

Reproduksjon og sosiologi i grenseland

Hochschild's møte med surrogatmarkedet

Reproduction and sociology in borderland

Hochschild's encounter with the surrogacy market

Ingvill Stuvøy

Postdoktor, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU

ingvill.stuvoy@ntnu.no

Sammendrag

Arlie R. Hochschild har vært toneangivende i å sette markedsgjøringen av det intime liv på den sosiologiske dagsorden. Dette er også tema i en av hennes nyeste bøker, *The Outsourced Self* (2012), hvor hun peker på transnasjonal kommersiell surrogati som illustrerende for hvordan markedet i dag brer om seg. Med utgangspunkt i denne boka spør jeg hvordan vi skal forstå markedets grenser i markedsgjøringens tid – og hvordan vi skal tilnærme oss pågående grenseforskyvninger mellom marked og intimitet. I artikkelen analyserer jeg Hochschild's grensebegrep ved siden av min egen empiri, bestående av intervjuer med norske kvinner og menn som ble foreldre gjennom transnasjonal kommersiell surrogati. Mitt bidrag ligger i å synliggjøre behovet for å ta på alvor den måten markedet ikke kun opererer gjennom å rykke framover, men også gjennom å ramme inn det som foregår innenfor markedet på måter som gjør markedsgjøringen til å leve med for folk. Videre argumenterer jeg for viktigheten av å forstå hvordan grensene mellom marked og intimitet er gjensidig konstituerende. Jeg peker her på hvordan idealet om den normative kjernefamilien og surrogatmarkedet muliggjør hverandre.

Nøkkelord

Surrogati, markedsgjøring, grenser, Hochschild, familie

Abstract

Arlie R. Hochschild has for decades been a shrewd observer of ongoing marketization of intimate life. This is also the case in one of her most recent books, *The Outsourced Self* (2012), where she points to transnational commercial surrogacy as illustrative of the market's forward movement. Taking this book as my starting point, I ask how we should understand the «limits» of the market – and how we should approach the disrupted boundaries between markets and intimate life. I put Hochschild into dialogue with my own empirical material, consisting of interviews with Norwegian citizens traveling abroad for surrogacy. In the analysis, I render visible the significance not only of a market frontier on the move, as Hochschild emphasizes, but also of how the market sets up internal boundaries in order to make marketization of pregnancy and babies viable to its customers. Furthermore, I emphasize the necessity of grasping how the boundaries between market and intimacy can be mutually constitutive, pointing to how the ideal of a normative nuclear family and the surrogacy market work together.

Keywords

Surrogacy, marketization, boundaries, Hochschild, family

Innledning

Arlie R. Hochschild har gjennom sin mangeårige karriere bemerket seg som en sosiolog med en unik evne til å ta pulsen på samfunnsutviklingen, især i sitt hjemland USA, men også med blikk for relasjoner på tvers av landegrenser. Et av de nyere eksemplene i så måte er boka *The Outsourced Self. Intimate life in market times* (2012). Der skildrer Hochschild en historisk utvikling kjennetegnet av at markedet siver inn i stadig flere områder av våre liv, helt inn til de mest intime av våre gjøremål og behov. For å illustrere denne utviklingen peker Hochschild blant annet på transnasjonal kommersiell surrogati, et fenomen som også i en norsk kontekst har fått oppmerksomhet. I Hochschilds (2011b, s. 22, 32) skildring trer transnasjonal kommersiell surrogati fram som «det ultimate eksempelet» på markedsgjøring. Hun maner sosiologer til å ta utviklingen på alvor: «we need the keenest minds in sociology to explore that which a world of everything for sale can silently crowd out» (Hochschild, 2011b, s. 32).

For egen del var dette en oppfordring jeg lyttet oppmerksomt til da jeg i 2012 startet mitt doktorgradsarbeid om nordmenns bruk av surrogati i utlandet (se Stuvøy, 2018). Jeg var interessert i hvordan nordmenn opplevde det å betale for at noen på andre siden av jordklo-den bar fram og fødte et barn for dem. Og jeg var, som Hochschild, opptatt av det jeg forstod som en overskridelse av tidligere tiders grenser for pengenes og markedets rekkevidde (se Stuvøy, 2013). Det jeg fant var til gjengjeld noe litt annet: De norske kvinnene og mennene jeg intervjuet fortalte ikke om opplevelser av et tilnærmet grenseløst globalt marked, hvor de hadde full frihet til å handle det (barnet) de ønsket seg. Snarere var grenser – i en rekke betydninger – sentrale i historiene mine informanter fortalte og, dessuten, helt avgjørende for at transnasjonal kommersiell surrogati ble mulig for dem. Grenser, slik jeg kom til å forstå det, var minst like viktige som grenseoverskridelsen.

Funnene vekket min teoretiske interesse for hvordan vi som sosiologer forstår og tilnærmer oss spørsmålet om grenser i en (nyliberal) tid som unektelig kjennetegnes av at nye ting, inkludert livet selv (se Rudrappa, 2015; Vora, 2015), kjøpes og selges innenfor et marked. Hva forstår vi egentlig med markedets grenser? Og hvordan tilnærme oss grensene og grenseforskyvningene mellom markedet og det intime liv – mellom markedet og denne familien som mine informanter så inderlig ønsket seg? For å besvare disse spørsmålene er Hochschild et godt sted å starte, nettopp fordi grensebegrepet er så sentralt for hvordan hun forsøker å innfange kjennetegnene ved dette hun betegner som «market times».¹ Samtidig tilbyr Hochschild en rik analyse av hvordan folk – slike som mine informanter – opplever, formes av og selv trekker opp grenser i sine møter med markedet.

Det jeg gjør i denne artikkelen er å nærlese *The Outsourced Self* og andre av Hochschilds nyere tekster hvor transnasjonal kommersiell surrogati er tematisert. Formålet mitt er å analysere hva det er som kjennetegner den måten Hochschild teoretiserer grensene for markedet. Jeg bringer så dette i dialog med funnene fra min egen utforskning av norske kvinner og menns utenlandsreiser for å bli foreldre gjennom transnasjonal – og som oftest kommersiell² – surrogati.

I analysen av Hochschilds tekster finner jeg to typer grenser for markedet, nemlig 1) folks grensedragninger på individuelt og følelsesmessig plan, og 2) markedets institusjonelle

1. Hochschild bruker ikke begrepet nyliberalisme, selv om hennes beskrivelse av hva som foregår sammenfaller med forsøk på å definere nyliberalismen (se f.eks. Brown, 2005).

