppleves som mindre relevante hvis man har en generell trygghet i forhold til at maten man handler er helsemessig trygg. Oppfatninger om at maten i Norge generelt er trygg og det derfor ikke er viktig å fokusere så mye på det har kommet til uttrykk gjennom intervjuene. Men en manglende refleksjon rundt mattrygghet i innkjøpssituasjonen kan også skyldes at innkjøp av mat er en rutinebasert handling. Det vil si at det ikke faller naturlig å gjøre nye vurderinger i øyeblikket, men at man i større grad baserer seg på tidligere refleksjoner og vurderinger, tidligere erfaringer, avgjørelser og standpunkt man har tatt tidligere osv. Handlingene er blitt en vane, og det kreves noe utenom det vanlige før det føles naturlig med en revurdering.

Et økt fokus på risiko er beskrevet som et kjennetegn ved dagens samfunn bl.a. av Ulrich Beck (1992) og Anthony Giddens (1991). Det innebærer at hver enkelt av oss – som forbrukere – aktivt må ta inn over oss og forholde oss til ulike typer ekspertkunnskap, og det er særlig mulige negative effekter av den teknologiske utviklingen som er i fokus. Bruken av tilsetningsstoffer, plantevernmidler og genmodifisering er elementer som trekkes frem av Giddens (1991) og Beck (1992) for å beskrive moderne matproduksjon i denne sammenheng. Selv om ”faktisk risikonivå” kan ha blitt lavere dagens samfunn sammenliknet med tidligere, kan ”opplevd risiko” være økt, delvis på grunn av den kompleksiteten som preger samfunnet (bl.a. matvaresystemet), og det store antallet valg vi står overfor til stadighet.

I hvilken grad vi handler som ”refleksive” individer når vi kjøper mat, og i hvilken grad vi handler på bakgrunn av rutine og vane er debattert. Halkier (1998) er blant dem som hevder at vår praksis og forbruk i hverdagen i stor grad er bestemt av vane og rutine, og at dette ikke må komme i bakgrunnen for refleksjon og aktive ”valg” når vi studerer forbrukeres adferd og holdninger. Halkier mener det er mest hensiktsmessig å se det som et kontinuum mellom det reflekterte og det rent rutinebaserte, og anta at vi befinner oss et sted mellom disse ytterpunktene.

Rutinebaserte handlinger er karakterisert ved at de er ”tatt-for-gitte”, og ikke nødvendigvis klare til å bli ”forklart” av den som handler. Refleksjonen kan ha foregått lenger tilbake i tid, og noe utenom det vanlige må skje før vedkommende av seg selv vil reflektere rundt dette på nytt.

I eksempelet under beskriver informanten hvordan hun opplever ”å ikke tenke” når konteksten er innkjøp i en matvarebutikk:

“idet jeg står liksom i en butikk eller noen sånne ting, så er liksom det fritt (gestikulerer med hånden over hodet), ja borte fra mitt hode, altså, rett og slett (...) Jeg er liksom sånn vanehandler tror jeg.” (Kvinne, intervju nr 12)

Hun forteller også på andre måter hvordan vanen spiller inn når hun handler mat:

”mest av alt så blir det kyllingfilet for det går greit i wok og andre type [retter] og det stekes lett og sånne ting. Da kjøper man alltid den samme – jeg vet ikke hvorfor man gjør det – men det er en pakke med to stykker, og det er sikkert fordi vi er to, og det er veldig enkelt å gjøre det – liksom slippe å kjøpe masse masse mat. Men det blir alltid den samme pakken og (tenker) jeg vet ikke hvorfor jeg velger det, men det har bare blitt sånn av en eller annen grunn.” (...) det er jo klart at en del er jo sikkert mye fordi man har spist det mange ganger også at man har tillit til det” (Kvinne, intervju nr 12)

I tillegg til det å handle ut fra vaner og rutiner, er det flere andre faktorer som kan påvirke hva man faktisk kommer hjem med fra butikken. Her beskriver en informant noen slike forhold som han mener virker inn i det praktiske hverdagslivet:

”som i de fleste andre ting så tror jeg folk gir mye blaffen, for å si det sånn. Jeg tror de kjøper og spiser det de har lyst på, det de ser i butikken, det er klart du har vel ei handleliste hva du trenger, liksom det daglige, melk, brød og de her tinga, og så kjøper du en del sånn på impuls. (...) du får tilbudsaviser som kommer og så ser du på det herre her – så kjøper du en hel haug med ting som du egentlig ikke skulle kjøpt, fordi det er billig.” (Mann, intervju nr 8)

En viktig følge av dette, er at man må skille klart mellom hva forbrukere gjør, og hvilke tanker og bekymringer de måtte ha om maten. Man kan ikke trekke noen konklusjoner om hvorvidt forbrukerne har bekymringer omkring maten eller ikke ut fra hva de gjør. Dette er beskrevet slik av tyske og danske matforskere:

”the purchasing behaviour of consumers does not necessarily reflect the level of environmental and animal protection that they prefer” (Birner et al. 2002)

”choices of food reflect compromises of everyday life rather than consumers’ preferences” (Holm and Kildevang 1996)

Nettopp fordi innkjøp av mat kan være vanemessige handlinger, kan det godt være at en og samme person ikke tenker over visse temaer i selve innkjøpssituasjonen, men likevel er opp tatt av de samme tingene og reflekterer over dem i andre sammenhenger. I tillegg kommer alle de andre hensynene som må avveies mot hverandre i hverdagen. Praktiske forhold som vurderinger av pris, bruk av tid og ressurser er viktig, og innsatsen på disse områdene veies opp mot hvor mye ulike egenskaper ved maten betyr.

Det ser ut til å kunne være et relativt stort spenn mellom det å ha bekymringer (men like fullt opprettholde vanene), og det å erklære mistillit og endre vaner. Dette har vi sett i intervjuene, hvor informantene kan uttale at de ”velger å ha tillit”⁶ selv om de er klar over at en del ting ikke er slik de helst skulle ønske, og at de har bekymringer og skepsis knyttet til dette. Hvorvidt forbrukerne opplever at de har en reell mulighet til å gjøre alternativer valg, er også et sentralt element her. Det skal vi komme tilbake til i senere avsnitt.

⁶ *Nei, jeg velger å ha tillit til næringsmiddelkontrollen, jeg gjør det.* (Mann, intervju nr. 14) Se også avsnitt 3.4.

5.2 Vaner vs. refleksjon

Når tenker vi og når ”bare handler” vi? Av mange grunner er det ikke alltid samsvar mellom det vi tenker og det vi gjør. Gjennom intervjuene kom det frem eksempler på at selv om informantene kunne ha bekymringer, velger de bevisst å ikke tenke på dette når de handler eller spiser mat. Da en av informantene på slutten av intervjuet ble spurt om det var noe mer hun hadde på hjertet, utbrøt hun:

”Ja, nei det er ikke det, altså. Jeg synes jeg har sagt uhyre mye om dette her. (ler) Ante ikke egentlig at jeg... - men det er sånn man ikke er bevisst sånn i det daglige, ikke sant. Tenker jo ikke over det sånn” (Kvinne, intervju nr 2)

Det er altså forskjell på hva man er i stand til å reflektere rundt i en samtale, der man blir spurt om eller konfrontert med bestemte temaer, og hva man ”tenker på i det daglige”. Nedenfor er et annet eksempel som viser et spenn mellom det informantene kanskje ”egentlig” er bekymret over og som de forholder seg til når det står om det i avisen etc., men som de likevel ikke tenker så ”hardt” på i hverdagen, eller ”lar vær å kjøpe noe” på grunn av.

”Jeg vet ikke om det er riktig å si at jeg har tenkt mye over det, men jeg reflekterer jo over det jeg leser om, så... - da er det jo aller helst dette at det kanskje er gift samtidig i dette som jeg liker veldig godt av grønnsaker, at det blir liksom et paradoks av det. Det er klart jeg tenker – men at jeg dweler ved det lenge og at jeg lar vær å kjøpe noe på grunn av det, det gjør jeg ikke. (...) Nei, jeg er vel middelmådig i å tenke hardt på det, tror jeg.” (Kvinne, intervju nr 7)

Beskrivelser som kommer frem gjennom intervjuene visert at det kan være et stort spenn mellom det å ha en vag følelse av at ”noe ikke er bra” og det å vurdere risikoen ordentlig og eventuelt endre handlinger. Det ser ut til å være en glidende overgang fra å ha en bekymring eller ”være klar over noe”, til å aktivt vurdere matvarer ut fra disse hensynene, og eventuelt endre praksis. I disse overgangene finner vi uttrykk for mye ambivalens og usikkerhet.

”Det er klart det her med alle de herre ”E-stoffene” som vi sier, da. At det er – jeg tror ikke de fleste tenker så mye over det her, jeg tenker vel ikke egentlig over det så mye sjøl, selv om jeg er klar over det. Så (pause) Det er vel som sagt det med konserveringsmidler som – det er jo en del som er allergiske mot en del E-stoffer. Det er ikke bra, da, for å si det sånn.” (Mann, intervju nr 8)

Informanten gir her uttrykk for at han mener E-stoffer ”ikke er bra”, men mener at verken han selv eller andre tenker særlig mye over det. Oppfatninger og refleksjoner ser altså ut til å være mer eller mindre handlingsnære. Det kommer frem at det er mulig for informantene å ha ulike bekymringer, men likevel trekke en generell konklusjon om å ha tillit til at maten er trygg (nok), og å opprettholde handlevaner og matvaner. Vi skal se nærmere på hvilke begrunnelser som oppgis for å ”ikke tenke for mye” på mulige farer i forbindelse med maten.

”jeg tror ikke det er så bra, egentlig – altså hvis jeg begynner virkelig å tenke meg om. Men det velger jeg å legge bak. (Viser, skyver hånden over hodet sitt og bak) For ellers så kan du jo ikke kose deg i det hele tatt. Ikke sant? (Kvinne, intervju nr. 2)

Mann: *Ja, skal en gå rundt å være bekymra for det – så tror jeg vi må slutte å spise, jeg. Konsekvensene av det ville jo være vesentlig verre.*

Kvinne: *Da hadde du jo ikke blitt overvektig, da (begge ler)*

Mann: *Nei, jeg tror det handler om at vi er nødt til å prøve å forholde oss til det vi får (...)*
(Par, intervju nr. 14)

Disse informantene beskriver en konflikt mellom det grunnleggende behovet vi har for å føle oss trygge på maten vi spiser på den ene siden, og det å forholde seg til mulige risikoer på den annen siden. Det er et ubehag forbundet med å tenke over det som kan være farlig, og hvis det går på bekostning av å kunne oppleve en grunnleggende trygghet ved maten vi tross alt må spise hver dag, kan refleksjonen omkring risikoene av og til velges bort. I det siste sitatet vises det også til den begrensningen som kan ligge i rammebetingelsene, i dette tilfellet ”det vi får” i markedet: Dersom skepsisen er knyttet til de matvarene som tilbys i butikkene, og forbrukeren ikke opplever at det finnes alternativer, kan valget bestå i å la være å bekymre seg over det man likevel ikke kan gjøre noe med fremfor å bekymre seg over det.

Vi ser at informantene viser til at de opprettholder vaner og sier at de på et overordnet nivå har tillit til at maten er trygg, samtidig som de også gir uttrykk for skepsis og bekymring om maten. Den høye tilliten det gis uttrykk for om at maten i Norge er trygg, betyr altså ikke nødvendigvis at det ikke finnes bekymringer og skepsis, eller at folk utelukkende er fornøyde. Fra å ha bekymringer til å uttrykke mistillit og eventuelt endre vaner kan det være en lang vei.

5.3 Ambivalent praksis

Vi skal holde oss til informantenes beskrivelser av hva de *gjør* og se nærmere på hvordan dette henger sammen med bekymringer og skepsis som de ga uttrykk for – og hva de sier at de føler om dette. I mange tilfeller inneholdt beskrivelsene betydelig ambivalens, og vi skal se noen eksempler på hvordan de informantene beskrev at de taklet dette i hverdagen.

I eksempelet under kommer det frem hvordan en kvinne velger å sette til side sine bekymringer og tanker om hva hun ”egentlig” foretrekker når det gjelder kjøtt og helsetrygghet. Hun og hennes mann hadde nettopp vært på sin første handletur (som de selv omtalte som en ”Harry-tur”) til Sverige, der de ble tilbudt irsk kjøtt. Tidligere i intervjuet hadde hun forklart at hun foretrakk norsk kjøtt fordi hun opplevde det som tryggere.

