

«Jeg pynter meg jo for meg selv, og ikke for dem»

- En kvalitativ studie av forbrukere av sminke

av Pål Grana

SOS3900, Masteroppgave i sosiologi, høst 2010

Norges Teknisk-Naturvitenskapelige Universitet

Fakultet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse

Institutt for sosiologi og statsvitenskap

Forsidebilde: Henri de Toulouse-Lautrec, *Woman at her Toilette* (1889).

Maleriet er offentlig eiendom, fordi kopiretten har blitt foreldet.

Hentet fra http://en.wikipedia.org/wiki/File:Lautrec_woman_at_her_toilette_1889.jpg

Forord

I arbeidet med denne masteroppgava har jeg fått god hjelp fra mange mennesker. Takk til Lisa Wensberg for hjelp med å utvikle ideen. Takk til Timmy Hansen for gode innspill om teori- og diskusjonskapitlene, samt språkbruk. Medstudenter på rom 6493 har bidratt med inspirasjon, støtte og gode råd underveis i prosessen. En spesiell takk til informantene som stilte opp og gav av sin tid og sine erfaringer.

En stor takk til min veileder Johan Fredrik Rye for gode råd, entusiasme og tålmodighet. Takk for at du har trodd på prosjektideen min og alltid har kommet med konstruktive tilbakemeldinger.

En stor takk rettes også til Inger Beate Haga, samt øvrige venner og familie for støtte underveis i prosessen.

Trondheim (29.10.2010)

Pål Grana

Innholdsfortegnelse

1. Innledning	7
1.1. Bakgrunn for valg av tema	7
1.1.1. Forbrukersamfunnet.....	7
1.1.2. Sosiologiske forskning på forbruk.....	8
1.1.3 Valg av case.....	10
1.2. Prosjektets formål	11
1.3. Tekstens form	12
2. Teoretiske perspektiver	14
2.1. Innledning	14
2.2. Teoretisk kontekstualisering	15
2.2.1. Aktør-strukturdebatten.....	15
2.2.2. Forbrukersosiologi.....	17
2.2.3. Kjønnsperspektiv.....	19
2.3. Erving Goffman og symbol	20
2.4. Pierre Bourdieu og habitus	26
2.5. De teoretiske hovedperspektivene	31
3. Forskningsmetode	34
3.1. Metodevalg: hvorfor kvalitative intervjuer?	34
3.2. Informanter og vervingsprosess	35
3.3. Intervjuguiden	39
3.4. Gjennomføring av intervjuene	39
3.5. Etiske problemstillinger	41
3.6. Vurdering av empiriens kvalitet	42
3.7. Informantene	42
3.8. Å analysere kvalitativ empiri	44
4. Presentasjon av empirien	47
4.1. Innledning	50
4.2. Å forstå seg sjøl som autonom	47
4.3. Sosial og strukturell påvirkning	50
4.4. Sminkebruk og sjølbilde	54
4.5. Å se seg sjøl utenfra	58
4.6. Smak og idealer	60
4.7. Oppsummering av empiriske funn	63
5. Analyse	65
5.1. Innledning	65
5.2. Erving Goffman og symbolinteraksjonismen	65
5.2.1. Den generaliserte andre.....	66
5.2.2. «I» og «Me».....	69
5.2.3. Frontstage og backstage.....	69
5.2.4. Inntrykkstyring.....	71
5.2.5. Inntrykkstyring som forklaring på tvetydigheten i empirien.....	73
5.2.6. Det dramaturgiske perspektivet.....	74
5.3. Pierre Bourdieu	75
5.3.1. Tvetydigheten i empirien.....	75
5.3.2. Habitus.....	77
5.3.3. Kulturell kapital og sosiale felt.....	79
5.4. Forbruksperspektiv	82