2. Fem av mine 31 informanter hadde benyttet seg av ikke-kommersiell eller såkalt altruistisk surrogati i Canada. I de øvrige casene var det kommersiell surrogati i USA eller India som var tilfellet.

grenser. Hochschilds interesse er først og fremst (de negative) spenningene som skapes når markedets yttergrense rykker stadig framover. Det er et viktig ærend, samtidig som jeg her vil argumentere for at vi *også* må forstå forbindelsene mellom markedet og det intime (jf. Zelizer, 2005) – og da særlig familien, som er så sentral for hvorfor folk henvender seg til surrogatmarkedet. Uten å forstå markedets rolle i å (re)produsere gjenkjennelige familier, blir vi ute av stand til å forstå den markedsgjøringen som finner sted i transnasjonal kommersiell surrogati.

Jeg foreslår dessuten å supplere de to formene for grenser som trer fram i Hochschilds arbeid med det jeg tentativt kaller markedets interne grenser. Disse interne institusjonelle grensene virker i transnasjonal kommersiell surrogati sammen med moralske grenser, forankret i ideer om altruisme og graviditetsarbeidets (penge)verdi. Jeg argumenterer for at gjennom å forstå hvordan markedet selv avgrenser hva som er innenfor og utenfor transaksjonen får vi innsikt i hvordan markedsgjøringen av graviditet, babyer og foreldreskap skjer og blir «spiselig» for folk (jf. Hovav, 2019). Dette er ikke for å skjønne markedsgjøringens effekter eller, for den saks skyld, å avvise at vi er vitne til nye, utvidede grenser for markedet. Snarere er mitt poeng at det er av betydning å innfange de konkrete dynamikkene som er i spill når noe som historisk har blitt definert som utenfor markedet innlemmes i markedet. Det er viktig både hvis vi som sosiologer skal forstå hva som skjer og hvis vi ønsker å skape rom for andre relasjoner enn de som skapes og (om)formes av markedet.

Jeg starter artikkelen med å kort presentere Hochschilds bok *The Outsourced Self* og, deretter, hva hun skriver om transnasjonal kommersiell surrogati, hvor jeg situerer Hochschild innenfor forskningsfeltet på surrogati.

Det markedetsutsatte selvet

Med boka *The Outsourced Self* griper Hochschild fatt i det hun beskriver som en dyptpløyende endring i amerikansk kultur, nemlig markedsgjøringen og varegjørelsen av det intime liv. Som tittelen på boka antyder, er Hochschild opptatt av hva som skjer når gjøremål som tidligere har vært sentrale i definisjonen av en selv – *selvet* – nå er satt ut til andre, i bytte mot penger og innenfor rammene av et marked.

I boka dykker Hochschild inn i en verden av det hun kaller «personlige tjenester». Disse personlige tjenestene er gjerne kjennetegnet av at de før inngikk i husholdningens daglige sysler og arbeid, men nå settes ut til andre. Tjenestene er tett knyttet til de forskjellige behov og ønsker et menneske har i løpet av et liv, og Hochschild skildrer i den sammenheng sin oppdagelse av at «every stage of life has its corresponding market service» (Hochschild, 2012, s. 12). Det innebærer at markedet ikke bare overtar tjenester folk tidligere løste selv, innenfor husholdningen, men at disse tjenestene er blitt mer spesialisert, med krav om ekspertise. Hochschild beskriver hvordan man i USA på starten av det 21. århundre kan hyre noen til å lære babyer å sove gjennom hele natta, venne barna til potta og få dem til å slutte å suge på tommelen; man kan hyre noen til å kjøre barna til fritidsaktiviteter, underholde dem i bursdagsselskap og lage fotoalbum med minnene fra selskapet; samt få noen til å stelle og kanskje til og med elske barna og de aldrende foreldrene på vegne av overarbeidede foreldre og voksne barn. Og så kan man, som nevnt innledningsvis, få noen til å bære fram og føde et barn for seg, ved å hyre en surrogatmor.³

3. Jeg bruker *surrogatmor* her, blant annet fordi det fortsatt er mest gjengs på norsk. Se Stuvøy (2018, s. 11) for utdypning om begrepsbruken i surrogati.

Det empiriske og analytiske fokuset i Hochschilds bok er på hvordan forskjellige folk – som kjøper eller selger personlige tjenester; får utført eller utfører servicearbeid – gir mening til tjenesteutsettingen. Ikke minst er Hochschild opptatt av hvordan og hvor mye folk *føler* omkring disse tjenestene, de relasjonene de inngår i og menneskene de kommer i kontakt med. Et sentralt funn er hvordan folk legger ned en betraktelig innsats for å «repersonalisere» de kommersielle tjenestene og sørge for at markedet ikke føles for mye som et marked (Hochschild, 2012, s. 224).

Som en norsk leser er det vanskelig å unngå å tenke over kontrasten mellom det norske samfunnet og det amerikanske samfunnet Hochschild skildrer. *Utvalget* av personlige tjenester er ett moment i den sammenheng; meg bekjent finnes rett og slett ikke mange av disse tjenestene i det norske markedet. Et annet moment handler om *markedets rolle i folks liv* – og som dit amerikanere vender seg ved behov for omsorgstjenester. Her er det åpenbare forskjeller i ansvarsfordelingen mellom stat, familie og marked i Norge og USA (se Kvande, Brandth & Halrynjo, 2017), noe Hochschild (2013, s. 51ff) selv har vært opptatt av. Denne forskjellen får betydning for tjenesteutsettingens markedskaracter i de to nasjonale kontekstene.

Likevel, Hochschilds bok er ikke uten relevans for det norske samfunnet – eller, for den saks skyld, for norske sosiologer. Forbrukerundersøkelser viser at bruken av personlige tjenester, slik som leksehjelp og husvask, er økende også i Norge (se Bull-Berg, Damman, Hatling, Skarholt & Klungseth, 2017, s. 19). Antallet visum for au pairer har dessuten økt betraktelig de siste tiårene, noe som tyder på at omsorg også kjøpes i et privat marked, om enn servicearbeidet au pairene gjør ikke høster formell og økonomisk anerkjennelse som arbeid (Bikova, 2016; Stubberud, 2015). Dessuten, av relevans for mitt fokus i denne artikkelen, så har transnasjonal kommersiell surrogati dukket opp som et fenomen som også involverer nordmenn, som forbrukere av denne personlige – og reproduktive – tjenesten.