Kvinne: *Jeg stoler faktisk mer på de i Norge (ler) jeg gjør det altså. Nei, men det kommer litt av ikke sant alt dette herre som har vært nå – kugalskap og alt mulig sånn. Så er jeg forholdsvis trygg når jeg kjøper ting her.*

Intervjuer: *Hva med den svenskehandelen?*

Kvinne: *(ler) ja, jeg må si, jeg sa det enda til han – ”det er ikke noe uhumskheter her?” sier jeg. ”Nei, nei, nei, nei”[sa han] – det var ikke det da. Og ikke sant, en må jo tru på det, da. Men tanken var der. Den var der, ja.*

Intervjuer: *Vet du hvor det kom fra, det kjøttet du kjøpte?*

Kvinne: *Det var irsk*

Intervjuer: *Var det irsk?*

Kvinne: *Det var da når jeg hørte det, så ble jeg litt sånn derre...*

Intervjuer: *Da ville du forsikre deg litt mer?*

Kvinne: *Ja. Men han sa at det var ”helt trygt” og greier, så jeg håper jo det.*

Intervjuer: *Ja. Fortalte han noe mer om hvorfor det var trygt eller hvordan*

Kvinne: *Nei, vi snakket lite grann om det, men....(Kvinne, intervju nr 6)*

”Jeg tror at det ligger like mye dritt innenfor denne sektoren [matvarebransjen] som det gjør ellers. (...) Men det kan jeg jo sitte og tenke når jeg tenker meg om. Men jeg gjør jo ikke det i det daglige. Altså for da kan man jo bli gæærn. (...) Så det – det velger jeg da ikke å gjøre, men derfor så er det veldig viktig at jeg (ler) treffer på den damen eller mannen som på en måte kan – ja, kan ”lure meg” litt.” (Kvinne, intervju nr. 2)

I begge eksemplene ovenfor kommer det frem at det direkte møtet og dialogen i butikken har stor betydning for at informantene føler seg trygge på maten de skal kjøpe og spise. Eksempelene viser hvordan informantene selv er aktive i å skape en stemning av trygghet rundt maten ved å la være å tenke på noe eller ved å gripe fatt i noe som kan gi dem en god følelse, som for eksempel forsikringer fra betjeningen. I det første eksempelet blir informanten ”overbevist” av den hyggelige stemningen i butikken og den hyggelige betjeningen (som hun beskriver mer om i andre deler av samtalen), og forsikringer fra betjeningen bak disken om at kjøttet var trygt – uten at det ble gitt noe særlig konkret informasjon om kjøttet. Skepsisen hun ga uttrykk for overfor kjøtt som ikke er norsk var ikke lenger fremtredende i denne bestemte situasjonen. I det andre eksempelet påpeker informanten at nettopp fordi hun i utgangspunktet er så skeptisk, er det viktig for henne at hun møter fagmennesker i butikken som kan hjelpe henne med å føle en trygghet omkring den maten hun jo faktisk skal spise. Hun ”bruker” møtene med menneskene bak disken for å berolige seg selv – uten dermed å tro at alt virkelig er bra.

I neste eksempel viser informanten til at hun gjør noe som hun mener er risikofylt - uten en liknende referanse til at hun ”glemmer” at hun egentlig synes det ikke er så bra:

Kvinne: ... disse eplene – vi får jo epler i hagen, vi har epletrær, da, men de får jo alltid sånne sorte – det er utøy på det og sånn, ikke sant? Mens de jeg kjøper i butikken, de er jo helt grønne. Det betyr jo at de er sprøytet. Så jeg vet at jeg får i meg noen ting som kanskje kan være kreftfremkallende.

Intervjuer: Så epler som ser pene ut, de får du litt mistanke til?

Kvinne: Ja. Jeg vet jo – jeg spiser jo slike epler, men jeg skreller dem, da. Men jeg tenker at jeg får jo i meg noen giftstoffer fordi de er sprøytet, det er klart. Og de kan jo ligge – et eple i butikken kan jo ligge på bordet ja, nesten tre uker uten at det synes. Mens de her fra hagen, de blir dårlige. Det er jo noe veldig kunstig her, altså. Den risikoen, den tar jeg, jeg spiser allikevel sånne typer frukt, men det tenker jeg på, altså, at jeg får i meg litt gjennom frukten. (Kvinne, intervju nr 9)

På tilsvarende måte som i de andre eksemplene ser vi at informanten viser til at det er et spenn mellom hva hun gjør på den ene siden og hva hun føler og tenker på den andre siden. Hun omtaler det som en type kalkulert risiko – som hun velger å ta. En annen variant er å begrunne opprettholdelsen av vaner til tross for bekymring med at man venter på mer overbevisende og sikker kunnskap om at det virkelig er farlig:

Kvinne: Jeg ble litt skeptisk etter det der programmet med det...

Mann: Jo, men vi fortsetter å kjøpe tomater?

Kvinne: Ja, inntil noe annet er bevist, kanskje, ikke sant. (Par, intervju nr 14)

I neste sitat ser vi nok et eksempel på hvordan matvaner kan opprettholdes til tross for at følelsen forbundet med dem har forandret seg. Denne informanten påpeker at til tross for at familien hennes er glade i kjøtt, har følelsen knyttet til å spise kjøtt endret seg – og i noen grad er også praksis endret:

”Vi er veldig kjøttglade mennesker” men ”Jeg kjøper ikke kjøtt med like stor glede nå som før. (...) Vi spiser mindre kjøtt i det hele tatt – du lurer jo litt på hvor sunt det er rett og slett” (Kvinne, intervju nr. 2)

Hvor stort dette spennet mellom handlingene og følelsene knyttet til handlingene kan bli før handlingene endres er det ulike oppfatninger om – og sannsynligvis vil det være individuelle forskjeller her. Man trolig vil det være en viss sammenheng over tid mellom de følelsene man har og hvorvidt man gjør endringer på handlingsplanet eller ikke. Det vil derfor være god grunn til å være oppmerksom på hvilke følelser forbrukerne har knyttet til ulike matvarer og ulike sammenhenger i matens historie – både ut fra et mål om at forbrukerne faktisk skal være ordentlig fornøyde med maten de spiser, og med tanke på at reaksjoner kan ligge litt frem i tid i forhold til et nåtidig ubehag.

5.4 Trygghet vs. andre verdier

Som diskutert ovenfor, kan altså det å (prøve å) la være å tenke på farer knyttet til maten være en helt bevisst strategi. En begrunnelse for dette kan ligge i behovet vi har for å kunne stole på at maten ikke er farlig. En annen type begrunnelse som kom frem var basert på en form for kalkulert risiko der sannsynligheten for at noe virkelig farlig skulle skje ble ansett som såpass lav, og ”bryderiet” (praktisk, følelsesmessig osv.) ved å tenke mye på det som såpass stort, at man valgte å se bort fra det.

En annen form for avveininger som kom til uttrykk handlet om mattrygghet i forhold til andre verdier knyttet til maten, som f.eks. opplevelsen av mangfold, spennende matopplevelser og god smak. Helt konkrete vurderinger av denne typen ble beskrevet av noen av informantene, der det kom tydelig frem at det å kjøpe, tilberede og spise mat handler om en rekke viktige forhold utover det som har med helsetrygghet å gjøre. Så selv om helsetrygghet naturligvis er et grunnleggende krav til maten, kan likevel ”grader av trygghet” vurderes opp mot andre hensyn som også er viktige.

”Det jeg konkluderer med er at vi har blitt for redde. Vi har en for lavt terskel. Jeg drikker upasteurisert melk. (...) bare vi vet hva vi gjør, så er ikke bakterier farlig. (...) en god del av denne lokale tilberedte maten...- jeg synes disse her bløte mykostene er fantastisk gode. Men jeg vet jo også at fordi jeg kommer på besøk et sted i et annet land så har ikke jeg den lokale bakteriefloraen opparbeidet. Da kan jeg reagere forferdelig på noe som jeg har spist der sånn. For det at det er litt av prisen hvis du vil prøve litt av de lokale variantene. (...) det er en del av risken av det å prøve forskjellige typer mat, ellers så må du basere deg på gjennomstekte varer. (...) Jeg synes jo det er forferdelig at du lager et sånt regelverk som er så tungt at folk ikke orker det og da forsvinner det lokale særpreget. (...) Som sagt min interesse for å oppleve nye smaker går nok en god gang utenpå det at en burde vært litt mer skeptisk” (Mann, intervju nr 15)

Det er altså et viktig poeng å huske på at dette kan handle om motstridende forbrukerinteresser, for eksempel knyttet til mangfold og matopplevelse på den ene siden og forsikringer om trygghet på den andre siden⁷. Ulike former for trygghetsbekreftelser kommer også inn i bildet i slike sammenhenger. I sitatet ovenfor, viser informanten til at egen kunnskap om råvarekva-

⁷ Den franske forskeren Claude Fischler omtaler spenningen mellom dragingen mot å utforske ny mat (neofili) og skepsisen overfor ny mat (neofobi) som ”omnivorens paradoks” (Fischler 1988).

litet og bakterier er viktig for å kunne være rimelig trygg når man eksperimenterer og prøver seg frem utenom det som er merket av norske myndigheter. I sitatet under, viser informantene til et konkret eksempel der han mener at visse EU-regler knyttet til mattrygghet har lite for seg, og at han selv ikke ville nøle med å spise mat som er produsert lokalt og på tradisjonell måte – uavhengig av formell godkjenning:

”Jeg tenker med gru på hu dama som sitter oppi Øvre Telemark inne på Møsvatn og som produserer smør som bare går til minkfôr. På grunn av EU-reglene. (...) det smøret hadde jeg spist i morra, jeg.” (Mann, intervju nr. 14)

Både hensyn til å opprettholde tradisjonelle former for produksjon og å ha et mangfold av lokale produkter med særpreg, er eksempler på verdier som informantene trakk frem som viktige, og som i noen tilfeller ble avvendt mot mattrygghet. God smak og et mangfold av ulike kvaliteter er viktig i tillegg til at maten skal være trygg. Der formelle prosedyrer for trygg mat står i motsetning til for eksempel opplevelsesverdier ved maten, kan andre former for kvalitetsvurderinger komme inn.

5.5 Den gyldne middelvei – moderasjon og variasjon

Gjennom samtalene kom det ofte frem en kortfattet oppsummering av den praktiske ”løsningen” på de problemene og dilemmaene som var berørt. Det kom gjerne i form av en slags leveregler og ofte kom disse som et slags hjertesukk i slutten av intervjuet. Disse levereglene var gjerne knyttet til noen felles hovedelementer som *moderasjon* og *variasjon* – en ”gylden middelvei”. Det handler også om å balansere fokus på risiko og farer i forhold til det som gir lyst og glede ved maten.

”Jeg mener at alt må gjøres med måte, jeg, ikke sant. Røke og drikke og spise og – ja. Så da spiser vi sundt i uken og så skeier vi ut i helgene og sånt noe. (...) den gyldne middelvei, ikke sant.” (Kvinne, intervju nr. 2)

”men altså jeg ser jo også hvordan det skifter, ikke sant, så skal en ikke spise det og så skal en ikke spise det og så skal en ikke spise det. Og så skal du spise mye grønnsaker og frukt, og så er de sprøytet, også – altså du kan bli helt sprø til slutt, hvis du skal begynne å tenke på alt det du ikke skal spise. Så jeg tenker vel at det er ganske viktig å spise litt variert, (ler oppgitt) så kan en være litt tryggere på at det i hvert fall ikke blir så veldig mye av en ting som ikke er bra.” (Kvinne, intervju nr 11)

Disse formuleringene fremstår som robuste leverelger – som lar seg gjennomføre, og som informantene knytter et resonnement om å ta vare på sin egen helse til. De fremstår som et viktig hjelpemiddel for å takle de komplekse utfordringene som de møter i hverdagen, og levereglene kan også sees som en slags folkelig takling av den store mengden ekspertviten de må forholde seg til, og som de i tillegg gjerne opplever som innbyrdes motstridende og i stadig endring.

Et annen viktig element i disse formuleringene er at informantene legger vekt på å holde bekymringene på passe avstand. Som allerede nevnt i avsnittet om ambivalent praksis, kommer det frem at det er viktig for informantene å ha det bra med den maten de spiser, og at det derfor kan føles nødvendig å forsøke å skape noen ”beskyttede rom” der bekymringene ikke får dominere (f.eks. ved spisebordet, på kjøkkenet - når matvarene først har kommet inn i huset osv.). Eventuelle bekymringer dirigeres til andre sammenhenger enn de mest sensitive i for-

hold til å opprettholde det nødvendige velværet i forbindelse med maten – som jo spiller en så viktig rolle i livene våre.

Kvinne: *Nei, vi er ikke hysteriske når det gjelder mat og sånne ting altså. Absolutt ikke. Men når det kommer opp sånne ting, så er vi kanskje litt forsiktige*

Mann: *Ja, da blir vi nok litt påvirket – uten at det liksom helt tar av og at vi stopper med potetgull og sånn, men – vi har vel begge to den innstillingen at liksom..*

Kvinne: *Måtehold*

Mann: *Måtehold, ja. Ikke for mye av noen ting, så – da tåler du stort sett det meste og kanskje ikke det blir så lett allergier og sånne og, når man prøver å spise litt av alt.*

Kvinne: *Ja.*

(...)

Kvinne: *Lever bare en gang, man skal kose seg med maten og, skal ikke bare gå rundt og [bekymre seg] (Par, intervju nr 3)*

Vi ser her hvordan informantene tar avstand fra å ha en overdreven fokus på hva som kan være farlig ved maten – her ved bruk av ordet ”hysterisk”. Slike formuleringer der informantene trakk frem en norm av moderasjon og å være ”passe” eller ”normalt” opptatt av mulige helsefarer ved maten var typiske. Bekymringene fremstår i seg selv om ”usunne”, og må holdes på avstand.

Balansen mellom det å kunne glede seg ved maten og samtidig ha et reflektert forhold til hva som kan være farlig og hvordan man skal unngå disse farene, står altså sentralt i de ”levereglene” som kom frem. I forhold til den kompleksiteten og de dilemmaene informantene viste til gjennom samtalene, fremstod slike enkle regler som viktige for dem som en hjelp i hverdagen for å føle seg trygge.

6 Forbrukeroppfatninger om fordeling av ansvar for trygg mat

Tidligere har vi sett på forbrukeroppfatninger om hvilke aktører som oppfattes som troverdige i forhold til at maten vi kjøper er trygg. Gjennom intervjuene kom det frem at informantenes oppfatninger om ulike instansers troverdighet kunne spille inn på deres vurderinger omkring hvem som ideelt sett bør ha ansvar. På den annen side kommer det også til uttrykk store forskjeller mellom *er* og *bør*: Oppfatninger om at noen bør ha ansvar men at de foreløpig ikke er seg sitt ansvar bevisst. I dette kapittelet skal vi se nærmere på hvem forbrukerne mener er ansvarlige for at maten er trygg i Norge.