5.5. Kjønnsperspektiv	83
5.6. Diskusjon	85
5.6.1. Aktør eller struktur?.....	85
5.6.2. Teorienes bidrag til øke forståelsen.....	88
5.6.3. Et mer refleksivt habitusbegrep?.....	89
6. Avslutning	92
6.1. Empiriske funn.....	92
6.2. Analytiske konklusjoner.....	93
6.3. Overførbarhet og videre forskning.....	95
7. Kildehenvisninger	97
Vedlegg 1: Intervjuguide	100

1. Innledning

Dette er en kvalitativ studie av en gruppe unge kvinner med et høyt forbruk av sminke, som har som formål å belyse hvordan dagens unge mennesker, gjennom å inneha forbrukerroller, både har handlefrihet til å skape seg sjøl og uttrykke sin egen identitet gjennom forbruksvarer, men samtidig befinner seg under sterke sosiale føringer om å tilpasse seg forventninger og idealer når det gjelder sitt eget forbruk. Dette paradokset vil bli diskutert ut i fra to primære teoretiske perspektiver som står på hver sin side i aktør-strukturdebatten i den sosiologiske diskursen.

1.1. Bakgrunn for valg av tema

1.1.1. Forbrukersamfunnet

I etterkrigstidens Norge ser man ikke bare et sterkt økende forbruk av varer som kan kalles *utover det nødvendige* (Frønes & Brusdal 2005), men at forbruk også har fått en stadig større og viktigere forankring i en rekke ulike sosiale prosesser og institusjoner (Schjelderup & Knudsen 2007). Det har ikke bare vært en kvantitativ økning av forbruk i takt med en økende kjøpekraft i befolkningen, men også kvalitativt har det bredd om seg og endret seg, og fått en mye dypere og mer kompleks posisjon i samfunnet (Asdal & Jacobsen 2009). Samtidig har markedsøkonomien blitt det gjeldende organiseringsprinsippet for stadig flere domener, blant annet i den forstand at man blir ansett som en forbruker av offentlige tjenester. Mens markedet for forbruksvarer i femti- og sekstiårene var preget av homogenitet og standardisering, finner man i dag enorme utvalg innenfor de fleste tjenester som tilbys, samtidig som ulike mennesker assosierer seg med og orienterer seg mot ulike segmenter av markedet. I det samme tidsrommet, hevder Zygmunt Bauman (1998), har forbrukerrollen overtatt som det de fleste mennesker har som sin primære identitetsbærer, der det tidligere var en persons yrke. Bauman, i tillegg til flere andre, inkludert Jean Baudrillard (1998), peker på at den radikale økningen av forbrukerrollens viktighet gjør at man kan kalle dagens samfunn for et *forbrukersamfunn*.

For å forstå relasjonene mellom individ og samfunn, men også individ og individ, i Norge i 2010, kan man ikke bare se på markedets strukturelle og kulturelle logikk, prega av reklamens makt, komplekse hierarkier av symbolverdier, samt skiftende idealer og trender. Det er også helt essensielt å forsøke å sette seg inn i *forbrukerens* posisjon og tilstand. Hvordan oppleves det å skulle skape seg et meningsfullt liv i et komplekst og stadig skiftende samfunn, hvor idealet om å skape seg sjøl

og vise fram sin egen identitet gjennom forbruksvarer står sterkt, side om side med kjøpepress, sosial kontroll og kravet om at man skal ta «vare på seg selv og se bra ut»? Hvordan ser forbrukere på seg sjøl, sin identitet og sine handlinger ut i fra et skille mellom det å være frigjort, drevet av egne motiver og på den andre siden være under sosial påvirkning og ha et ønske om å bli godt likt av menneskene rundt seg? Hvordan klarer man å orientere seg i jungelen av varer med ulike bruksverdier og symbolverdier, hvordan tar man innover seg disse hierarkiene av symbolske verdier? Hvordan blir man sosialisert inn i forbrukerrollen?