Når alt kan kjøpes: transnasjonal kommersiell surrogati

Surrogati virker å være et fenomen som særlig har vekket Hochschilds oppmerksomhet; det er eksempelvis det eneste fenomenet hun vier mer enn ett kapittel til i *The Outsourced Self*, og det går også igjen som tema og eksempel i en rekke essays og artikler hun har skrevet de siste årene (Hochschild, 2011a, 2011b, 2013). For lesere av Hochschilds tidligere arbeid er det ikke veldig overraskende, gitt at transnasjonal kommersiell surrogati kan sies å innfange hennes interesse for emosjonelt arbeid (1983) og kommersialiseringen av intimt liv (2003), samtidig som det illustrerer (omsorgs)kjeder på tvers av landegrenser (2000), hvor fattige mennesker i det globale sør/øst utfører personlige tjenester på vegne av mennesker i det globale nord/vest (Ehrenreich & Hochschild, 2003). Hochschilds tidligere utgivelser har da også direkte inspirert en rekke surrogatiforskere, som blant annet har anvendt begrepet emosjonelt arbeid til å analysere arbeidet surrogatmødrene utfører (Berend, 2016; Jacobson, 2016; Pande, 2014; Siegl, 2018).

I *The Outsourced Self* skildrer Hochschild sine møter med fire indiske surrogatmødre, samt et amerikansk ektepar som etter utallige mislykkede forsøk på å bli gravide har besluttet seg for å prøve surrogati i India. Det er altså den *transnasjonale* kommersielle surrogatien som utgjør Hochschilds utgangspunkt. Dette sier noe om tidspunktet hun fatter interesse for surrogati: fra at kommersiell surrogati lenge var et først og fremst vestlig – og især amerikansk – fenomen, dukket det utover 2000-tallet opp i andre, ikke-vestlige land (jf. Pande, 2014, s. 3). Denne globaliseringen av surrogatimarkedet har gitt surrogatiforskningen et mer transnasjonalt preg, med etnografiske feltarbeid og intervju- og dokumentstudier situert i

og på tvers av en rekke forskjellige land verden rundt, inkludert Norge (se Andersen, 2013; Førde, 2017; Kirpichenko, 2018; Kroløkke, 2012; Nebeling Petersen, Kroløkke & Myong, 2017; Stuvøy, 2018).

I sin analyse av transnasjonal kommersiell surrogati, understreker Hochschild at vi her har å gjøre med et fenomen som utgjør et ytterpunkt hva angår de sosiale endringene hun retter oppmerksomheten mot (se f.eks. Hochschild, 2012, s. 93). De indiske surrogatmødrene beskrives som «victims of hypercommodification» (Hochschild, 2012, s. 98) og Hochschild lar det skinne gjennom at den transnasjonale kommersielle surrogatien er å forstå som en ekstremversjon av den varegjørelsen – og markedsgjøringen – hun er bekymret for. Hochschilds påpekning av det ytterliggående ved surrogati er kanskje tydeligst i en artikkel fra 2011, hvor hun skriver at kommersiell surrogati framstår som «the ultimate expression [...] of ‘everything for sale’» (Hochschild, 2011b, s. 22). Med referanse til Robert Kuttner (1999),⁴ antyder Hochschild at transnasjonal kommersiell surrogati bærer bud om en verden hvor alt kan kjøpes for penger og tilsynelatende ingenting står utenfor markedet. Dette, som hun kommenterer, innebærer at markedssfæren utvider seg, mens gavementaliteten – og de følelsene og nære båndene forbundet med gaven – fortrenses.

Temaene Hochschild trekker fram i sin analyse av transnasjonal kommersiell surrogati vekker gjenklang i surrogatiforskningen. Varegjørelse av kvinnekropp og babyer har lenge vært et gjennomgangstema i den akademiske tilnærmingen til surrogati og spørsmålet om forholdet mellom varen og gaven er en gjenganger (se f.eks. Ragoné, 1999; Teman, 2010). Der Hochschild først og fremst er bekymret for at rommet for å gi og motta gaver blir stadig mindre, har flere surrogatiforskere problematisert hvordan gaveretorikken og kjønnede forventninger om altruisme bidrar til å renvaske utnyttelse og markedsgjøring (Anleu, 1990; Pande, 2014) og vanskeliggjør krav om anstendig betaling for surrogatiarbeidet (Rudrappa, 2017). Empirisk forskning på surrogati i USA har dessuten påvist at gaveutveksling ofte overlapper med kjøp og salg (Jacobson, 2016; Ragoné, 1999) og at gavenarrativer fasiliteter varegjørelse og markedsgjøring snarere enn å være dets rake motsetning (Smietana, 2017).

Funnene i den internasjonale surrogatiforskningen indikerer at skillet mellom varegjørelse og ikke-varegjørelse – og grensene mellom marked og ikke-marked – kan være vanskelig å trekke opp i møte med den empiriske verden. Det betyr til gjengjeld ikke at spørsmålene om disse skillelinjene og grensene er uten interesse eller relevans for å forstå transnasjonal kommersiell surrogati – og, mer generelt, markedsgjøring. Det reiser til gjengjeld et spørsmål om hva vi teoretisk snakker om når vi eksempelvis snakker om grenser for markedet.

Hochschild om grensene for markedet

Hochschild bruker gjennomgående grensebegreper eller grensemetaforer for å beskrive hva som er på spill – og i bevegelse – i forbindelse med tjenesteutsettelsen av personlige oppgaver, slik som graviditet og fødsel i tilfellet surrogati. Hochschild skriver blant annet om *frontier*, *limits*, *walls* og *boundaries*: alle ord som peker mot det norske ordet for grense. Hun bruker disse ordene i forskjellige sammenhenger og med forskjellige betydninger, noe jeg vil forsøke å gjøre rede for. Først en kort kommentar om Hochschild som teoretiker: Hochschild utbroderer sjelden om sitt teoretiske rammeverk i selve brødteksten, især ikke i bøkene sine. For den teoretisk orienterte leser, som jeg er i denne sammenheng, så krever det derfor at jeg

4. I *The Outsourced Self* står «Everything for sale» som en av undertitlene i kapittel 4 om surrogati. Hochschild utbroderer også om Kuttner i to fotnoter tilhørende introduksjonen i boka (s. 231f).

leser mellom linjene og ikke minst i fotnotene for å utlede hva det er hun snakker om når hun snakker om forskjellige former for grenser.

Jeg starter med ordet *limit*, som Hochschild blant annet bruker i sin gjengivelse av de indiske surrogatmødrenes følelser. Hun skriver at surrogatmødrene «felt there were limits; their bodies were not just moneymaking machines» (Hochschild, 2012, s. 94). Hochschild fortolker surrogatmødrenes understrekning av grenser som en refleksjon av hvordan folk hun intervjuet trakk opp linjer – «drew lines» (Hochschild, 2012, s. 12) – mellom det som var for mye marked og akkurat passe marked; for upersonlig og passe miks av upersonlig og personlig.