6.1 Andres ansvar

Fordi behovet for trygg mat er av en helt grunnleggende karakter, og fordi matvaresystemet er komplekst og ofte ugjennomtrengelig fra et forbrukerståsted, er det opplagt at vi som enkeltmennesker og forbrukere er avhengige av å stole på *noen* i forhold til at maten vår er trygg. Det ville være helt urealistisk å skulle ha innsikt i og kontrollere alle forhold som kan påvirke om maten vi spiser hver dag er trygg eller ikke. Dette er jo nettopp en av tillitens funksjoner: å hjelpe til med å redusere en del av den kompleksiteten vi står overfor hver dag. Luhmann (1999) beskriver tillit som en mekanisme for å redusere sosial kompleksitet. Det ville også være en enorm psykisk og følelsesmessig belastning å skulle tenke på alle mulige farer som kan være forbundet med maten. Å ha tillit er derfor en ressurs-effektiv strategi, og forskere som har studert dette temaet mener at uten tillit ville det ikke være mulig med noe sosialt liv (Elster, 2000, Gulbrandsen 2000). Nødvendigheten av tillit kommer også frem i intervjuene:

”jeg tenker at en må jo på ett vis stole på at det er en næringsmiddelkontroll, og at det er inspeksjon av forretninger som har matvareproduksjon eller ferskvarer – så jeg, jeg tenker lik som at det er et system for det i Norge med både veterinærkontroll og helsekontroller (...) jeg må på en måte – på ett vis så må jeg forholde meg til det, at noen andre tar ansvaret for det, og det – det er bra nok. Hvis ikke så tror jeg jeg hadde blitt sprø (resignert latter). (Kvinne, intervju nr 11)

”Jeg kan ikke gå rundt å ta stilling til alt mulig selv, jeg er veldig glad for å kunne slippe – å bare kunne [viser med hendene hvordan hun tar varene]... rett opp i kurven. Jeg stoler på det som står der, jeg.” (Kvinne, intervju nr 3)

Behovet for å holde tanken på muligheten for utrygg og farlig mat unna “spise-sfæren” kommer gjerne frem som en helt bevisst strategi – det handler ikke om ukunnskap eller manglende oppmerksomhet omkring mulige farer, men det handler om å beskytte de hjemlige sammenhengene maten inngår i, å skape eller bevare en hyggelig ”spiselig” stemning rundt spi-

sebordet. Samtidig handler det om avveininger omkring bruk av ressurser (som f.eks. tid, oppmerksomhet) i innkjøpssituasjonen.

Det er altså nødvendig å stole på noen. Men hvem synes informantene bør ha ansvaret for trygg mat? Som vist i kapittel 3 kom det frem at mange hadde tillit til at offentlige myndigheter sørger for trygg mat. I sammenheng med denne tilliten kom det gjerne også frem oppfatninger om at det er offentlige myndigheter som har det overordnede *ansvaret* for trygg mat. I sitatet under ser vi at det trekkes forbindelser mellom statens rolle i forhold til offentlig helse- og ernæringsopplysning, og statens ansvar for at den mate som tilbys forbrukerne er trygg.:

”...myndighetene sier ”spis mer frukt og grønt, spis mer fisk”. Da syns jeg det er deres ansvar å sjekke at den frukt og grønnten vi får er fri for gift. (...) hvis det er fullt av gift, hva i all verden er vitsen da? Jeg mener – da blir vi lurt!” (Kvinne, intervju nr 14)

Oppfatninger om at trygg mat er et fellesanliggende for hele samfunnet kommer også til uttrykk. Trygg mat kan ut fra dette perspektivet sees som en ”borgerrettighet”, samtidig som alle anses å ha et ansvar for at maten er trygg – inkludert private næringsaktører. I eksempelet under svarer informanten på et spørsmål om hvem hun synes bør ha ansvaret for at maten er trygg:

”Myndighetene. (...) det burde være et samfunns...altså at alle er interessert i at alt skal være trygt og godt! (...) hvis det er sånn at de lager dårlig mat som gjør oss syke og sånn – så er jo det fatalt for samfunnet generelt. Nei, jeg mener at det burde være i alles interesse.” (Kvinne, intervju nr 2)

Oppfatninger om hvem som bør ha ansvaret for trygg mat står gjerne i sammenheng med hvem informantene oppfatter som troverdige aktører. Det ble gitt uttrykk for at selv om ”alle” egentlig bør ha et ansvar for trygg mat, var det flere grunner til å være skeptisk til om markedsaktørene lever opp til deres ansvar. Det som trekkes frem som et vesentlig skille mellom offentlige og private aktører i denne sammenhengen, er den direkte økonomiske interessen og avhengigheten av å tjene penger som markedsaktørene har.

Mann: *...jeg vil jo si staten, da. Det nye næringsmiddeltilsynet (...) jeg mener det er staten som må...*

Intervjuer: *Hvem oppfatter du som mest troverdige i forhold til matspørsmål? (...) Er det på en måte kjøpmannen, eller er det myndighetene, eller er det de norske bøndene, eller er det bønder generelt, eller...?*

Mann: *Ja, alle de du nevner egentlig, som egentlig har et ansvar, et visst ansvar. Det er jo et spørsmål hvem som er sitt ansvar bevisst. Jeg må si dessverre i dag – det går mer på penger enn kvalitet. Det er ikke bare mat, altså, men det er alt annet – det er bare penger som teller i dag, dessverre.* (Mann, intervju nr. 8)

Vi ser her at det er de økonomiske interessene som markedsaktørene har som sees som en mulig trussel mot hensyn til matsikkerhet og kvalitet. Det gis altså uttrykk for at ”alle” i prinsippet har et ansvar for trygg mat, men at oppfatninger om aktørenes troverdighet i forhold til å ta dette ansvaret spiller inn.

6.2 Ansvar i forbrukerrollen

Vi skal i dette avsnittet se nærmere på hvordan informantene så på sitt eget ansvar for trygg mat i forbrukerrollen, både i forhold til hva de syntes at de selv hadde ansvar for og hvordan de følte de kunne ta dette ansvaret i praksis.

Et hovedskille som kom frem i informantenes syn på eget ansvar på matområdet, var at ansvaret for å ”spise sunn mat” ble ansett som deres eget, mens tilgangen på ”trygg mat” primært ble sett som et offentlig ansvar, men også et ansvar som ligger hos alle på tilbydersiden. En oppfatning det gis uttrykk for er at ”sikkerhet” ikke skal måtte håndteres i kjøkkenet, men at derimot ”sunnhet” hører hjemme her. Matvarene som tilbys for salg skal etter deres syn være trygge i utgangspunktet, slik at de skal kunne ta dette nærmest for gitt. Mens sammensetningen av deres eget kosthold, på en måte som ivaretar ens egen eller familiens sunnhet og helse, ble sett i stor grad som forbrukerens eget ansvar.

Det kan være riktig å se dette i forhold til de rammevilkårene informantene har opplevd i forhold til håndtering av sikkerhet og helse. Mens man som forbruker i Norge er vant til å forholde seg til statlige råd om sunn mat, har vi i mindre grad blitt oppfordret om å ta hånd om problemer knyttet til trygg mat hjemme ved vår egen kjøkkenbenk. Et kompliserende element i forhold til helse, er at slike ting som kostholdssammensetning i høyeste grad angår helsen. Men det ser likevel ut til at det går et mentalt skille mellom det som er potensielt ”utrygt” i mer akutt forstand (som matforgiftning), og det som kan drepe på sikt (som for eksempel for mye usundt fett i kosten). Her kan det også ligge et relevant skille mellom det man opplever at man kan kontrollere selv, og det man ikke har noen kontroll over – der den siste kategorien gjerne oppfattes som mer skremmende, selv om dødeligheten knyttet til ”det nære” (f.eks. røyking) kan være større.

Her kommer det frem betraktninger om eget ansvar for sunt kosthold fra to av de yngre informantene, i forbindelse med at de svarer på spørsmål om hva de opplever som de største helse- og sykdomsrisikoene forbundet med mat:

”Jeg tror det er sammensetningen av mat, og type mat, altså for mye fett – altså det har jo på en måte noe med hele livsstilen å gjøre. Ja, overvekt (...) jeg tror overvekt er en av de største [risikoene] – for det på en måte medfører så mye annet også.” (...) ”Og det tror jeg er litt skremmende - det skremmer meg, for jeg tror at det kan få større konsekvenser enn det folk forstår i den alderen vi er nå, men jeg synes jo folk må ta ansvaret litt sjøl og, for som sagt, jeg synes det er nok opplysning om både den ene og den andre risikoen.” (Kvinne, intervju nr. 13)

Kvinne: Jeg tror det er å spise alt for fet mat. Rett og slett usunn mat. Man snakker veldig mye om at folk blir tjukkere og tjukkere. Folk spiser usundt, legger på seg, og det er jo ikke noe bra for kroppen. Det er vel kanskje det jeg tenker mest på. (pause)

Intervjuer: Hvem mener du da har ansvar for at man unngår en sånn type risiko?

Kvinne: Det er oss selv. For vi vet på en måte – vi har lært såpass mye om ernæring og sånne ting at jeg tror ikke det skal være noe problem å spise riktig mat. Det som jeg har hørt på TV, eller på debatter og sånne ting, er at riktig mat kan bli litt dyrt, og at dårlig mat kan bli billig, så det er lettere for folk som ikke har så mye penger da å liksom kjøpe den billige varianten. Og det er jo veldig veldig dumt. Men for andre som kan ha valgmuligheten, da er man bare dum, synes jeg, hvis man skal skylde på noen andre enn seg selv. Men så klart hvis man ikke kan velge, da tar man den som koster minst (...) (Kvinne, intervju nr. 12)

I det siste sitatet peker informanten på noen betingelser i markedet, nemlig prisen på ”sunne” og ”usunne” matvarer, som en mulig begrensning i forhold til at den enkelte forbruker skal

kunne ta ansvar for et sunt kosthold. Men i hovedsak fremhever hun at det å spise sunn mat er den enkeltes ansvar.⁸

I mange tilfeller var det forhold som ikke direkte hadde med kostholdssammensetningen å gjøre som ble trukket frem som helserisikoer som informantene var opptatt av. Forhold som er knyttet til produksjonen av matvarene er vanskeligere for forbrukerne å gjøre noe med på en direkte måte (slik vi så i foregående avsnitt).

”Jeg tenker jo både tilsetningsstoffer men også måten en produserer på, altså vi er opptatt av hva vi spiser, men hva spiser de som vi spiser igjen? Altså – det var jo lenge jeg tenkte at det var tryggere å spise sau enn å spise gris, fordi den sauen spiste jo tross alt gresset på marken i stedet for ferdigprodusert fôr – og – så det er klart at en kan bli ganske sånn redd både når det gjelder genmanipulering og når det gjelder – ja, hvilke medisiner man bruker og – så jeg, altså, det er jeg opptatt av – jeg liker jo ikke å tenke på det at vi kanskje kan spise oss syke.” (Kvinne, intervju nr. 11)

En av informantene trakk frem dyrevelferd som et tema som var viktig for ham, og som han var innstilt på å ta ansvar for i forbrukerrollen:

”Det er klart at dette tar man ikke tilstrekkelig hensyn til i storproduksjonsland som Belgia og Nederland og Tyskland osv. Så det er sånne ting som kunne få meg til å endre mine matvaner hvis man får mer av den typen [informasjon] inn i media, aviser, på skjerm osv. Så kan man gå over på fisk, og så skal man slutte å spise for eksempel oppdrettsfisk, hvis man ser noe liknende der. Det kunne fått meg til å endre matvarene mine ja. For jeg syns det går noen grenser der, altså, for det er ikke moro å se på kyllinger og andre dyr som... – se bare på dyretransport og den enorme kynisme som gjorde seg gjeldende – jeg gikk rundt og kikket litt i reportasjer som var skrevet fra England, hvor man rett og slett transporterte dyr over hundrevis av kilometer for å selge de til andre priser og late som om de hadde vokst opp i det og det området i England, fremfor der de hadde vokst opp! Helt vanvittig hvordan man holder på, altså, for kommersialiseringen av landbruket. (...) Det opprører meg, det må jeg si. Det syns jeg ikke er noe koselig. Det vil kunne endre på spisevanene mine.” (Mann, intervju nr. 14)

I dette tilfellet snakket informanten hypotetisk – og knyttet til hvorvidt det kom mer informasjon om slike forhold. I andre tilfeller refererte også informantene til hvordan de faktisk tok til handling når de opplevde noe de syntes var uholdbart i matproduksjonen. Her den samme unge kvinnen som ble sitert i sammenheng med sunn mat ovenfor, denne gang i forhold til etikk i matproduksjonen, der hun ”boikotter” produkter fra selskaper hun er kritisk til og ikke vil støtte.