Gjennom tilgjengelige forbruksvarer som klær, kosmetikk og teknologi har man tilgang til virkemidler for å uttrykke og skape seg sjøl, innenfor kulturelt betingte rammer, hvor ulike typer varer og visuelle uttrykk knyttes til ulike verdier, trender, sosial status og tilhørighet. Dette kan ses i sammenheng med Baumans påstand om at det er gjennom forbruk man bygger og opprettholder sin sosiale identitet og viser hvem man er. Gjennom å ta på seg bestemte typer klær og sminke signaliserer man til andre mennesker hvem man er og hva slags verdier man støtter opp under eller tilstreber. Samtidig reproducerer man de kulturelle verdiene som de symbolske verdiene til disse klærne og sminken er fundamentert på, og man opprettholder produktenes økonomiske verdi, det vil si at ved å for eksempel kjøpe en dyr type sminke sender et signal til dem som tilbyr dette produktet at du vedkjenner deg at det er et verdifullt produkt (Slater 1997). På denne måten kan man se hvordan forbruksvalg og forbrukeratferd er essensielt i både kommunikasjon både mellom individer, og mellom individ og samfunn. Er dette frihet? Er dette individualisme? Én måte å forstå det på er at det viser hvordan etterspørsel styrer tilbud, og hvordan individenes samlede valg påvirker makrostrukturer. Bauman peker på at en annen måte å se det på er som «*markedets endelige erobring og fullstendige kolonisering av livet*» (Bauman 2007: 234). Gjennom forbruk kobles enkeltmenneskene og de store samfunnsstrukturene sammen, og det er derfor interessant for samfunnsforskere å se på forbrukeres selvoppfatning i forhold til påvirkning kontra fri vilje.

1.1.2. Sosiologisk forskning på forbruk

I takt med at forbruk får en mer omfattende og kompleks posisjon i samfunnet, kreves det også at samfunnsvitenskapelig forskning retta mot fenomenet tilpasser seg og blir mer flerdimensjonell. Feltet forbrukersosiologi har i stor grad vokst fram på det premisset at forbruk ikke bare må ses på som en økonomisk konsekvens av produksjon og lønnsnivå, men at forbruk får en økende kulturell og sosial dimensjon som er essensiell for å forstå dynamikken og vekselvirkningene mellom kultur,

økonomi og samfunn (Featherstone 2007, Schjelderup & Knudsen 2007). Å forske på forbrukeren som en viktig rolle for det moderne mennesket har blitt mer og mer utbredt. I andre fagfelt tar det form av mikroøkonomiske modeller og forskning på forbrukeratferd i relasjon til påvirkning av reklame, mens sosiologisk forskning primært fokuserer på identitet, forbrukersosialisering og forbruk knytta til variabler som klasse og kjønn. Et essensielt begrepspar innenfor dette teoretiske feltet innenfor sosiologien er skillet mellom en vares *nytteverdi* og *symbolverdi* (Frønes & Brusdal 2005).

Feltet forbrukersosiologi framstår teoretisk sett som forholdsvis perspektivrikt, og mindre prega av et fåtall tydelige paradigmer enn man finner i mer veletablerte felt for sosiologisk forskning. Denne oppgava trekker på dette aspektet ved feltet, og trekker inn sine teoretiske hovedperspektiver fra mer generell sosiologisk teori, samtidig som forbrukersosiologiske perspektiver brukes som et bakteppe. Dette vil bli beskrevet nærmere i kapittel 2 om teoretiske perspektiver. Forbruksforskning er også en voksende akademisk disiplin i Norge. I tillegg til Statens Institutt for Forbruksforskning SIFOs kontinuerlige publiseringer, kan eksempler på nyere norsk forbrukersosiologi være Asdal & Jacobsens *Forbrukerens ansvar* (2009) og Schjelderup & Knudsens *Forbrukersosiologi* (2007). Begge to er antologier som presenterer ulike måter å se på forbruk og forbrukerens rolle i dagens samfunn, med mer vekt på teori enn empiri. At feltet bærer preg av perspektivrikdom kommer godt fram i disse antologiene.