Disse linjene, som Hochschild kaller det, kan forstås som en form for individuell håndtering av en strukturell endring – eller en forsvarsmekanisme i møte med markedet (Hochschild, 2012, s. 225). Hochschild beskriver dette som en regulering av markedet – eller kapitalismen – fra innsiden. Samtidig som hun ser denne indre reguleringen som en allment utbredt praksis – noe «vi» alle gjør – så advarer hun om at det gjør oss ute av stand til å ta et oppgjør med det som skaper behovet for et slikt forsvar. Hun skriver at «our defences can block from view the market itself as it takes on ever more tasks of intimate life» (Hochschild, 2011b, s. 32).

Der *limit* og *lines* betegner enkeltpersoners grensesetting i møte med markedet, så brukes særlig ordet *frontier* i beskrivelsen av selve markedet. Betegnelsen «market frontier» går igjen i *The Outsourced Self* og også i andre tekster Hochschild har skrevet omtrent på samme tid som hun arbeidet med denne boka. Ett eksempel er der Hochschild skriver om hvordan hun selv «ventured [...] out onto the market frontier» (Hochschild, 2012, s. 17) da hun innså at hennes egen tante trengte omsorg og hjelp i hjemmet.

Ordet *frontier* kan oversettes til grense, grenseområde eller grenseland. En første betydning kan da være et bestemt område eller (sosialt) rom, noe som antydes i Hochschilds bruk av «onto» i sitatet over. Det gir assosiasjoner til en markeds plass som er fysisk adskilt fra andre offentlige og private plasser folk oppholder og beveger seg i. Hochschild skriver et annet sted at surrogatmødrene og kjøperne av surrogatitjenester befinner seg i «unchartered market territory» (Hochschild, 2012, s. 102). Det antyder et avgrenset territorium hvor suveren makt utøves, eller et institusjonelt rom – eller sfære – som med sine normer og regler adskiller seg fra eksempelvis stat, familie, sivil liv. Grensebegrepet Hochschild tilbyr her kan forstås som et som handler om grensene for markedet som den økonomiske institusjon *par excellence*.

En annen betydning av *frontier* er en kant som markerer den fremre delen av markedet – eller i Thomas Nails (2016, s. 40) definisjon: «the foremost part of the border's process of continual motion.» Denne betydningen av ordet kommer til uttrykk når Hochschild beskriver sitt ønske om å utforske hvordan kjøperne av surrogatitjenester «were feeling their way along this part of the market frontier» (Hochschild, 2012, s. 73). Ved bruken av ordet «along», gir Hochschild et bilde av noen som beveger seg langs en slags ytre kant – «edge» (s. 198) – mellom det som er og ikke er marked. Hochschilds interesse for den fremste delen av markedsgrensa er dels at hun mener folk i økende grad lever sine intime liv der, ute på markedets kant, og dels at hun mener grensa i seg selv er i bevegelse.

Hochschild beskriver gjennom boka et marked i frammarsj og kommenterer at markedet har «made inroads into our very understanding of the self» og «penetrated our intimate lives» (Hochschild, 2012, s. 12, 222). Her anes inspirasjonen fra sosiologiske tenkere som Jürgen Habermas og tesen om en systemverden som koloniserer livsverden. Inspirasjon er også hentet fra det Hochschild kategoriserer som «encroachment theorists», med oppmerksomhet rettet mot hvordan kapitalismens evige profittjag fører til at markedslogikker

trenger inn i stadig nye sfærer (Hochschild, 2013, s. 19, 126). Hochschild (2012, s. 226) bruker selv ordet «encroachment» – inntrenging – i sin beskrivelse av markedets bevegelse. Ordvalget signaliserer Hochschilds bekymring i møte med tendensen hun observerer, nemlig en potensiell marginalisering av alt som ikke allerede er marked. Hun peker på en «marginalization of our entire public realm» og kommenterer at «market values subtly distort family values» (Hochschild, 2012, s. 225, 226).

Hochschild kobler de empiriske endringene hun observerer med en ideologisk endring. Hun refererer til Milton Friedman som en toneangivende tenker i den sammenheng og skriver at Friedman «links the idea of progress with the forward movement of a market frontier into all spheres of life» (Hochschild, 2011b, s. 22). I sin gjengivelse understreker Hochschild ideen om et marked som er både i bevegelse fremad og altomfavnende. Hun skriver at Friedman argumenterte for total frihet for markedet og «imagined every person and relationship as living on the auction block⁵» (Hochschild, 2012, s. 233). I denne visjonen er det ingen grenser for markedet, da det omfatter alt og alle.

I Hochschilds tekster finnes det andre grensebegrep og -metaforer, utover *frontier*, som peker mot markedets institusjonelle grenser. I en essaysamling fra 2013 skriver Hochschild om både *boundary* og *wall*. *Wall* brukes som en metafor på veggen eller muren mellom marked og ikke-marked. Det er en betegnelse på institusjonelle markedsgrenser, forstått her som en historisk spesifikk og materiell størrelse. Hochschild skriver at mens denne veggen eller muren ofte forstås som ugjennomtrengelig, så er den i dag stadig mer gjennomtrengelig.⁶ Videre skriver Hochschild om «boundaries» og kommenterer at hennes interesse ligger i å forstå hvordan følelser håndteres i de uskarpe linjene mellom marked og ikke-marked (Hochschild, 2013, s. 118). Det synliggjør en ide om at markedet ikke (ennå) har overtatt alt; det finnes fortsatt noe som ikke er marked. Det synliggjør også at Hochschild tilbyr, om enn mest i forbifarten, et grensebegrep som peker mot grenseflata – eller koblingen – mellom marked og ikke-marked, noe jeg vil komme tilbake til i diskusjonen. Først vil jeg presentere hva jeg fant da jeg analyserte min egen empiri med et blikk for grenser.

På grensa løs: nordmenns surrogatireiser

Transnasjonal kommersiell surrogati havnet for alvor på dagsorden i Norge tidlig på 2010-tallet. Det var samme periode som jeg fattet sosiologisk interesse for fenomenet. Tilnærmingen jeg valgte var å utforske transnasjonal kommersiell surrogati slik det ble opplevd og beskrevet av norske borgere som søkte alternative måter å bli foreldre på og fant løsningen ved å reise ut av Norge og inn i surrogatmarkedet. I perioden 2013–2014 intervjuet jeg 31 norske kvinner og menn som var blitt eller var på vei til å bli foreldre til barn født av en surrogatmor i Canada, India eller USA.

I møte med mine informanter ble jeg tidlig slått av hvordan de *tegnert opp linjer* – for å si det med Hochschilds vokabular – mellom hva de kunne og ikke kunne være med på, og hvordan de ønsket og ikke ønsket at deres barn skulle komme til verden. Jeg forstod dette som uttrykk for betydningen av å ta *riktige valg* – og *fravalg* – for å sikre seg at ens surrogatireise⁷ ble en man kunne fortelle om til kjente og kjære, inkludert ens egne barn, men også

5. Her anes en referanse til slaveriauksjonene i USA i det 18. og 19. århundre, en parallell som også dras i analyser av kommersiell surrogati (Weinbaum, 2019).