”jeg har sånne egne små prosjekter, da, (ler) at hvis det kommer frem ting som på en måte ikke er heldig, da boikotter jeg det. (...) Jeg vet ikke hvor mye det hjelper på totalen, men sånn som når Prior drev en periode og importerte fra - det var vel fra øst-blokk land, og stemplet med ”Godt Norsk”, da sluttet jeg helt å kjøpe alt som hadde med Priorprodukter å gjøre. Så sånne små personlige boikotter, driver jeg med, da. (...) man blir så veldig litent at det å bruke krefter på å på en måte skrive brev og ringe rundt og gang etter gang å bli avvist,

⁸ Studier viser imidlertid at det er sammenhenger mellom sosio-økonomiske forhold og kosthold. Norge har større sosiale ulikheter i helse enn mange andre europeiske land, og særlig er det store forskjeller i Oslo-området mellom de verst stilte og det høyere sosiale lag. Lavstatusgruppene spiser mer billig og energirik mat, og mindre grønnsaker (Holmboe-Ottesen et al. 2004). Se også for eksempel Roos et al. 1996 og Roos et al. 2001.

liksom at det da er enklere – i hvert fall for min del, da – å bare la være å kjøpe det. Så betyr det sikkert ikke så mye på totalomsetningen (ler), men da har i hvert fall jeg bestemt meg for noe.” (Kvinne, intervju nr 13)

Denne informanten var blant dem som gikk lengst i forhold til personlige handlinger, og vi ser likevel at også hun peker på følelsen av avmakt og følelsen av å bli ”liten” i forbrukerrollen. Hun viser også til tvil om hvor mye hennes handlinger betyr i praksis, men fremhever betydningen det likevel har for henne å ha tatt et standpunkt og gjort det hun kan. Hun peker på visse betingelser for å kunne ta ansvar, og fremhever betydningen av informasjon:

” (...) i hvert fall på de områdene jeg kan gjøre det, så syns jeg det er viktig å prøve å bidra. Og der jeg på en måte er opplyst nok til å kunne ta de valgene. Det syns jeg er viktig. (...) jeg er veldig sann som leser på pakken i butikken. Det gjør jeg. Og der får jeg en del informasjon, og hvis det er noen sånne små foldere i forbindelse med lansering av nye produkter og sann, da pleier jeg å lese i de (...).” (Kvinne, intervju nr 13)

I de neste to eksemplene, kommer det frem synspunkter om at forbrukere har et medansvar for utviklingen i detaljhandelen så vel som i jordbruket:

”folk stiller ikke krav til butikkene – sann som jeg synes de burde. Folk er veldig lettkjøpt. (...) forbrukerne har like mye ansvar der som butikkene i og for seg.” (Kvinne, intervju nr. 5)

”det er klart at det er vel dilemma som norske forbrukere også står overfor, at skal man gå over fra å ha en gård på hver tue, som vi har hatt fra krigen og fram til nå, eller skal vi nå helkommersialisere jordbruket og si at ”null subsidier, null tillegg, null tilskudd – dette må dere leve av sjøl”. Og da får vi sånne tilstander som vi får i Tyskland og Danmark (...) Da blir det stordrift (...) stordrift vil nødvendigvis medføre noen dilemmaer og noen kompromiser” (Mann, intervju nr 14)

Informanten i siste sitat fremhever at vi som forbrukere er medansvarlige for den fremtidige utviklingen i matproduksjonen. Dette synspunktet om at vi normativt *bør* ta ansvar og gå inn i en mer aktiv rolle i forhold til å finne frem til informasjon og sette oss inn i ting ble fremmet av flere. Men ofte ble det nevnt sammen med noen grunner til at dette kunne være vanskelig i praksis.

”jeg syns egentlig man skal det [være skeptisk], jeg. Skal ikke ta alt for god fisk.” (Kvinne, intervju nr. 4)

”[Vi bør] være bevisste, og – at vi spiser det vi til en hver tid føler er riktig (...) og være observante, selvfølgelig, i forretninger, hvis det skulle være noe, og eventuelt melde ifra. Og så prøve å formidle videre, da, kanskje jeg mest til mine barnebarn. Jeg vil ikke være noe vaktbikkje i forhold til andre ting, kanskje. (...) vi har alle et ansvar for å skaffe oss informasjon” (Kvinne, intervju nr. 7)

Intervjuer: *Det med sprøyting som du nevner...*

Kvinne: *Ja, det tenker jeg på.*

Intervjuer: *Ja. Føler du at du har nok mulighet til å ta valg ut fra informasjon? Om hvordan det er dyrket og om det er sprøytet eller ikke og med hva og..*

Kvinne: *Den informasjonen mangler – syns jeg (...) men jeg har ikke gjort noe med det, altså jeg har ikke gått bort til noen av de og spurt heller (...) men – vi burde egentlig være litt mer nysgjerrig på det ...”* (Kvinne, intervju nr, 6)

Her kommer det frem synspunkter om at ”alle har et ansvar” og at vi som forbrukere både bør være skeptiske til det som blir lagt frem og aktive i å innhente informasjon om maten. Det ble imidlertid også av flere gitt uttrykk for opplevelser av å ha liten innflytelse og mulighet til å ta ansvar for matens kvalitet og produksjonsmåte. Her er to eksempler på slike avmaktsskrivelser:

”Jeg tror ikke vi kan gjøre noen ting, jeg. Det er klart at hvis du er ung og syns at dette er kjempeviktig, så kan du jo kaste deg frem og komme kanskje litt opp blant disse gutta her, og så prøve å gjøre noe der? Lage litt rabalder? (...) men som sånn vanlig forbruker, mannen på gata, så... - Det er klart at vi kunne jo la vær å kjøpe, men du får jo ikke med deg – altså, nei, jeg tror ikke du har noe makt i det hele tatt. Ikke på sånne ting (...) ikke overfor en sånn industri. Nei. Der er du ingenting, altså.(...) Ja, altså selvfølgelig så kunne jeg gå til slakteren å si at ”jeg nekter å kjøpe den der entrecôteen lenger” – i ren protest, så skulle jeg ikke kjøpe det. Ja – og ”so what?”” (Kvinne, intervju nr 2)

”Det blir liksom sånn ”tar du den så tar du den så tar du den”! Ikke sant? Og så forholder du deg da til disse myndighetene som sier at (...) ”ut ifra det vi vet i dag, så medfører det ingen helserisiko å drikke dette hver dag.” Og da må vi nesten forholde oss til det, da?” (Mann, intervju nr 14)

Selv om det gjerne hevdes at ”forbrukerne” som gruppe har stor innflytelse i markedet, kan altså dette stå i kontrast til hvordan det enkelte mennesket opplever virkeligheten. Opplevelsen av avmakt er en av flere begrunnelser som informantene la frem for hvorfor det var vanskelig å ta ansvar i forbrukerrollen. Flere slike forhold skal belyses i det følgende, i form av premisser for forbrukernes aktive deltakelse.

6.3 Betingelser for innflytelse og ansvarstaking i forbrukerrollen

I forrige avsnitt så vi eksempler på hva informantene følte de hadde ansvar for, og hva de gjorde i praksis. Men det ble også pekt på en del problemer og begrensninger. I dette avsnittet skal vi se nærmere på hva informantene fremhevet som viktige premisser for å kunne ta ansvar for trygg mat i forbrukerrollen. Noe av det første de trekker frem er at det må finnes reelle *alternativer* i markedet, og at det må finnes tilstrekkelig, riktig og relevant *informasjon* om varene de kan velge mellom. Disse forholdene er helt vesentlige for om man skal kunne ha innflytelse gjennom sine valg i markedet.

Informantene gir uttrykk for at de opplever varierende grad av innflytelse, både når det gjelder hvilken betydning deres valg av varer i butikkene har, og hvilke muligheter de føler de har til å uttrykke sine meninger om maten på andre måter. Hvorvidt det finnes arenaer for kommunikasjon der det kan foregå en *dialog* er viktig for mer nyansert kommunikasjon enn det en registrering av ”kjøp” i salgshallene tillater. Salgsstatistikk gir ingen mulighet for at forbrukere skal kunne uttrykke f.eks. ønsker om bestemte varer eller typer produksjonsmåter som ikke finnes i butikkene, eller begrunnelser for *hvorfor* de kjøper eller ikke kjøper en bestemt matvare. Informantene gir uttrykk for at de i liten grad opplever at de har slike kanaler som tilfredsstiller deres behov for dialog.

Vi skal gjennomgå en del forhold som informantene opplevde som begrensninger – eller betingelser - for om de føler at de har en mulighet for å øve innflytelse over maten gjennom forbrukerrollen. Deres opplevelse av innflytelse handler blant annet om maktforhold. Praktiske forhold og de mange hensynene som må veies mot hverandre når man handler mat i hverdagen har også stor betydning. Det er urealistisk å se forbrukernes valg av matvarer i butikken som et rent uttrykk for deres individuelle ønsker og verdier - løsrevet fra den sosiale sammenhengen valgene og forbruket står inne i. Forbrukernes ønsker og muligheter for å ta ansvar for mattrygghet må derfor sees i en bredere sammenheng, der også strukturelle, sosiale og kulturelle forhold tas med i betraktningen.

6.3.1 Alternativer i markedet

Valgmulighet er helt vesentlig for at man skal kunne ta ansvar i rollen som forbruker. Dette poenget kommer klart frem i dialogen mellom to ektefeller:

Mann: *Jeg synes du viser en veldig liten tillit til det norske... [kontrollsystemet]*

Kvinne: *Ja, jeg er litt skeptisk, jeg!*

Mann: *Ja, jeg må si, men jeg har aldri registrert at du har vært skeptisk når du har gått i butikken og handlet mat?*

Kvinne: *Ja, men jeg har liksom ikke så mye valg. Det er det!*

Mann: *Nei, det er et poeng, jeg er enig i det.*

Kvinne: *Jeg har ikke valget!*

Mann: *Ja, men ville du ha valgt annerledes, da? (...)*

Kvinne: *Jeg ville valgt sunn mat som det ikke var gift i. (Par, intervju nr. 14)*

I denne dialogen finner vi en type argumentasjon som forbrukerne som gruppe lett kan møtes med: ”Ja men jeg har aldri registrert at du har vært skeptisk når du har gått i butikken”. Det antas ofte at forbrukerne ikke har noen innvendinger eller skepsis så lenge de faktisk går og kjøper de varene som tilbys i butikken. Men hvordan kan egentlig skepsis komme til uttrykk innenfor disse rammene? Noe følelsesmessig barometer følger ikke registreringen av ”kjøp av varer”. Man kan ikke ut fra salgsstatistikk påstå at man har noe kjennskap til hvordan forbrukeren *føler seg* når han eller hun kjøper varen – bare at den kjøpes.

Et sentralt poeng i denne sammenhengen, blir hvilken reell mulighet forbrukeren har til å velge noe annet. Kunne vedkommende uttrykke sin skepsis gjennom valg av et alternativt produkt? Er disse alternativene reelle for forbrukeren, bl.a. ved at de er økonomisk, kvalitetsmessig og funksjonelt sammenliknbare?

Dersom et reelt alternativ ikke foreligger, og forbrukeren kjøper den tilgjengelige varen, kan det altså være med betydelig skepsis og bekymring. I eksempelet over ser vi at paret forholder seg til de samme varene i butikken, men *følelsen de gjør det med* er ulik. Den ene parten uttrykker seg ganske pragmatisk, og viser i andre deler av samtalen til at vi ”må forholde oss til de varene vi får i butikken” og den næringsmiddelkontrollen vi har. Den andre parten gir uttrykk for betydelig mer skepsis og følelsesmessig ubehag, selv om hun antakelig kjøper de samme varene i butikken som mannen hennes gjør. Hun poengterer at hun ikke føler at hun har noe annet *valg* enn å handle de varene hun er usikker på, og hun gir uttrykk for at hun ikke føler seg sikker på at næringsmiddelkontrollen gir en tilstrekkelig trygghet.

Wendell Berry (1992) hevder at ”spesialisert forbruk” er en konsekvens av spesialisert produksjon, og fremhever at forbrukernes rolle er begrenset av de varene som tilbys i markedet: “*The specialization of production induces specialization of consumption. (...) Indeed, this sort of consumption may be said to be one of the chief goals of industrial production.*” (Berry 1992: 374, 375).

Fra et teoretisk synspunkt hevdes det at det ikke er korrekt å bruke begrepet tillit hvis ikke man har en mulighet til å velge annerledes (Gulbrandsen 2000, 79). Det synes ganske klart at det i en del tilfeller i vårt intervjumateriale refereres til situasjoner hvor informantene ikke opplever at de har noe annet realistisk alternative. Når informantene i slike tilfeller handler de matvarene som tilbys, kan man diskutere om det kanskje er mer riktig å snakke om en slags ”tvungen tillit”. Gjennom intervjuene ga informantene uttrykk for både mangel på alternative innkjøpsmåter, og mangel på alternative varer, bl.a. gjennom utsagn som dette:

”Det er jo fantastisk - her skal endelig TINE få en konkurrent og hva er det de produserer? Jo, gulost! Og brunost! Kunne man ikke hatt lite granne mer fantasi å komme med da?” (Mann, intervju nr. 15)

”Folk kjøper jo mat uansett, og nå er det snart bare tre eller fire kjeder hvor man kjøper mat.” (Mann, intervju nr. 14)

”Altså det popper opp nye butikker overalt, på hvert eneste hjørne, - der jeg bor har jeg innen fem minutters gange fem eller seks supermarkeder, (...) det er ingen av dem som jeg synes er noe koselig å handle i - i det hele tatt. Jeg synes de har dårlig utvalg, de har veldig ustabil utvalg, og man kan ikke stole på Syv supermarkeder har jeg innen fem minutters gange, og ingen av dem har utvalg som jeg synes tilfredsstillende meg – overhodet.” (Kvinne, intervju nr 5)

Hvilken reell mulighet man har som forbruker til å velge bort de produktene man mener er dårlige og å kjøpe noen man liker bedre, er helt avhengig av at det finnes alternativer i markedet og at disse i praksis er tilgjengelige for den enkelte. Det innebærer bl.a. at disse alternativene må være innen praktisk rekkevidde i hverdagen, og at de må ha en pris som er realistisk å betale. Alternativene må også være reelt ulike i forhold til den egenskapen ved maten eller de forholdene ved produksjonen som forbrukeren oppfatter som viktig i forhold til matens trygghet. Dette kan for eksempel handle om at matvarene stammer fra andre produksjonsformer eller bedrifter med andre eiere eller med annen organisasjonsform.