Et mye debattert problem i den sosiologiske faghistorien, er spørsmålet om man hovedsakelig må forstå samfunnet som en struktur utgjort av mer eller mindre frie aktører som evner å ta uavhengige valg og påvirke samfunnet ut i fra disse handlingene, eller om mennesker blir født inn i en allerede eksisterende struktur som i stor grad determinerer ens handlefrihet og habitus. Dette framstår som svært interessant å diskutere i forhold til det skillet mellom individualisme og sosialt press som har blitt skissert for forbrukersamfunnet så langt i dette kapittelet. Er det større grad av autonomi for aktøren i denne samfunnsformen enn i foregående samfunnsformer, eller dreier det seg om enn illusorisk frihet til å kunne velge mellom varer som tilbys på et marked hvor betingelsene blir skapt av produsentene? Slike problemstillinger viser hvorfor casestudier av små grupper med brukere er interessante og relevante.

1.1.3. Valg av case

Tilnærmingen som her har blitt valgt for å øke forståelsen for forbrukerens situasjon og tilstand, er et casestudie av en gruppe unge kvinner som er over gjennomsnittlig opptatt av sminke. Målet for valg av case var å finne ei gruppe av forbrukere av en type vare hvor dette skillet mellom nytteverdi og symbolverdi kunne klart belyses og undersøkes, og hvor jeg antok at sosiale normer og press ville være en tilstedeværende faktor i årsaken til forbruket. På denne måten kan man utforske det som for meg framstår som en slags fortielse omkring de statusrelaterte aspektene ved forbruk, hvor varenes symbolske verdier blir underspilt. Det er også et type ekspressivt forbruk, som i stor grad handler om å vise hvem man er og hva slags verdier man identifiserer seg med, og hvor idealer og verdier knytta til forbruk blir framvist i reklamer og populærkultur, som ofte spiller på glamour, sosial status og attraktivitet i forhold til det motsatte kjønn. Samtidig er det å kjøpe og bruke sminke svært utbredt, så det dreier seg heller ikke om noen snever gruppe som driver med iøyenfallende forbruk for å skille seg ut i fra normen.

Jeg mener at sminkebruk er et spesielt godt case når man skal belyse dette spennet mellom bruksverdi og symbolverdi, samt hvordan enkeltindivider som forbrukere kan oppleve sosial påvirkning *og/eller* en følelse av individualitet. Sminkebruk er noe man kan argumentere for at utelukkende har symbolsk verdi, altså at den verdien sminkebruk har for dem som gjør det og de som observerer det, er kulturelt betinga. Det har ingen uunnværlig praktisk funksjon, og sjøl om man kan hevde at det bunner i et iboende biologisk behov for å tiltrekkes det motsatte kjønn, er uansett verdigrunnet bak symbolverdien til ulike typer sminkebruk kulturelt betinga. Hva slags sminke som er trendy, knytta til høy sosial status eller ansett som attraktivt vil i stor grad være forankra i kulturen, som man tar innover seg i en sosialiseringssprosess. Man kan forstå det slik at motivene for å drive med denne type forbruk utelukkende må være av sosial art, at man ønsker å bli likt og akseptert. Siden sminkes verdi utelukkende er symbolsk, kan man ikke vise tilbake til en nytteverdi og dermed ta bort fokuset fra symbolverdiens reelle betydning. Dette gjør, etter min mening, sminke spesielt godt egna for å forstå de sosiale aspektene ved forbruk i dagens samfunn, fordi det ikke dreier seg om et «nødvendig» forbruk og fordi idealene omkring det er skiftende, samtidig som man i stor grad finner konform atferd i forhold til disse idealene.