6. Med Hochschilds amerikanske utgangspunkt er det vanskelig å unngå å tenke på de siste årenes diskusjon om bygging av en mur mellom USA og Mexico, tilsynelatende med den hensikt å gjøre den nasjonale grensa ugjennomtrengelig for innvandrere som kommer sørfra.

7. Begrepet surrogatireise har både en konkret betydning, som en reise fra Norge til et annet land, og en overført

til ukjente, slik som forskere som meg. Linjene mine informanter trakk opp bar karakter av å skulle legitimere deres måte å bli foreldre på, i kontekst av en pågående offentlig surrogatidebatt. Ofte innebar disse linjene en markering av skillet mellom deres egen surrogatireise og andres, som en slags symbolske grenser (se Løvgren & Orupabo, 2018). Eksempelvis framstilte de av mine informanter som selv reiste til USA eller Canada gjerne surrogati i India som *for* kommersielt, *for* preget av ulikhet, *for* annerledes og på alle måter *for langt unna* det de ønsket seg og kunne stå inne for. Der deres egen surrogatireise var moralsk *innafor*, så representerte andres surrogatireiser, med andre destinasjoner, det moralsk *grenseoverskridende*.

Flere var likevel varsomme med å fordømme de som reiste til India, gitt kontinuumet mellom deres egen måte å bli foreldre på og det som foregikk i India. Det å reise ut av Norge for å bli foreldre var for flere en grenseoverskridende erfaring uavhengig av destinasjon. Silje og Robin⁸, et par på rundt 30 som hadde reist til Canada for altruistisk surrogati, sa eksempelvis:

Silje: Men altså, jeg føler vi har gått langt. Vi har gått langt og lengere enn langt. Holdt jeg på å si.

Robin: Over landegrenser, hit og dit. Og gjøre ting som ingen andre i det hele tatt trenger å tenke på, ikke sant. Og, men altså, det var vår måte å få barn på, og heldigvis er det mange ulike måter å få barn på i dag. [...] Men det er jo egentlig stort sett vår måte som kanskje går lengst da.

I Silje og Robins beskrivelse blir grenseoverskridelsen konkret, i betydning at de har reist langt og gjort ting de ellers ikke hadde forestilt seg at de kom til å gjøre. De hadde, slik som ordboksdefinisjonen på det å overskride lyder, *gått utover og videre enn* de hadde tenkt seg da de først slo fast at de ønsket seg barn.

Begrepet grenseoverskridelse innfanger dessuten at disse norske kvinnene og mennene krysset den norske grensa, slik Robin også påpekte, for å omgå et norsk lovverk som definerer rammene for reproduksjon i Norge. Selv om mange av mine informanter ga tydelig uttrykk for at de hadde foretrukket å reprodusere seg i Norge, framstod Norges grense som en overkommelig og muliggjørende terskel (jf. Edwards, 2010) som de kunne krysse i sin streben etter å bli foreldre. Landegrensa markerte en forbindelse mellom der et forbud mot surrogati var gjeldende og der surrogati var lovlig og tilgjengelig for dem som (betalende) nordmenn.

Surrogatmarkedet representerte på sin side det som lå på andre siden av landegrensa.⁹ Det betyr likevel ikke at mine informanter opplevde surrogatmarkedet som uten begrensninger eller, mer bestemt, uten reguleringer. Tvert imot beskrev de et marked som var regulert både utenfra og innenfra, og pekte på hvordan de selv ble møtt med kontraktsfestede begrensninger og eksplisitte forventninger fra byråene og klinikkene. Byråene og klinikkene rammet inn prosessen for mine informanter og trakk opp grenser mellom hva som inngikk i surrogatprosessen og hva som var utelukket (jf. Callon, 1998). Av mine informaners fortellinger ble det klart at disse interne grensene – operative innenfor markedet og erfart som en innramming av hva de som kunder og aspirerende foreldre var med på – var avgjørende for å gjøre transnasjonal kommersiell surrogati til noe mine informanter kunne gjennomføre og stå inne for.

betydning som spiller på de surrogatbyråers beskrivelse av surrogatprosessen som en «journey».

8. Alle navn er pseudonymer.

9. Det har blitt foreslått å forby norske statsborgere å kjøpe surrogatitjenester i utlandet. Våren 2013 besluttet til gjengjeld et flertall i Stortinget at privatpersoner ikke kan straffes for brudd på Bioteknologiloven, inkludert bruk av surrogati i utlandet (se Stuvøy, 2019).

Det kanskje tydeligste eksempelet på dette var grensene som ble trukket opp rundt barnet. Disse grensene framstod, for det første, som linjer mine informanter trakk opp på et individuelt plan: mine informanter var unisone i sin avvissning av at de hadde kjøpt sine barn. Monika, en av mine informanter, understreket: «*Det var ikke snakk om å – at noen penger gikk for en vare. Altså, at barnet var en vare. [...] Vi betaler for prosessen. Det er ikke én krone som skifter eier for barnet. Ikke én krone.*» For Monika, var barnet ikke en gjenstand som kunne byttes med penger. Hun trakk linja ved barnet, som representerte en grense for pengene, for markedet og for økonomiske logikker. Samtidig, som Monikas sitat også antyder, handlet denne grensedragningen også om interne grenser trukket opp av markedsaktører. Grensedragningen rundt barnet synliggjorde dermed noe om hvordan surrogatmarkedet opererer. Dette ble tydelig for meg da jeg kikket på prislister som mine informanter ble presentert for. Et kjennetegn ved disse prislister var at prisen på surrogati ble stykket opp i mindre betalinger. I stedet for en totalpris – for eksempel prisen på 1 stykk baby – så betalte foreldrene for en rekke mindre «deler». Barnet var fraværende som en egen regnskapspost: barnet var en eksternalitet (jf. Callon, 1998) som ble gjort usynlig som del av markedet for de som betalte for å få oppfylt sine drømmer om å bli foreldre.