Jacobsen og Stræte (2002) beskriver at det norske matvaremarkedet er karakterisert ved en sterk dominans av noen få store aktører i detaljhandelen, og et relativt lite mangfold av produkter i de vanligste butikkene. Dette kan bidra til at forbrukerne opplever at det er færre valgmuligheter blant ulike typer butikker og ulike matvarer. Liten grad av mangfold i matmarkedet gir også forbrukeren mindre grad av erfaring med å vurdere ulike produkter og gjøre bevisste valg. Flere av informantene viste til sammenlikninger med utlandet når de beskrev begrensningene i valgmuligheter i norske butikker.

”Har du noe særlig ”option” her? Altså – jeg har jo bodd i utlandet i mange år, i forskjellige land, og jeg synes at vårt valg i Norge nå, på grunn av alle disse supermarkedene, blir mer og mer innsnevra. Mindre og mindre spesialbutikker – altså du blir trua til å kjøpe det som er i butikken fordi at – det er ikke noe valg. Om du går fra det ene supermarkedet til det andre – det er akkurat det samme selv om merkene er annerledes. Ja. Ostebutikk? Glem det. I et supermarked så har de kanskje en ostedisk.” (Kvinne, intervju nr. 4)

”Det er jo vanvittig hvordan utvalg de har, da [i utlandet]. Det er også noe som undrer meg i Norge, og det er jo at hvis man – man føler seg på en måte så styrt av sånne konsepter innfor butikk-kjeder og du må snart innom flere – for du har sånne som heter minikonsept og så har du noe som heter mellomkonsept og så har du fullkonsept og så videre og så videre. Så

du må innom nesten innom alle tre for å få de matvarene du har tenkt å kjøpe den dagen.” (Mann, intervju nr 14)

Noe som fremstår som et dokumentert annerledes alternativ for en del, er økologisk produsert mat. Flere kvaliteter ved den økologiske produksjonsmåten, bl.a. at det ikke brukes sprøytemidler, trekkes frem som grunnlag for at denne maten oppleves som tryggere.

”Det henspeiler jo litt på produksjon, da – altså det at jeg vet at det er gjort på en måte hvor dyra har det godt og hvor det ikke er tilsetningsstoffer og giftstoffer eller noe sånn. I hvert fall ut fra de opplysningene man har, da. Det synes jeg er viktig.” (Kvinne, intervju nr 13)

”Det er nok dyre produkter, men jeg tror folk er villig til å betale mer, altså, for å få sikrere varer. Nå er det vel ikke noen butikker her i [navnet på byen] i dag som er noen spesialforretninger på noe sånn økologisk biologisk mat, da. Jeg ser enkelte har inne visse produkter. (Mann, intervju nr 8)

Samtidig som økologisk produsert mat altså oppleves av noen av informantene som ”sikrere” mat, nevnes dårlig tilgjengelighet og høy pris som grunner til at økologiske matvarer likevel ikke nødvendigvis fremstår som realistiske alternativer.

”Ja, altså jeg prøver i så stor grad som mulig – nå er det jo ikke alle butikker som har det, og det kan av og til være litt vanskelig å være helt prinsippfast som student, men økologiske varer. Men det er klart at jeg synes det er litt snevert - i hvert fall i disse lavpriskjedene så er det jo selvfølgelig snevert tilbud.” (Kvinne, intervju nr 13)

”Du lurer jo på hva de sprøyter med og hva dette her er, tenker jo på det, men liksom økologisk det er jo – det er så ofte så mye dyrere! Og det synes jeg er synd. (...) Du prøver på en måte å gjøre det beste, også når du har unger ikke sant, så tenker du på sanne ting. Og jeg synes det er synd at det skal være såpass mye dyrere. (Kvinne, intervju nr 6)

Slike betraktninger om at de matvarene og innkjøpsstedene som informantene betraktet som ”tryggest” eller ”best” likevel ikke var aktuelle i hverdagen på grunn av pris, kom til uttrykk i flere sammenhenger. Informanten i sitatet under sier hun gjerne ville handlet kjøtt hos slakteren, men økonomiske hensyn gjør at hun vanligvis handler alt på ett sted – som er en butikk i en kjede med lavprisprofil. I løpet av samtalen kommer hun med liknende kommentarer om å handle frukt og grønnsaker på torg - noe hun oppfatter som mer fristende og hyggelig, men også dyrere og derfor noe hun sjelden gjør.

”Det er klart – dette har jo også noe med økonomi å gjøre, ikke sant? Så det jo kanskje aller mest derfor også jeg handler alt på ett sted. (...) det er jo mange ting en ikke vet, så det å gå til slakteren for å spørre hva som er bra og få litt kunnskaper samtidig, så kunne vel det kanskje være en ønskesituasjon – å få det aller, aller beste.” (Kvinne, intervju nr 7)

I vurderinger av valgmulighetene i markedet er det altså viktig å ta med de forholdene som har innflytelse på hvorvidt de oppfattes som reelle alternativer av forbrukerne i deres hverdagsliv. Både tilgjengelighet og pris er sentrale hensyn i denne sammenhengen. Det er også viktig at de ulike varene som tilbys faktisk er annerledes med hensyn til de forholdene forbrukerne er opptatt av (som for eksempel produksjonsmåte).

6.3.2 Informasjon

Korrekt og relevant informasjon er en grunnleggende forbrukerrettighet og en forutsetning for å gjøre informerte valg i markedet. Teoretisk sett er dette et sentralt premiss for at markedet skal fungere, men det er sjelden optimalt innfridd i praksis. Gjennom intervjuene kom den sentrale rollen som informasjon spiller til uttrykk på flere ulike måter. Frustrasjon over mangel på informasjon ble uttrykt av flere, bl.a. knyttet til en opplevelse av usikkerhet omkring hvor ”farlig” visse typer matvarer eller produksjonstyper er, og hvorvidt de bør velge alternativer eller ikke. Informanten i sitatet nedenfor viser til slike betraktninger om at hun på den ene siden er skeptiske til den generelle (industrielle) matproduksjonen, men likevel er usikker på om hun bør velge å kjøpe matvarer som er produsert på en annen måte. Hun viser også usikkerhet omkring hvilke instanser som har ansvaret for trygg mat, og hvem som gjør de ulike konkrete oppgavene. Det kommer også frem en skepsis til om ulike aktører virkelig gir riktig informasjon til allmennheten.

Kvinne: Ja, hvem har egentlig ansvaret for å kontrollere, og hva har de ansvar for å kontrollere? Og hvem ivaretar det vi er interessert i å få vite? Liksom – hva er det sprøyta med, er det skadelig? Hva gjør de stoffene, hva gjør de stoffene? Hvem gjør det? Det lurere jeg på. Og er det i det hele tatt noen som gjør det?

Intervjuer: Ja, så du etterlyser mer

Kvinne: Informasjon. Og så kan du gjøre et valg. Ikke sant? Når du får vite det. Da betaler du kanskje mer for økologisk, når du vet det – hvis det er riktig gæærnt (ler). (Kvinne, intervju nr.14)

”Man vil jo unngå selvfølgelig farlig sprøyting av ulike typer grønnsaker og frukt. (...) Men jeg vet jo ikke hvor skadelig det er, eller om de informerer oss om alt mulig, ikke sant? Det vet man jo, at de gir ut den informasjonen som passer dem, jeg vet ikke hvor mye næringsmiddeltilsynet tester ut og om man er i stand til det (...) Helse og ernæringseksperter? Ja, de mener jeg er mye i lomma på politikerne, og sier det de bør si i forhold til hva som passer seg oppad og nedad altså. Under Tsjernobyl – hvor mye fikk vi vite da? De holdt jo masse tilbake. Ikke sant? Så det der tror jeg er bare et sånt spill, altså, hva vi skal lekke og hva vi ikke skal lekke” (Kvinne, intervju nr 2)

Flere av informantene viste til en skepsis til hvorvidt ulike aktører ville gi all informasjon om en sak eller ikke. Her er noen eksempler som viser til både offentlige myndigheter og næringslivsaktører.

”Du vet ikke. Kanskje noen ganger så ville de [offentlige myndigheter] holde ting skjult – for å såkalt beskytte, jeg vet ikke. Hva vet jeg?” (Kvinne, intervju nr. 4)

”[kjøttet ble solgt] som om det skulle være norsk, ikke sant, for de sa ikke at ”dette her er egentlig fra Namibia for to måneder tilbake”. Så – så da ville jeg føle meg lurt. (Kvinne, intervju nr 9)

En annen side av saken er kunnskapsnivået blant dem som møter forbrukerne. Dersom de skal kunne gi forbrukerne den informasjonen de har behov for, må de ha tilstrekkelige kunnskaper om de relevante sakene. Dette er ikke alltid i tråd med det informantene har erfart.

”Ofte i Norske forretninger – skal ikke skjære alle over en kam, men i hvert fall veldig ofte så vet de veldig lite om det de selger. Det er ofte unge – skoleelever og sånn, og det er helt OK,

men de har veldig liten kunnskap om det de skal selge. Du får liksom ett eller annet og that's it.” (Mann, intervju nr. 1)

”Det klassiske er jo gutten som sitter i kassa. Så kommer det en husmor som har raspa med seg en selleri. Du ser gutten helt fortvilet kikker over mot nabokassene, hva er det her for noe? Han vet ikke forskjell på purre, persille og selleri. En 18-årig normal norsk gutt vet ikke forskjell på det i dag. Og da er det klart at en kilo kjøtt, det er en kilo kjøtt. Han kan kanskje biff. Han vet ikke forskjell på rundbiff, flatbiff og bankebiff!” (Mann, intervju nr. 15)

Når det gjelder hvilke aktører som er mest fremtredende for informantene i forhold til å få informasjon om mat, ble det bl.a. vist til hvilken nærhet, rent konkret, de har til forbrukernes hverdag. Butikken og pressen ble fremhevet som viktige i egenskap av å oppleves som ”nærmere” forbrukeren enn for eksempel eksperter

”Det er klart at en forholder seg jo også til pressen, (tenker) og ellers så tenker jeg jo at det er ens egen sunne sans og erfaring - men samtidig så tenker jeg at man trenger jo noe informasjon, og det er klart noe av det kan en sikkert også lese av innholdsfortegnelser eller altså hva som står på maten, men... Det er jo mange av disse her som en egentlig ikke har [kontakt med] – altså helse og ernæringseksperter i den grad de uttaler seg i media, så får en jo informasjon, men det er jo ikke noen som en møter vanligvis det heller, så det er jo på ett vis pressen og i butikkene, altså det er jo der en egentlig får informasjon, tenker jeg, om mat.” (Kvinne, intervju nr 11)

”Jeg syns at media er ganske flinke til å skrike opp, og de er også ganske flinke til å nøytralisere.” (Kvinne, intervju nr. 7)

Det ligger et slags paradoks i at informantene både gir uttrykk for at de ønsker mer informasjon om maten, men samtidig gjerne vil ha enkel informasjon, og det er begrenset hvor mye tid og ressurser de vil bruke på å sette seg inn i ting. Informantene selv fremstiller dette som et dilemma:

”På den ene siden så vil en jo ha informasjon, men på den andre siden så blir det noen ganger litt hysteri rundt hva som er sundt eller hva som ikke er sundt eller hva som er farlig og hva som ikke er farlig” (Kvinne, intervju nr 11)

Som diskutert i kapittel 5, er innkjøp av mat knyttet til rutine, og det er begrenset hvor mye tid og oppmerksomhet man kan bruke på å vurdere matvarer i hverdagen. Derfor er det viktig å finne løsninger som både gir forbrukerne den informasjonen de ønsker, og som samtidig er enkel å forholde seg til.

6.3.3 Hverdagslivets begrensninger

I hverdagslivet må vi hele tiden gjøre avveininger mellom en rekke ulike hensyn. Det er begrenset hvor mye tid vi kan bruke på innkjøp av mat og vurdering av ulike matvarer. Vi har behov for det Luhmann (1999) har kalt kompleksitetsreducerende strategier. Å hente inn og sette seg inn i informasjon om maten kan sees som ”transaksjonskostnader” som må holdes på et håndterbart nivå. Det er nødvendig å stole på andre og det er nødvendig å komme frem til enkle og robuste strategier som fungerer i hverdagen. Slike behov ble det gitt uttrykk for i intervjuene, bl.a. gjennom betraktninger om begrensninger i hverdagen.

”Jeg har tillit til at det samfunnet vi lever i har systemer som ivaretar at man får sånn noenlunde – la oss si det sånn, da – helsemessig akseptabel kost.(...) ellers så ville jeg kommet i veldig mange rare dilemmaer hvis man skulle sitte hver eneste dag og innadfor hvert enkelt måltid og på en måte nærmest gå til analyse av maten før man spiste. Altså det ville bli en helt uholdbar situasjon.” (Mann, intervju nr. 14)

En av de tingene informantene ga uttrykk for at de ikke hadde kapasitet til, var å etterprøve om den informasjonen som blir gitt i matvaremarkedet faktisk er riktig. En ting er å sette seg inn i tilgjengelig informasjon og foreta valg i tråd med det, men en annen ting er å være ansvarlig for å finne ut om den stemmer.