Selv om det finnes eksempler på kvalitative casestudier av forbrukere (Daniel Miller 1998) og forskning på bruk av «skjønnhetsprodukter» og sosialt press i forhold til utseende (Jeffries 2005, Black 2004, Featherstone 1991, Bugge & Lillebø 2009), er akkurat dette et felt det har blitt forsket

forholdsvis lite på. I 2010 har Mari Mikkelsen skrevet masteroppgava «Fordi jeg fortjener det» ved Universitet i Oslo som ser på unge kvinners fokus på utseende, med vinkling inn mot tids- og ressursbruk på dette. Når min egen avhandling går i trykken har det ikke lyktes meg å anskaffe Mikkelsens masteroppgave. Den blir diskutert i en kronikk på e24.no av Elin Ørjasæter hvor hun påpeker at forskning på utseendets betydning for kvinners liv er et underpublisert forskningsfelt (Ørjasæter 2010). Sjøl om temaet per i dag i liten grad har blitt belyst gjennom sosiologisk forskning, er det allikevel en svært aktuell tematikk, som man forstå av all forskningen som drives på relaterte temaer. I 2004 gjennomførte SIFO en forbrukerundersøkelse retta mot uheldige bivirkninger av bruk av kosmetikk (Berg 2004), og fra 2008 har SIFO hatt et forskningsprosjekt retta mot «skjønnhetsprodukter» og fokus på utseende (Statens institutt for forbruksforskning 2008) kalt *Beauty*, hvor hovedfokuset på de artiklene som har blitt publisert så langt har vært retta mot trening og slanking, som også er et etablert felt i internasjonal forskning.

1.2. Prosjektets formål

Formålet med denne studien er å undersøke hvordan forbrukere av kosmetikk ser seg selv og sin forbrukerpraksis, med fokus på et teoretisk skille mellom det å på den ene siden være autonom i sin forbruksvalg og sminkepraksis og føle at man har indre motiver som det primære, og på den andre siden det å være påvirket eller styrt av andre mennesker i sine valg, og å ha et sterkt ønske om å passe inn og bli positivt oppfatta av andre mennesker. Dette teoretiske skillet blir forankra i presentasjoner av to primære teoretiske perspektiver, som har hver sine distinkte forklaringer på hva som driver menneskelig handling, og som sitter på hver sin side av midtgangen i aktørstrukturdebatten. Disse to teoretiske perspektivene, med hovedutgangspunkt i henholdsvis Erving Goffman og Pierre Bourdieu, er også spesielt godt egna til å forklare hvorfor mennesker tilpasser sitt eget utseende i møte med andre mennesker. Etter å ha analysert det innsamlede empiriske materialet, vil informantenes utsagn bli forsøkt satt inn i en kontekst og tolka ved hjelp av disse teoretiske perspektivene. Til slutt diskuteres problemstillinga og teoriens evne til å bidra med å kunne besvare den. Metodevalget for denne oppgava er en kvalitativ casestudie med en gruppe på fem informanter, hvor intervjuene fokuserer på individenes subjektive erfaring av å være en forbruker av sminke. Dette forskningsdesignet er ikke beregna på å forske på alle de større samfunnsspørsmålene som ble tatt opp ovenfor, men disse kan vise aktualiteten av hvorfor casestudier av enkeltgrupper med forbrukere er viktig.

Den overordna problemstilling for oppgava er som følger:

«Hvordan oppfatter forbrukere av sminke sitt eget bruk i forhold til begreps skillet fri handling og strukturell påvirkning?»