Denne typen institusjonaliserte og moralsk-forankrede grensedragninger kom også til syne i måten de amerikanske, canadiske og indiske surrogatmødrene trådte fram for mine informanter. Her var kontrakten viktig for å avklare både transaksjonen og, ikke minst, relasjonene mellom foreldrene, surrogatmor og barnet. I den sammenheng er det av relevans at det i mitt intervjumateriale knapt var formuleringer av surrogatmoren som en del av (kjerne)familien. I stedet var surrogatmoren en som stod utenfor familien og reflekterte tilbake på familien. Hvem surrogatmoren var og hvilke motivasjoner hun hadde var av den grunn sentralt for mine informanters følelser rundt prosessen. Der de amerikanske og canadiske surrogatmødrene ble antatt å være særlig gavmilde kvinner som elsket følelsen av å være gravid, så ble de indiske surrogatmødrenes pengemotivasjon og status som arbeidere i langt større grad tatt for gitt og også framhevet som uttrykk for et slags kvinnelig entreprenørskap i utviklingsland. Strukturelt-forankrede sosiale skillelinjer virket dermed inn i måten grenser ble trukket opp rundt arbeidet surrogatmødrene gjorde (og hvorvidt det ble tenkt som arbeid) og også hvorfor de valgte å være surrogatmødre.

Forventningene til surrogatmødrene var altså differensiert avhengig av hvor i verden surrogatmødrene kom fra og hvilken posisjon de hadde i en global ulikhetsstruktur. Felles for dem var at de ikke var å regne som mødre til barna de fødte på vegne av mine informanter. Gjennomgående i mitt materiale framstod det som viktig for mine informanter at det var avklart hvem som var og ikke var foreldre – og hvem som utgjorde den framtidige familien og hvem som stod på utsiden av den. Avgrensning av familien var sånn sett en sentral del av hva den transnasjonale kommersielle surrogatien tilbød de norske aspirerende foreldrene. Dette, slik jeg ser det, sier noe om hvordan markedets grenser skapes i relasjon til andre institusjoner, slik som familien.

Diskusjon: Innenfor eller utenfor marked/familie

Hochschild er i *The Outsourced Self* interessert i hva som skjer med de institusjonelle grensene som markerer skillet mellom marked og ikke-marked. Mer konkret er hun interessert i hvordan det som før var utenfor markedet nå innlemmes i markedet. Det jeg innså i min egen analyse var at markedets grenser ikke kun var et spørsmål om eksterne grenser – mellom marked og det som ikke er marked – men også et spørsmål om det jeg forstod som en slags *interne institusjonelle grenser*. Disse skilte seg fra de linjene folk selv tegnet opp, sam-

tidig som de var sentrale i å gjøre transnasjonal kommersiell surrogati til et attraktivt handlingsalternativ (i dobbelt forstand) for disse som entret markedet som betalende kunder.

På et teoretisk plan er markedets interne grenser av betydning fordi de retter forskerens blikk mot de konkrete dynamikkene som muliggjør transnasjonal kommersiell surrogati – og mer generelt, markedsføring. Det gir mulighet for å forstå hvordan innlemmingen i markedet av «ting» som graviditet og baby foregår i praksis. Den overordnede tendensen – markedsføring – blir dermed synlig, ikke kun som en effekt av et ideologisk skift, men også som en effekt av sosial handling og, ikke minst, institusjonelle arrangementer. Institusjoner, slik som markedet, rammer inn, begrenser og avgrenser folks handlingsrom og bidrar til å gjøre bestemte handlinger mulige og til å leve med. Å innfange dette er vesentlig både av hensyn til forklaringskraften i den sosiologiske analysen og fordi det er et bidrag til å synliggjøre at det ligger ingen nødvendighet i markedsføringen.

Videre muliggjør et blikk for markedets interne grenser en utforskning av hva det er som *ikke* innlemmes eller synliggjøres som del av markedet i en tid hvor «alt» tilsynelatende kan kjøpes for penger. Feministiske forskere har påpekt at kvinners (reproduktive) arbeid systematisk har blitt usynliggjort og holdt utenfor den økonomiske sfære (se f.eks. Fraser, 2016; Wærness, 1975). Dette har vært i endring de siste fem tiårene ettersom kvinner i økende grad har blitt lønsmottakere, noe som nettopp kan sies å ha inspirert Hochschilds tidligere arbeid. Denne nyere kvinnehistorien er en påminnelse om at innenfor et kapitalistisk system så er markedsføring en dimensjon av det å få lønn for utført arbeid.

Samtidig er det noe med det kvinnelig-konnoterte arbeidet som gjør at det kan markedsføres uten å fullt ut anerkjennes som arbeid. Arbeidet surrogatmødre gjør blir pakket inn i gaveretorikk og moderskapsideologi, mens pengene de mottar omtales som kompensasjon for tort og svie, slik det står spesifisert i de amerikanske kontraktene, fremfor å være en lønn de kan forhandle om uten moralsk forargelse (se også Jacobson, 2016; Pande, 2014). De moralske grensene for markedet som Hochschild hentyder til med referansen til Kuttners bok viser seg altså å være virksomme selv i markedsføringens tid. De trekkes opp på nytt og går ikke der de tidligere gikk, men bidrar fortsatt til å forme den konkrete måten graviditet havner på markedet.

Dette tar meg tilbake til Hochschilds oppfordring om å utforske hva det er som fortrennes når alt kan kjøpes for penger, som var der jeg selv startet både artikkelen og min egen utforskning av surrogati. Utfordringen for sosiologer består av, skriver Hochschild (2011b, s. 32), «to find ways to make room for the spirit of the gift.» Spørsmålet om hva markedsføring gjør med våre sosiale relasjoner er viktig, samtidig som Hochschilds oppfordring kan problematiseres. For det første, så er det å kalle på gaven som alternativ til varen og til markedsføring ikke uproblematisk, noe transnasjonal kommersiell surrogati er et godt eksempel på. Her kan nemlig gaven – og ideer om altruistiske kvinner – sies å muliggjøre markedsføringen (se Smietana, 2017). For det andre, så er det noe utilfredsstillende med konstateringen av at «alt» kan kjøpes, slik Hochschild er tett på å formulere det. Det skaper en ide om et grenseløst marked, ikke ulikt det Friedman drømte om. Det skygger for innsikt i hvordan markedsføringen rent faktisk skjer – og, dessuten, hvordan enkelte ting tenderer til å forbli «gratis» og ulønnet også innenfor dagens nyliberale kapitalisme (jf. Fraser, 2016), noe vi trenger (grense)begreper for å innfange.

Innledningsvis stilte jeg spørsmålet om hvordan vi i markedsføringens tid skal tilnærme oss grensene mellom markedet og familien, som en dimensjon av det intime liv. Når Hochschild skriver om grensa mellom familien og markedet, beklager hun seg over et marked som forvrenger og fortrenger familieverdier. Dette kan sies å reflektere hennes orientering mot *spenningene* mellom marked og personlig liv, noe hun selv kontrasterer til

Viviana Zelizers (2005) teoretisering av at folk lever såkalt «connected lives» på tvers av marked og intimitet. Hochschild (2013, s. 125, 203) etterlyser et blikk for kapitalismens profittlogikk og markedets kulturelle kolonialisering i Zelizers analyse av livet innenfor kapitalistiske økonomier. Her følger jeg langt på vei Hochschild. Samtidig kan det virke som at Hochschilds egen vektlegging av spenninger og kolonialisering hindrer henne fra å innfange den måten grensa mellom markedet og familien også kan beskrives som en samproduksjon.