”Kanskje forbrukerne er ansvarlig og, men det er veldig vanskelig på en måte å – altså man stoler jo på egentlig at det man får er riktig både produsert og at det kommer fra der det er opplyst” (Kvinne, intervju nr. 13)

Når det gjelder innsyn og involvering i matens historie ser det ut til at mange opplever å stå overfor et dilemma. På den ene siden oppleves en mangel på gjennomskiktighet i matvaresystemet som et problem. Man ønsker mer innsyn i hvordan ting foregår og hvilke aktører som er involvert, og man ønsker mer konkret informasjon. På den annen side er det grenser for hvor mye man kan og vil ta inn over seg i hverdagssituasjonen. Så hvis ”all informasjon” skulle ha vært tilgjengelig, så ville det vært for mye å sette seg inn i. Man trenger en strategi for å takle dette dilemmaet.

”Ja (sukker litt oppgitt) det der blir veldig vanskelig tenker jeg, fordi det er så vanskelig å følge maten helt tilbake til startpunktet. Det er klart en har jo lyst til å vite hva den sauen har spist eller hvor den har spist eller – men jeg tenker det er litt sånn umulig, altså vi har på en måte fjernet oss så veldig fra den situasjonen. Så vet jeg jo at noen ganger så kan det stå sånn ”sau fra” (ler) eller ”lam fra – ett eller annet sted” og så kan jeg tenke ”å ja, det høres veldig trygt eller fint ut” (ler) Men så – så er det jo ikke, altså - ja, hva vet jeg egentlig om det, da?” (Kvinne, intervju nr 11)

Denne informanten resonnerer slik at det er viktig at informasjonen handler om noe som forbrukeren reelt sett kan knytte til matsikkerhet, og som forbrukeren selv opplever som relevant. Samtidig ser hun ikke bort fra den mer intuitive effekten informasjon om for eksempel opprinnelsessted kan ha, dersom man knytter positive assosiasjoner til dette spesielle stedet eller typen sted (”på landet”, ”på fjellet”). Et annet poeng hun viser til er hva det ”koster” å sette seg inn i den informasjonen som måtte være tilgjengelig:

Kvinne: Jeg vet ikke egentlig om jeg ville vært så veldig opptatt av det, jeg. (...) det er klart at hvis en har et spesielt forhold til et sted eller noen mennesker som man stoler veldig på, så ville kanskje det vært.....greit, men jeg vet ikke om det er så veldig viktig for meg. (tenker). Nei, altså, det er på en måte også sånn at det er litt begrenset hvor mye energi jeg vil legge (i det)– altså, på ett vis så vil jeg gjerne vite at det jeg kjøper i butikken er trygt, og jeg vil på en måte ikke bruke så veldig mye tid på å finne ut av – ”ja, er det fra akkurat den gården eller det stedet eller...”

Intervjuer: Så du ønsker et godt og velfungerende kontrollsystem..

Kvinne: Ja

Intervjuer: *...som sikrer at de varene som tilbys deg som forbruker, de er alle sammen helt bra?*

Kvinne: *Ja, jeg ville egentlig det.* (Kvinne, intervju nr 11)

Dette eksempelet viser hvordan det å kunne stole på andre betyr mye i forhold til å forenkle innkjøps situasjonen. Tillit fremstår på denne måten som viktig ved at noe av kompleksiteten reduseres ved at det blir færre ting å forholde seg direkte til. Dette kommer også til uttrykk i sitatet nedenfor.

”Jeg kan ikke gå rundt å ta stilling til alt mulig selv, jeg er veldig glad for å kunne slippe – å kunne bare [viser med hendene hvordan hun plukker ting] rett opp i kurven. Jeg stoler på det som står der, jeg.” (Kvinne, intervju nr. 3)

Forbrukernes oppfatninger omkring ansvar for trygg mat på altså også sees i lys av de hverdagslivsbetingelser som innkjøp av mat foregår under. Vaner og rutine er viktige elementer her, sammen med begrensninger i forhold til tid - både knyttet til selve innkjøpene og det å sette seg inn i de ulike temaene og betydningen av informasjonen man får. Særlig kan det være krevende å sette seg inn i ekspertkunnskap som både kan være vanskelig tilgjengelig og til dels motstridende.

6.3.4 Kommunikasjon og innlevelse i matvaresystemet

Som forbrukere er vi avhengige av kommunikasjonskanaler for å nå ulike aktører i matvaresystemet. Møteplasser hvor en kan kommunisere om maten og ha mulighet til å føre en dialog er vesentlig for forbrukernes mulighet til å delta i matvaresystemet – som premissleverandører på lik linje med andre aktører.

Innkjøpsstedet er som oftest det punktet hvor forbrukerne kommer i kontakt med resten av matvaresystemet. Ofte vil dette være en ”vanlig” dagligvarebutikk som har relativt få medarbeidere ute i butikken. En stor andel av butikkene i Norge er lavsortimentsbutikker med et begrenset utvalg varer og få eller ingen betjente ferskvaredisker. Ofte kan kundene oppleve at det stort sett er betjeningen i ”kassa” som man har mulighet til å ta kontakt med. Faglig kompetanse hos de ansatte i butikken, og tilgjengelighet for kundene har kommet frem som et viktig element i forhold til å oppleve trygghet for varene man kjøper (se kapittel 4). Når informantene ikke opplever at de har noen kompetente personer å snakke med i butikken, opplever de dette som et problem.

Begrensninger i dialogen med detaljistleddet kommer frem, men også frustrasjoner over vanskeligheter med å få formidlet synspunkter til aktører lenger bakover i matvaresystemet ble uttrykt av informantene. Informanten i eksemplene nedenfor gir bl.a. uttrykk for en oppfatning om at bøndene ikke har fanget opp forbrukerønsker om mindre bruk av sprøytemidler.

”For eksempel i sånne store kjeder - hvis du da klager – til hu i kassa, da – klager og sier ”du alvorlig talt, dette går ikke, det kjøttet her... (...) hva gjør de? Jeg vet ikke hva dama i kassa gjør for noe. Går de videre? Eller (pause) nei, jeg vet ikke.” (Kvinne, intervju nr. 4)

”Vi begynner å bli – vi som kunder (...) vi er blitt litt mer opplyste, og vi vet at det blir manipulert og sprøyta, så vi får en sånn skepsis. Og jeg tror at det har ikke produsentene skjont enda. At kanskje det hadde vært lurere å kutta litt ned på sprøyting og den slags.” (Kvinne, intervju nr 4)

Lang vei fra produksjon til butikk, og et uoversiktlig matvaresystem trekkes frem som en kilde til usikkerhet av flere av informantene⁹. Mange ga gjennom intervjuene uttrykk for at de opplevde både avstanden og kompleksiteten i matvaresystemet som er problem, både i forhold til konkret kunnskap om maten de kjøpte, og deres opplevelse av trygghet. I tidligere kapitler har vi sett eksempler der informantene viser til konkret kunnskap – enten formidlet eller gjennom egen erfaring – som viktig for deres trygghetsfølelse. Vi har også sett eksempler på hvordan innsikt i matens historie blir knyttet til en god stemning rundt maten, så vel som til den direkte sansbare opplevelsen av maten - som at maten smaker bedre. I slike tilfeller er det kombinasjonen av og samspillet mellom det som kan oppleves gjennom sansene og kunnskapen om maten som til sammen gir en form for matglede, velvære og trygghet.

Denne typen innlevelse både gjennom sansene og intellektet står sentralt i en tilnærming til ansvarlighet på matområdet som beskrives av den amerikanske økologen og forfatteren Wendell Berry (1992). Et av rådene han gir for å kunne “spise ansvarlig” i essayet “the pleasures of eating”, er: “*Learn as much as you can, by direct observation and experience if possible, of the life histories of the food species*”. Han utdyper hva han mener om sammenhengen mellom nytelse og glede ved maten og innsikt i dens historie:

“The pleasure of eating should be an extensive pleasure, not that of the mere gourmet. (...) The knowledge of the good health of the garden relieves and frees and comforts the eater. The same goes for eating meat. The thought of the good pasture and of the calf contentedly grazing flavors the steak. (...) A significant part of the pleasure of eating is in one’s accurate consciousness of the lives and the world from which food comes. The pleasure of eating, then, may be the best available standard of our health.” (Berry 1992; 378). (hans uthevning)

Gjennom intervjuene kom det til uttrykk liknende oppfatninger om sammenhenger mellom innsikt i matens historie, inkludert etiske hensyn til natur og dyr, den sanselige opplevelsen av maten, og oppfatninger om at maten er trygg og sunn å spise. For slike typer trygghetsopplevelser, der en involvering i sammenhengene maten kommer fra står sentralt, er avstand, anonymisering og mangelfullt kjennskap til matens opprinnelse et problem.

Flere analytikere har pekt på problemer knyttet til avstanden og kompleksiteten i matvaresystemet i forhold til de mulighetene vi har til å ta ansvar – enten det er i rollen som forbrukere eller som samfunnsborgere. Jack Kloppenburg og Sharon Lezberg peker bl.a. på at deltakelse og involvering krever at vi har nok informasjon og innsikt i matens historie:

“How can we act responsibly and effectively for change if we do not understand how the food system works and our role within it?” (Kloppenburg and Lezberg 1996)

Fra dette perspektivet er avstanden som forbrukerne opplever i matvaresystemet et problem – både i forhold til den enkeltes innflytelse over egen situasjon, og i forhold til demokratisk deltakelse i samfunnet.

⁹ For eksempel i sitatet det er vist til i kapittel 4.6, der en kvinne tviler på om butikkpersonalet ville kunne svare henne på hvordan eplene i butikken er produsert på grunn av lang vei fra produksjonen.

7 Samlet vurdering

Gjennom intervjuene har vi søkt å belyse hvordan forbrukernes tillit til ulike aktører i matvaresystemet arter seg. I kapittel 2 så vi på noen av de mest sentrale sammenhengene oppfatningene om trygg mat var knyttet til, basert på informantenes beskrivelser av 'hva som er viktig for dem knyttet til mat'. Ulike tilnærminger omfattet fokus på matkvalitet, smak og opplevelse; etikk; helse og sunn mat; økonomiske vurderinger; og innsikt bakover i matvaresystemet. Oppfatninger om mattrygghet kretset rundt to ulike tilnærminger til dette temaet: På den ene siden en vektlegging av "naturlighet" og det som ble oppfattet som "naturnært", og på den andre siden en vektlegging av trygghet med referanse til teknologi og kontroll. Informasjonsstrategier og tiltak knyttet til mattrygghet vil kunne oppfattes ulikt blant forbrukere avhengig av slike bakenforliggende oppfatninger.

I kapittel 3 ble informantenes holdninger til offentlige aktører i forhold til trygg mat gjennomgått. Vi så i dette kapitlet hvordan informantene gir uttrykk for å være rimelig trygge på maten de kjøper i norske butikker, og dersom maten er produsert i Norge ser dette ut til å gi en ytterligere forsikring om at maten er trygg å spise. Forhold som beskrives som relevante i denne sammenheng er ulike kvaliteter forbundet med Norge eller "det norske" – på geografisk, kulturelt og institusjonelt nivå.

En måte denne generelle tryggheten kommer til uttrykk på, er ved at "trygg mat" nettopp *ikke* ser ut til å være et tema informantene tenker noe særlig på i matbutikken, men snarer noe som blir tatt for gitt. På den annen side kan det rutinepregede ved mat tenkes å "maskere" bekymringer som faktisk finnes, men som ikke trekkes frem til refleksjon i hverdagen før eventuelt noe dramatisk skjer, eller bekymringene når et visst nivå.

En høy generell tillit til at samfunnsinstitusjonene fungerer bra, og referanser til velferdsstaten kom frem som viktige rammevilkår for informantenes tillit til at maten i Norge er trygg å spise. Informantene viste både til en generell troverdighet til det offentlige samfunnslivet og til institusjoner knyttet mer spesifikt til matsikkerhet, som blant annet næringsmiddeltilsynet.

Vi ser imidlertid også at informantene gir uttrykk for at de føler at de vet lite om organiseringen av matkontrollen, hvilke institusjoner som har ansvar for hva, og hvordan kontrollen foregår i praksis. Den høye tilliten ser derfor ikke alltid ut til å være basert på kunnskap og innsikt hos forbrukerne. Det kom også frem historier om negative erfaringer – enten selvopplevde eller formidlet gjennom media – og hvordan disse hadde betydning for hvordan informantene opplevde offentlige myndigheter. Slike fortellinger kom gjerne sent i intervjuet, og samme informant kunne godt ha uttrykt høy tillit til den offentlige matkontrollen i generelle vendinger tidligere i intervjuet. Dette kan bety at informanten vurderer det slik at disse hendelsene ikke har så stort omfang eller grad av alvor at de rokker ved den overordnede tilliten til at trygg mat stort sett ivaretas på en god nok måte. Det kan også bety at informantene lever med ambivalenser og usikkerhet og takler dette etter beste evne i hverdagen.

Den høye tilliten til offentlige myndigheter som er funnet i tidligere studier kom altså også til uttrykk i denne undersøkelsen, men vi har samtidig sett noen nyanser i måtene denne tilliten

kommer til uttrykk på, så vel som noen nyanseringer av selve tilliten. Negative hendelser der myndighetene i informantenes øyne ikke gjør nok for å forhindre farer ser ut til å ha betydning for hvor robust tilliten er. Også en svekket tro på det offentlige mattilsynets autoritet og virkemulighet (for eksempel i forhold til EU eller knyttet til generelle utfordringer ved global handel med mat) er blant de forholdene som kan svekke forbrukernes tillit.