Hochschilds formulering av grensa som en *boundary* kan til gjengjeld leses som en åpning for å tenke over forbindelsen – og grenseflata – mellom institusjoner slik som familie og marked. Det gjør det mulig, slik jeg ser det, å innfange hvordan marked og familie konstitueres i relasjon til hverandre: gjennom den koreograferte (jf. Thompson, 2005) oppdelingen i henholdsvis (kortvarig forpliktende) markedsrelasjoner og (langvarig forpliktende) familierelasjoner. Det er av betydning i kontekst av et fenomen som ikke bare handler om markedsføring av intime tjenester som graviditet, men også om etablering av tydelig avgrensede familier gjennom markedet. Noe av det som kom tydelig fram i min egen empiri, var betydningen av en avgrenset familie som motivasjon for å entre surrogatmarkedet (se også Førde, 2018). Transnasjonal kommersiell surrogati framstår som en måte å (re)produsere familien «slik vi alltid har kjent den» (jf. Smietana, 2016). Dette er nettopp Sophie Lewis' (2019) poeng, når hun argumenterer for at problemet med surrogati ikke er at det korrupperer familieverdier, men tvert imot at fenomenet reproducerer den borgerlige (kjerne)familien. Mitt poeng er i den sammenheng ikke at en analyse av transnasjonal kommersiell surrogati eller markedsføring nødvendigvis må være kritisk til familien som institusjon under kapitalismen. Jeg vil likevel mene at et blikk for hvordan institusjoner som marked og familie (og stat) virker sammen – og hvordan grensene mellom disse institusjonene konstitueres i et slags samspill – er viktig hvis vi ønsker å forstå hva som skjer, hvordan det skjer og hvilke konsekvenser det har, på individ- og samfunnsnivå.

Konklusjon

Jeg har i denne artikkelen utforsket hvordan vi teoretisk kan forstå markedets grenser og pågående grenseforskyvninger i det som Hochschild kaller «market times» og mange av oss forstår som en tid preget av nyliberalismens hegemoni. Jeg tok utgangspunkt i en av Hochschilds seneste utgivelser, *The Outsourced Self*, hvor hun tar for seg markedsføringen av stadig flere aspekter av våre intime liv, inkludert reproduksjonen av barn, slik som i transnasjonal kommersiell surrogati.

Hochschild, slik jeg leser henne, forstår markedets grenser på hovedsakelig to måter: 1) som grenser folk trekker opp på et individuelt plan i møte med markedet, og 2) som institusjonelle grenser for markedet, hvor hun særlig er opptatt av markedets framskridende yttergrense. Dette var grenser jeg også gjenfant i min egen analyse av hvordan norske kvinner og menn snakket om sine såkalte surrogatireiser. I min analyse var det likevel noen grenser – og grensedragninger – som ikke helt innfanges av todelingen jeg fant hos Hochschild.

Jeg foreslår derfor å supplere Hochschilds grensebegrep med det jeg kaller interne institusjonelle grenser. Argumentet mitt er at vi som forskere på markedsføring trenger analytiske verktøy som hjelper oss til å forstå betydningen av institusjonene og hvordan de skjæres til i relasjon til hverandre. Det gjelder ikke minst i kontekst av transnasjonal kommersiell surrogati, hvor grensene for markedet og grensene for familien ser ut til å være gjensidig konstituerende. Den normative kjernefamilien muliggjøres av markedet, som på sin side fores av folks hunger etter avgrensede, gjenkjennelige familier.

Videre peker jeg i artikkelen på hvordan moralske grenser er virksomme i den konkrete

måten graviditet, babyer og foreldreskap havner «på markedet». Mens babyer var utelatt fra «regnskapet», var forståelsen av det reproduktive arbeidet formet av kjønnede og rasialiserte ideer om hvem som kan gjøre hva for penger og, også, hvor mye penger de skal ha for arbeidet. Her anes hvordan nedarvede moralske grenser og sosiale skillelinjer former nåtidige prosesser (se f.eks. Weinbaum, 2019). Det krever at vi som sosiologer unngår nostalgi om tidligere tiders markedsgrenser og heller retter oppmerksomheten mot hvordan vi skaper grobunn for sosiale relasjoner som går utover de som i dag (om)formes av markedet.

Om artikkelen

Takk til Elise Farstad Djupedal, Kristine Warhuus Smeby og Ulla Forseth for hjelpsomme kommentarer på tidligere versjoner av artikkelen. Takk også til de to anonyme fagfellene for svært nyttige kommentarer.

Litteratur

- Andersen, U. C. (2013). Offerposisjonens paradoks – Offentlig debatt om surrogati. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 54(01), 31–62. Hentet fra <https://www.idunn.no/tfs/2013/01/offerposisjonens-paradoks-offentlig-debatt-om-surrogati>
- Anleu, S. L. R. (1990). Reinforcing Gender Norms – Commercial and Altruistic Surrogacy. *Acta Sociologica*, 33(1), 63–74. <https://doi.org/10.1177%2F000169939003300105>
- Berend, Z. (2016). The Emotion Work of a «Labor of Love». An Ethnographic Account of Surrogacy Arrangements in the United States. I E. Scott Sills (Red.), *Handbook of Gestational Surrogacy. International Clinical Practice and Policy Issues* (s. 62–69). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bikova, M. (2016). *The Egalitarian Heart. Global Care Chains in the Filipino Au Pair Migration to Norway* (Doktoravhandling). Bergen: University of Bergen.
- Brown, W. (2005). *Edgework: Critical essays on knowledge and politics*. Princeton & Woodstock: Princeton University Press.
- Bull-Berg, H., Damman, S., Hatling, M., Skarholt, K. & Klungseth, N. J. (2017). *Status og tiltak for bedre forhold i forbrukermarkedet for renhold*. Trondheim: SINTEF Teknologi og samfunn.
- Callon, M. (1998). An essay on framing and overflowing: economic externalities revisited by sociology. *The Sociological Review*, 46(S1), 244–269. <https://doi.org/10.1111%2Fj.1467-954X.1998.tb03477.x>
- Edwards, J. (2010). *Bodies Bridging Borders*. EastBordNet, Working Paper No. 95.
- Ehrenreich, B. & Hochschild, A. R. (Red.). (2003). *Global woman: Nannies, maids, and sex workers in the new economy*. New York: Henry Holt and company.
- Fraser, N. (2016). Contradictions of capital and care. *New Left Review*, 100(July-August), 99–117. Hentet fra <https://newleftreview.org/issues/II100/articles/nancy-fraser-contradictions-of-capital-and-care.pdf>
- Førde, K. E. (2017). *Intimate Distance. Transnational Commercial Surrogacy in India* [Doktoravhandling]. Oslo: University of Oslo.
- Førde, K. E. (2018). «Dette ble min eneste mulighet». *Tidsskrift for kjønnsforskning*, 42(01-02), 29–46. <https://doi.org/10.18261/issn.1891-1781-2018-01-02-03>
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart. Commercialization of human feeling*. Berkeley, Los Angeles & London: University of California Press.
- Hochschild, A. R. (2000). Global care chains and emotional surplus value. I A. Giddens & W. Bunton (Red.), *On the edge: Living with global capitalism* (s. 130–146). London: Vintage.

- Hochschild, A. R. (2003). *The commercialization of intimate life: Notes from home and work*. Berkeley, Los Angeles & London: University of California Press.
- Hochschild, A. R. (2011a). Childbirth at the global crossroads. I A. I. Garey & K. V. Hansen (Red.), *At the heart of work and family: Engaging the ideas of Arlie Hochschild* (s. 262–268). New Brunswick, New Jersey & London: Rutgers University Press.
- Hochschild, A. R. (2011b). Emotional Life on the Market Frontier. *Annual Review of Sociology*, 37, 21–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.1146/annurev-soc-081309-150137>
- Hochschild, A. R. (2012). *The outsourced self. Intimate life in market times*. New York: Metropolitan Books.
- Hochschild, A. R. (2013). *So How's the Family?: And Other Essays*. Berkeley: University of California Press.
- Hovav, A. (2019). Producing Moral Palatability in the Mexican Surrogacy Market. *Gender & Society*, 33(2), 273–295. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F0891243218823344>
- Jacobson, H. (2016). *Labor of Love: Gestational Surrogacy and the Work of Making Babies*. New Brunswick, New Jersey & London: Rutgers University Press.
- Kirpichenko, M. (2018, 27.-29.juni). *Becoming simulacrum. Surrogate's body in the web articulations of surrogacy in Russia*. Innlegg presentert ved Remaking Reproduction. Cambridge: The global politics of reproductive technologies.
- Kroløkke, C. (2012). From India with love: Troublesome citizens of fertility travel. *Cultural politics*, 8(2), 307–325. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177%2F0891243218823344>
- Kuttner, R. (1999). *Everything for sale. The virtues and limits of markets* (2. utg.). Chicago: University of Chicago Press.
- Kvande, E., Brandth, B. & Halrynjo, S. (2017). Integrating work and family. Changing institutions and competing logics. I B. Brandth, S. Halrynjo & E. Kvande (Red.), *Work-Family Dynamics: Competing Logics of Regulation, Economy and Morals* (s. 1–16). Oxon & New York: Routledge.
- Lewis, S. (2019). *Full Surrogacy Now: Feminism Against Family*. London & New York: Verso Books.
- Løvgren, M. & Orupabo, J. (2018). En sosiologi om symbolske grenser. *Norsk sosiologisk tidsskrift*, 2(3), 203–207. <https://doi.org/https://doi.org/10.18261/issn.2535-2512-2018-03-01>
- Nail, T. (2016). *Theory of the Border*. New York: Oxford University Press.
- Nebeling Petersen, M., Kroløkke, C. & Myong, L. (2017). Dad & daddy assemblage: Resuturing the nation through transnational surrogacy, homosexuality, and Norwegian exceptionalism. *GLQ*, 23(1), 83–112. <https://doi.org/10.1215/10642684-3672312>
- Pande, A. (2014). *Wombs in labor: Transnational commercial surrogacy in India*. New York: Columbia University Press.
- Ragoné, H. (1999). The Gift of Life. Surrogate Motherhood, Gamete Donation, and Constructions of Altruism. I L. L. Layne (Red.), *Transformative Motherhood: On Giving and Getting in a Consumer Culture*. New York & London: New York University Press.
- Rudrappa, S. (2015). *Discounted Life: The Price of Global Surrogacy in India*. New York & London: New York University Press.
- Rudrappa, S. (2017). Reproducing Dystopia: The Politics of Transnational Surrogacy in India, 2002–2015. *Critical Sociology*, 44(7-8), 1–15. <https://doi.org/10.1177%2F0896920517740616>
- Siegl, V. (2018). Aligning the affective body. Commercial Surrogacy in Moscow and the Emotional Labour of Nastravatsya. *Tsantsa*, (23), 63–72.
- Smietana, M. (2016). «Families Like We'd Always Known»? Spanish Gay Fathers' Normalization Narratives in Transnational Surrogacy. I M. Lie & N. Lykke (Red.), *Assisted Reproduction Across Borders: Feminist Perspectives on Normalizations, Disruptions and Transmissions* (s. 49–60). New York & London: Routledge.

- Smietana, M. (2017). Affective De-Commodifying, Economic De-Kinning: Surrogates' and Gay Fathers' Narratives in U.S. Surrogacy. *Sociological Research Online*, 22(2), 1–13. <https://doi.org/10.5153/sro.4312>
- Stubberud, E. (2015). *Au pairing in Norway – the production of a (non) worker* [Doktoravhandling]. Trondheim: NTNU.
- Stuvøy, I. (2013). Reproduksjon i grenseland. *Fett*, (2), 28–31.
- Stuvøy, I. (2018). *Parenthood at a price: Accounting for the viability of transnational surrogacy* (Doktoravhandling). Trondheim: NTNU.
- Stuvøy, I. (2019). Governing parental desires and vulnerabilities. Affective biopolitics in the context of Norwegian citizens' repro-migration. *Nordic Journal of Migration Research*, 9(4), 461–479. <https://doi.org/10.1215/10642684-3672312>
- Teman, E. (2010). *Birthing a mother: The surrogate body and the pregnant self*. Berkeley, Los Angeles & London: University of California Press.
- Thompson, C. (2005). *Making parents: the ontological choreography of reproductive technologies*. Cambridge & London: MIT press.
- Vora, K. (2015). *Life support: Biocapital and the new history of outsourced labor*. Minneapolis & London: University of Minnesota Press.
- Weinbaum, A. E. (2019). *The Afterlife of Reproductive Slavery: Biocapitalism and Black Feminism's Philosophy of History*. Durham: Duke University Press.
- Wærness, K. (1975). *Kvinnens omsorgsarbeid i den ulønnete produksjon* (80). Bergen: Levekårsundersøkelsen.
- Zelizer, V. A. (2005). *The purchase of intimacy*. Princeton: Princeton University Press.