I kapittel 4 ble informantenes oppfatninger om markedsaktørene i forhold til trygg mat gjennomgått. Informantene viser i stor grad til markedsaktørenes økonomiske interesser når de vurderer deres ivaretagelse av trygg mat. Dette er et hovedskille som kommer frem i informantenes vurderinger av hhv. offentlige aktører og markedsaktører. Men til tross for at de gir uttrykk for en noe lavere tillit til markedsaktører, viser informantene til at de i stor grad forholder seg til ulike markedsaktører i deres hverdagsliv, og at de knytter tillitsrelasjoner på ulike vis i markedet. Graden av kunnskap og faglig integritet viste seg som en viktig dimensjon som informantene bedømmer tillit og troverdighet ut fra. Dette kan gå på tvers av skillet mellom offentlige og private aktører.

Strategier som informantene benytter seg av i matvaremarkedet, er bl.a. knyttet til bruk av merkevarer og kjente produsenter som de hadde hatt god erfaring med over tid. Dette fremstod som en basis-strategi som var relativt enkel å følge i hverdagen. Tilliten til bestemte merkevarer, produsenter eller butikker, var i stor grad knyttet til erfaring og i noe mindre grad knyttet til konkret innsikt i hvordan maten er produsert og begrunnelser for hvorfor matvarene er tryggere.

I vurderinger av råvarer som for eksempel frukt og grønnsaker, ble begreper som ”naturlig” og ”kunstig” gjerne brukt. Det som fremstod som ”naturlig” ble beskrevet som tryggere enn det som for eksempel ble oppfattet som et ”unaturlig” pent utseende, eller en ”unaturlig” lang holdbarhet. ”Naturen som målestokk” representerer en annen form for trykthetsstrategi enn tillit basert på å underlegge matproduksjonen streng kontroll. Disse to ulike tilnærmingene har gjerne med skala å gjøre. Produksjon og omsetning i stor skala er gjerne forbundet med systemer for sporbarhet og kvalitetssikring, mens informantene gjerne forbinder produksjon og omsetning i liten skala med andre muligheter for kvalitetsvurderinger.

Innsikt i historien bak produktet er et annet element det vises til. Informantene beskriver en sammenheng mellom hvordan de opplever historien bak, og hvordan de opplever selve produktet – også i forhold til mattrygghet. I noen tilfeller viste informantene til direkte innsyn i hvor maten kommer fra og hvordan den er produsert (for eksempel ved jakt og fiske, eller gjennom direkte handel med matprodusentene). Gode historier kan enten være knyttet til egen erfaring og direkte kontakt, eller de kan være formidlet på annen måte.

Faglig kvalifiserte personer med profesjonell integritet spiller en viktig rolle i informantenes fortellinger om hvordan de forsøker å forsikre seg om at maten de kjøper er trygg. Mange viser til at å handle mat over en betjent disk, der man kan snakke med en fagperson, betyr mye – enten i form av et ideal, eller med referanse til vanlig praksis. Mangelen på fagpersoner og betjente diskene i mange av dagligvarebutikkene er imidlertid en begrensning i forhold til denne innkjøpsstrategien.

I de tilfellene der informantene viser til direkte kontakt med enten produsenten (som ved torgsalg) eller med en fagperson (som hos slakteren), beskriver de personlige tillitsrelasjoner knyttet til de bestemte personene de forholder seg til. Her kommer det også frem elementer av sosial kontroll – i og med at begge parter anses å ha noe å tape om tilliten ikke skulle innfris. Ansvar og tilliten er plassert hos et menneske som kan kontaktes direkte. I tilfeller der maten ikke kjøpes direkte av produsenten, kan likevel liknende vurderinger komme til uttrykk, dersom varen følges av konkret informasjon om hvem som står bak (for eksempel navn på gård og bonde). Opplevelsen av en potensiell mulighet til å ta kontakt med en ansvarlig person blir fremhevet som viktig.

De ulike strategiene som informantene viser til skiller seg bl.a. ved om tilliten er knyttet til abstrakte systemer eller om den er knyttet til personlige relasjoner. Tillit til systemer kommer i stor grad til uttrykk i forbindelse med offentlige aktører, men kan også knyttes til f.eks. merkesystemer i markedet. Noen av disse merkene kan også ha tilknytning til staten, f.eks. Ømerket for offentlig godkjent økologisk produksjon, mens andre er knyttet til bestemte næringslivsaktører. I intervjuene kom det frem eksempler hvor tryggheten ved maten ble vurdert ut fra troverdigheten til personen som selger den. I disse tilfellene er relasjonen til den aktuelle personen mer sentral enn detaljert, konkret informasjon om matvaren i seg selv. I noen tilfeller ga informantene uttrykk for at selv en potensiell mulighet for å møte personen bak produktet ga dem en følelse av trygghet – uavhengig av om man faktisk ville benytte denne muligheten eller ikke. Det at produsenten (eller andre) hadde ”turt å stå frem” i forbindelse med produktet sitt, var viktig i denne sammenhengen. Slike former for tillitsvurderinger skiller seg fra tillit til systemer, som f.eks. interne kvalitetssikringssystemer, hvor det er mer uklart for forbrukerne hvilke mennesker som eventuelt ville stå frem dersom systemet skulle svikte. Gjennom intervjuene kom det frem beskrivelser som viste at begge disse tilnærmingene var av betydning.

Spørsmålet om hvorfor norske forbrukere er vist å ha så høy tillit til offentlige myndigheter og hva som kan forklare den store forskjellen i tillit til hhv. offentlige institusjoner (høy) og private markedsaktører (lav) har stått sentralt i undersøkelsen. Forskjellen i tillitsnivå kan sees som et paradoks tatt i betraktning den nære forbindelsen mellom stat og marked i Norge. På mange måter kan det sies å være tette relasjoner mellom markedsaktører og stat i Norge, bl.a. gjennom korporative modeller og ved samarbeid om både utforming og oppfølging av reguleringer (Terragni 2004). Man kunne ut fra dette tenke seg at oppfatningene av de to typene aktører ville være likere. Når vi ser at tillitsnivået til markedsaktører i Norge faktisk er lavere enn i land hvor man har hatt større matvareskandaler, som England og Belgia, (Berg 2000) er ikke dette umiddelbart lett å forklare. Hvorfor er det i så stor grad de offentlige institusjonene som ser ut til å bli ”kreditert” for den relativt lave forekomsten av matskandaler? Hvorfor har man ikke da også tillit til markedsaktørene? Vi vil peke på to forhold som vi mener kan være relevante i denne sammenhengen.

Gjennom forbrukerintervjuene kom det til uttrykk oppfatninger om at det primært er staten som er ansvarlig for trygg mat i Norge. Gjennom intervjuer med markedsaktører og representanter for offentlige institusjoner har tilsvarende holdninger kommet til uttrykk (Terragni 2004). Denne tilsynelatende samstemmigheten mellom staten, markedet og forbrukerne om at det er staten som har ansvaret for trygg mat, kan føre til at markedsaktørene i denne sammenhengen oppfattes som mindre relevante aktører for forbrukerne. Forventningene til at de to andre partene skal ta ansvar kan dermed være lavere.

I tillegg har det norske matvaremarkedet noen særtrekk som kan ha betydning for oppfatninger om fordeling av ansvaret for trygg mat. Det norske matvaremarkedet er preget av noen få dominerende aktører, høy grad av integrering og høy grad av standardisering av varer (Jacobsen og Stræte (2002). Denne situasjonen kan bidra til at forbrukerne opplever at de har et begrenset handlingsrom i rollen som forbrukere, bl.a. ved at de opplever liten valgfrihet. Informantene fremhever at butikken representerer den mest konkrete møteplassen med andre aktører i matvaresystemet. Samtidig peker de på at de opplever at dagligvareleddet i liten grad har tilrettelagt for kommunikasjon i form av *dialog* med forbrukerne. De viser til mangler både i forhold til å få den informasjonen de er interessert i og å gi tilbakemeldinger. Selv om detaljleddet fysisk sett er ”nærmere” forbrukeren, kan det offentlige ha en mer fremtredende rolle i folks bevissthet og dermed føles ”mentalt” nærmere i spørsmål knyttet til trygg mat. Når forbrukerne har gode erfaringer kan det lett bli det offentlige som får bekreftet tilliten. Begge disse forholdene kan ha den effekten at både forventningene om trygg mat og æren for at maten oppleves som trygg, rettes mot staten, mens markedsaktørene forblir mindre synlige og mindre tilgjengelige for forbrukerne.

I kapittel 5 ble informantenes oppfatninger om trygg mat diskutert i forhold til praksis og vaner i hverdagslivet. Behovet for at innkjøp av mat kan foregå enkelt og greit, knyttet til vaner og rutiner kommer klart frem gjennom intervjuene. I et hverdagslivsperspektiv er det begrenset hvor mye tid en kan bruke på både innkjøpene i seg selv, og refleksjoner omkring de matvarene en skal handle. Det er derfor viktig at forbrukerne føler at de kan handle mat som de har tillit til innenfor rammene av hverdagslivets begrensninger.

Gjennom intervjuene kom det frem at ”utrygg mat” eller ”mulig helsefare” ikke fremstod som noen sentral problemstilling for informantene i det daglige. Dette kan tolkes i retning av at ”trygg mat” stort sett oppleves som en selvfølge for norske forbrukere og at man generelt har en sterk forventning om at ”alt er i orden” med maten vi handler i norske butikker. En tilsynelatende mangel på refleksivitet knyttet til mulige helsefarer ved maten kan imidlertid også tolkes som et uttrykk for at mat i stor grad er knyttet til rutinebaserte handlinger, vane og erfaring. Det er en rekke forhold som ligger til grunn for hvorfor vi spiser slik vi gjør, og det er ikke naturlig å forvente at en dag-til-dag basert risikovurdering av maten spiller en fremtredende rolle i folks fortellinger om deres matvaner.

Vi finner det riktig å skille mellom (tilsynelatende) fravær av mistillit, og fravær av bekymringer. I intervjuene forekom det ofte beskrivelser av bekymringer selv om det ikke ble uttrykt direkte mistillit til om maten var trygg å spise. Både tillit og bekymring ser ut til å være tilstede samtidig. Det å ikke lenger ha tillit kan oppleves ganske dramatisk når det gjelder noe så sentralt som mat, og særlig når skepsisen er knyttet til komplekse, diffuse forhold som man i rollen som forbruker ikke kan overskue og ikke gjøre noe med. Det kan dermed være et stort spenn mellom det å ha bekymringer og det å erklære mistillit og eventuelt endre handlingsmønster.

Hvordan vi lever med ambivalenser knyttet til forbruk er bl.a. beskrevet av Bente Halkier (1998). Innkjøp av mat er knyttet til rutiner og kompromisser i hverdagslivet, og rutiner gjør det enklere å leve med ambivalenser, ved at man nettopp ikke gjør avveininger og refleksjoner hver gang man går i matbutikken og handler. Det er likevel viktig å være oppmerksom på endringer i hvordan forbrukerne *opplever* det de gjør, selv om dette ikke (foreløpig) har gitt seg utslag i endringer i handlinger. Mye i vårt materiale kan tyde på at informantene har opplevd endringer i hvordan de *føler seg* knyttet til bestemte handlinger mens sevel handlingene opprettholdes. Et eksempel er at informanter som uttrykker skepsis til kjøtt likevel fortsetter å spise kjøtt, selv om de ikke føler seg like komfortable med det som før. Det er ikke usannsynlig at slike endringer i opplevelse kan føre til endringer i praksis på sikt – selv om vi som forbrukere ser ut til å takle det å leve med ambivalenser.

Spørsmålet om ansvarsfordeling for trygg mat gjennomgås i kapittel 6. Informantenes oppfatninger om hvem som har ansvar for å sikre trygg mat knyttes i større grad til offentlige instanser enn markedsaktører, men det kommer også frem synspunkter om at private markedsaktører ”bør” være ansvarlige for at maten er trygg. Imidlertid stilles det i større grad spørsmål ved om markedsaktørene kan ta et slikt ansvar alene. Trolig er det et samspill mellom informantenes oppfatninger om hvem som *bør* ha ansvar og hvem som i deres øyne er troverdige.

Men hensyn til i forbrukernes eget ansvar, ser det ut til å være et skille mellom “trygg mat” og “sunn mat”. Mens ansvaret for trygg mat hovedsakelig ble plassert hos offentlige myndigheter, plasserer informantene ansvaret for ”sunn mat” i større grad hos den enkelte. Sunn mat diskuteres i forhold til kostholdssammensetning – noe som den enkelte har større innflytelse på enn hvorvidt råvarene man kjøper i butikken er trygge eller ikke.

I forhold til ansvar for trygg mat i forbrukerrollen trekkes det opp noen premisser for hvordan dette kan være gjennomførbart. I relativt stor grad viste informantene til at de opplevde be-

grensninger i forhold til deres muligheter til å ta ansvar. Dette var bl.a. knyttet til hvilket handlingsrom de opplevde i forbrukerrollen.

Sentrale forhold i denne sammenhengen var valgmuligheter i markedet, relevant og riktig informasjon og mulighet til å gi tilbakemelding bakover i matvaresystemet. Det ble også vist til praktiske hverdagslivsbegrensninger knyttet til innkjøp av mat, bl.a. behovet for lett tilgjengelighet av alternative varer og innkjøpsmåter, og at matvarene må ha en overkommelig pris.

I forhold til informasjon fremstår det som et dilemma for informantene at de på den ene siden ønsker mer informasjon, men på den andre siden ikke kan ta inn over seg "for mye" informasjon. Det påpekes også at informasjonen må handle om noe reelt, som de kan sette i sammenheng med det de opplever som relevant i forhold til mattrygghet. En annen utfordring er knyttet til at det oppleves som vanskelig å vurdere ulike former for informasjon om mat og gjøre seg opp en mening om trygghetsspørsmål, særlig når ekspertenes råd varierer.

Informantenes beskrivelser av tillit til at maten er trygg å spise kom til uttrykk i litt ulike former. I noen tilfeller rommet ikke fortellingene deres tvil og skepsis, men var snarere preget av tilfredshet med maten i det norske matmarkedet. Det gis uttrykk for en generell tillit til at maten er trygg å spise i Norge, og at mattrygghet ikke er en særlig relevant problemstilling. Det må imidlertid sies at slike fortellinger ofte ble nyansert i samtalens løp.

I andre tilfeller var fortellingene mer preget av at den tilliten de ga uttrykk for var et resultat av overveielser. Tilliten fremstod som et aktivt valg de hadde tatt – til tross for skepsis og tvil. Ofte ga informantene uttrykk for ambivalens i forhold til egne handlinger. Typiske formuleringer var at de fortsatte som før "inntil noe annet var bevist", eller at de ga uttrykk for at de ville endre handlinger dersom "det kom flere negative historier i mediene".

Andre igjen la mer vekt på at de ikke hadde noe annet valg enn å ha tillit, og at de nærmest oppfattet dette som en tvangssituasjon. Det ble gitt uttrykk for avmakt i forhold til deres egen mulighet til å påvirke de forhold som de satte i sammenheng med trygghet, bl.a. detaljene i hvordan maten blir produsert.

I forhold til de to siste typene betraktninger rundt tillit, kom det frem beskrivelser av hvordan informantene selv var aktive i å "skape" en god stemning rundt maten de skulle spise – til tross for skepsis og innvendinger av ulike slag.

Ut fra dette blir det tydelig at et "fortsatt kjøp" ikke uten videre kan tolkes som uttrykk for forbrukernes fulle tillit, men at det snarere er viktig å være oppmerksom på hvilke følelser og tanker som er knyttet til handlingene. Det ser ut til å kunne være et relativt stort spenn fra det å ha noen form for skepsis og bekymring knyttet til matens helsetrygghet, til det å erklære mistillit og endre handlemønstre. Tilliten kan være relativt skjør, og den kan bli gjenstand for revurderinger og endringer.

Litteratur

Amilien, V. og Hegnes, A. W. (2002) *The cultural smell of fermented fish. A view of the development of a local product in Norway*. Paper presented at the 1st SYAL conference in October 2002, Montpellier, France. (<http://syal2002.cirad.fr>)

Amilien, V. og Stø, E. (red.) (2000) *Om matkultur. Et felles SIFO-arbeid på oppdrag fra Statens landbruksbank*. SIFO arbeidsrapport nr. 19-2000. Lysaker, Norway: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).

Beck, U. (1992) *Risk Society. Towards a New Modernity*. London: SAGE.

Berg, L. (2004) Trust in Food in the Age of Mad Cow Disease: A Comparative Study of Consumers' Evaluation of food safety in Belgium, Britain and Norway. *Appetite*. Volume 42, 21-32.

Berg, L. (2000) En komparativ kartlegging med fokus på forbrukertillit og matsikkerhet I Norge, Storbritannia og Belgia. Rapport nr. 5-2000. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).

Berger, P., and Luckmann, T. (1967) *The Social Construction of Reality*. Garden City NY: Anchor.

Berry, W. 1992. The pleasures of eating. I: Curtin, D. W. og Heldke, L. M. (red) *Cooking, eating, thinking. Transformative philosophies of food*. Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press. S. 374-379.

Birner et al. (2002) "Ich Kaufe, also will ich"? Berichte über Landwirtschaft 80/Nov.

Bjørkum, E. (1999) *Opprinnelsesmerking av mat. En studie av forbrukernes syn på opprinnelsesmerking*. SIFO-rapport nr. 3-1999. Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).

Elster, J. (2000) Trust and emotions. *Sosiologi i dag*, 30(4):5-11.

Fischler, C. (1988). Food, self and identity. *Social Science Information*, 27(2):275-292. London: Sage.

Geertz, C. (1973) Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture. I: C. Geertz, *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic Books.

Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-identity. Self and Society in the late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

Gronow, J. and Warde, A. (eds.) 2001) *Ordinary Consumption*. London: Sage.

- Gulbrandsen, T. (2000) Om tillit. *Sosiologi i dag*. 30:67-95.
- Halkier, B. (1998) *Miljøhensyn i Forbrug. Erfaringer og forhandlinger i Ambivalente Hverdagsliv*. PhD-serien. Roskilde: Institut for miljø, teknologi og samfund, Roskilde Universitetscenter.
- Holm, L. and Kildevang, H. (1996) Consumers' View on Food Quality. A qualitative Interview Study. *Appetite* 27(1):1-14
- Holmboe-Ottesen, G., Wandel, M., Mosdøl, A. (2004) Sosiale ulikheter og kosthold. *Tidsskrift for den Norske Lægeforening* 124:1256-1258.
- Ilmonen, K. and Stø, E. (1997) The consumer in the political discourse: consumer policy in Northern Welfare States, In Sulkunen P. and others (eds), *Constructing the new consumers society*, Macmillan, Houndsmill.
- Jacobsen, E. (2001) Kjøtt og kjøttvarer I Norge. Om produktutvikling og kvalitetsdifferensiering. Rapport nr. 5-2001. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).
- Jacobsen, E., og Stræte, E. P. (2002) Et land av gulost og grillpølser? Maktperspektiv på produktutviklingen og sortimentspolitikk. I Hilmar Rommetvedt (red.): *Matmakt: Politikk, forhandling, marked*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Jacobsen, E. (2003) *Tillit til mat i kjølvannet av Menyskandalen*. Prosjektnotat nr. 7-2003
- Kjærnes, U. (1999) Food risks and Trust relations. I *Sosiologisk tidsskrift* 4, 265-284.
- Kjærnes, U. (2003) Food and nutrition policies of Nordic countries: how have they been developed and what evidence substantiates the development of there policies? *Proceedings of the Nutritional Society* 62, 563-570.
- Kloppenborg, J. Jr., and Lezberg, S. (1996) Getting it Straight Before We Eat Ourselves to Death: From Food System to Foodshed in the 21st Century. *Society & Natural Resources*, 9:93-96.
- Lagerspetz, O. (2000) Är samhället baserat på tillit? *Sosiologi i dag*. 30:31-49.
- Lieblein, G., Francis, C. A., Torjusen, H. (2001). Future interconnections among ecological farmers, processors, marketers, and consumers in Hedmark County, Norway: creating shared vision. *Human Ecology Review* 8 (1): 61-72.
- Lien, M. og Døving, R. (1996) Grønnsaker som mat og handelsvare. Rapport nr. 2-1996. Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO)
- Lien, M. E. (1995) Fuel for the body – nourishment for dreams; Contradictory roles of food in contemporary Norwegian food advertising. *Journal of Consumer Policy*, 18(2-3):157-186.
- Lien, M. (1997) Nation, technology and nature – Constructions of safe food in the market. Paper presented at the International Workshop “Social Construction of Safe Food”, Vikhammer, April 14-16 1997.
- Luhmann, N. (1999) *Tillid – En mekanisme til reduktion af social kompleksitet*. København: Hans Reitzels forlag.

Poppe, C. And Kjærnes, U. (2004) *TRUST IN FOOD IN EUROPE – A Comparative Analysis*. Trust in Food Working Paper Series (www.trustinfood.org). Professional Report No. 5 - 2003. Oslo: the National Institute for Consumer Research (SIFO).

Roos, E., Prattala, R., Lahelma, E., Kleemola, P., Pietinen, P. (1996) Modern or healthy? Socio-economic differences in the quality of diet. *European Journal of Clinical Nutrition* 50:753-760.

Roos, G., Johansson, L., Kasmel, A., Klumbiene, J., Prättälä, R. (2001) Disparities in vegetable and fruit consumption: European cases from the North to the South. *Public Health Nutrition* 4:35-43.

Stø, E. (1997) Norwegian consumer movement, in *Encyclopaedia of the consumer movement*, Stephen Brobeck, Santa Barbara.

Terragni, L. (2004) *Institutional strategies for the production of trust in food in Norway*. Trust in Food Working Paper Series (www.trustinfood.org). SIFO Professional Report No. 8-2004. Oslo: Statens institutt for forbruksforskning (SIFO)

Torjusen, H., Lieblein, G., Wandel, M., and Francis, C. A. (2001) Food system orientation and quality perception among consumers and producers of organic food in Hedmark County, Norway. *Food Quality and Preference*, 12/13:207-216.

Wandel, M. og A. Bugge 1994. *Til bords med forbrukerne. Forbrukernes ønsker og prioriteringer på matområdet i 90-årene*. Rapport nr 2-1994, Lysaker: Statens institutt for forbruksforskning.

Vedlegg

Intervjuguide

Bakgrunnsinformasjon

- Alder, antall personer i husholdet, utdanning/yrke

Nøkkeldata ”matsituasjon”

- Hvor mange måltider spiser dere vanligvis sammen i husholdet?
- Hvem handler vanligvis – hvordan fordeles innkjøp/matlagning i husholdet?
- Er det noen spesielle forhold som må tas hensyn til i husholdet? (matallergier, spesielle dietter osv.)
- Helt kort innledningsvis – hva vil du si at du er mest opptatt av når det gjelder mat?

Matpraksis

Kjøtt

- Kan du huske sist du handlet kjøtt? (*Hvis nei, beskriv en typisk gang*)
- Kan du beskrive for meg så detaljert som mulig hva du gjorde, og fortell meg gjerne hva du tenkte og følte mens du gjorde det. (Hvor/hvordan bestemte du deg for å kjøpe kjøtt (planlagt, fristet i butikk, hvorfor akkurat dette kjøttet osv), hvilken butikk/innkjøpssted, hvordan ble det tilberedt, hvilken anledning ble det tilberedt til? Hvordan ble det spist?)

Oppfølging underveis

- 1) Hvis trygghet, tillit, ”god situasjon” osv. blir nevnt – Hvorfor? Hva gjorde dette til en god situasjon?
 - 2) Hvis utrygghet, skeptisk e.l. kommer opp – Hvorfor? Hva er det som gjør dette til en ugunstig situasjon?
- Har du noen gang vært i tvil om du skulle kjøpe kjøtt – fordi du var usikker på om det var trygt?
 - Er det noe du aldri kjøper? (*Situasjonen / kjøttet*)
 - Nå skal jeg be deg om ren ønsketenkning. Kan du tenke deg en situasjon hvor du handler kjøtt – som er akkurat slik du vil ha det? Hvordan skulle det være? Kan du male ut et slikt ønskebilde for meg? (Hvordan skulle kjøttet være? Hvordan skulle du skaffet det? Hvordan skulle det foregå? Hvor skulle det komme fra? Hva ville du gjort med det? Hvordan ville du spist det?)

Oppfølging

Kan du si noe om hva det er som gjør denne situasjonen ideell for deg? Hvorfor føles dette bra? (*hvem er ”ideelle aktører”, hvem vil informanten helst forholde seg til,*

hvem hun/han har tillit til og hvorfor. Hvorfor er disse instansene/personene troverdige?)

- Hvis du ser for deg et stykke biff og en pølse foran deg – hva tenker du om disse to varetypene? Hvordan opplever du dem, hvilke assosiasjoner får du? (*bearbeidingsgrad, trygghet*)

Tomat

- Kan du huske sist du handlet tomater?
Kan du beskrive for meg så detaljert som mulig hva du gjorde, og hva du tenkte og følte – på samme måte som du har gjort for kjøtt?

Oppfølging underveis

- 1) Hvis trygghet, tillit, ”god situasjon” osv. blir nevnt – Hvorfor? Hva gjorde dette til en god situasjon?
 - 2) Hvis skepsis kommer opp – Hvorfor? Hva er det som gjør dette til en ugunstig situasjon for deg?
- Har du noen gang vært i tvil om de grønnsakene du skulle kjøpe var trygge?
 - Nå skal jeg be deg om ren ønsketenkning. Kan du tenke deg en situasjon hvor du skaffer deg tomater – som er akkurat slik du vil ha det? Hvordan skulle det være? Kan du male ut et slikt ønskebilde for meg? (Hvordan skulle tomatene være? Hvordan skulle du skaffet dem? Hvordan skulle det foregå? Hvor skulle de komme fra? Hva ville du gjort med dem? Hvordan ville du spist dem?)

Oppfølging

- Hva er det som gjør denne situasjonen ideell for deg? Hvorfor føles dette bra?
- Hvis du ser for deg en tomat og en flaske ketchup foran deg – hva tenker du om disse to varetypene? (*bearbeidingsgrad, trygghet*) Hvordan opplever du disse to produktene, Hvilke assosiasjoner får du?

Risikoopplevelse/Tillit

- Hva mener du er de største helserisikoene forbundet med mat i dag?
- Hvem mener du bør ha ansvar for at maten vi spiser er trygg? (*produsentene, myndigheter – internasjonalt/EU/SNT, eksperter, presse, markedsaktører, forbrukere*)
- Når det gjelder matspørsmål – hvem er til å stole på? Hvem stoler du på?
- Hvordan blir du informert om matspørsmål? Hvor får du informasjonen fra?
- Hvordan ville du helst likt å bli informert?

Kommentere resultater fra tidligere survey

- Hva synes du om disse resultatene? Er det slik for deg også? Hvorfor tror du folk har svart på denne måten?