I artikkelen *Fy skam deg! Betragtninger rundt unge kvinners forbruk* (2009) peker Storm-Mathisen og Brusdal på en diskursiv *skampåleggelse* av unge kvinners utseenderelaterte forbruk, hvor avisoppslag i de store avisene framstiller denne type forbruk som mer umoralsk og sløsende enn for eksempel forbruk av elektronikk, som blir konstruert som noe mer maskulint og mindre ufornuftig. Dette setter søkelyset på et viktig element ved forskning på den tematikken som er valgt for denne avhandlinga. Det ikke er mitt formål å forsøke å eksponere informantene som overfladiske eller å framstille dem som uærlige omkring eventuell ytre påvirkning på egen forbrukeratferd. Mitt utgangspunkt er at det å kommunisere hvem man er, å uttrykke tilhørighet og å søke bekreftelse fra andre mennesker er helt naturlige impulser, og at forbruk er en konvensjonell uttrykksform for slike impulser i denne samfunnsformen. Å skulle innrømme at man gjør slike ting vil imidlertid for mange oppleves som ubehagelig eller uforenelig med den man er, fordi det går på tvers av et individualistiske ideal. Det kan kanskje være fristende å framstille seg sjøl som mer frigjort og uavhengig i sine handlinger enn man kanskje egentlig er. Et annet poeng, som vil bli drøfta nærmere seinere i teksten, er at man ikke alltid er i stand til å se seg sjøl og sine egne handlinger utenfra, på en tilnærma objektiv måte. Med andre ord kommer det paradokset som ligger i møtet mellom idealet om individualisme og sterke sosiale føringer fram i informantenes utsagn, uten at det betyr at disse individene er uærlig med seg sjøl eller intervjueren.

1.3. Tekstens form

I kapittel 2 presenteres teoretiske perspektiver som jeg har funnet det hensiktsmessig å anvende i en analyse av den aktuelle tematikken og den empirien som har blitt samla inn i forbindelse med prosjektet. Først settes problemstillinga og tematikken inn i en faglig kontekst og diskurs, gjennom at tre fagfelt som denne oppgava er relatert til blir presentert, henholdsvis aktør-strukturdebatten, forbrukersosiologi og kjønnspektiver. Disse presentasjonene vil seinere også bli anvendt i analysekapittelene. Deretter beskrives to primære teoretiske perspektiver i større detalj, henholdsvis Erving Goffmans og Pierre Bourdieus. Presentasjonene vektlegger anvendelige og fruktbare

begrepsverktøy. Disse perspektivenes relasjoner til aktør-struktur og kjønn vil også bli understreka. Avslutningsvis i kapittel 2 sammenlignes kort de primærteoretiske perspektivene. I kapittel 3 presenteres metodevalg og hvordan innsamlinga av empirien foregikk. En lengre beskrivelse av prosessen med å verve informanter er inkludert, på bakgrunn av at dette kan belyse et interessant aspekt ved oppgavens tematikk. Til slutt drøftes det hvordan kvalitativ empiri kan tolkes og diskuteres, og hvordan man kan forholde seg til å det å skulle anvende teori for å bedre forstå empiri. I kapittel 4 og 5 presenteres, tolkes, og diskuteres de empiriske funnene. Utvalgte sitater fra intervjuere blir trukket fram og satt inn i en kontekst. Sitatene presenteres i ulike tematisk basert kategorier. Deretter tolkes disse funnene systematisk med utgangspunkt i de teoretiske perspektivene. Til slutt diskuteres teoriens forklaringskraft, i forhold til å forstå informantenes refleksjoner omkring sin egen praksis og sin egen handlefrihet. Til slutt oppsummeres oppgava i kapittel 6.

2. Teoretiske perspektiver

2.1. Innledning

Dette teorikapitlet presenterer to primære teoretiske perspektiver som framstår som godt egna til å bidra med å besvare problemstillinga: Pierre Bourdieus begrep om habitus og Erving Goffmans dramaturgiske analyse, samt noen mer generelle begreper fra den symbolinteraksjonistiske tradisjonen. Presentasjonen av de to primære teoretiske perspektivene har to hovedfokus. Det første er å vise hvordan disse teoriene kommer med forklaringer på hvordan mennesker presenterer, endrer, manipulerer eller modifierer sitt eget utseende. Hvordan kan bruk av sminke forstås som en sosial aktivitet, hvordan kan det brukes i samhandling og hvordan henger det sammen med selvbilde og identitet? Det andre hovedfokuset er å se på hva disse forklaringene impliserer når det kommer til synet på mennesker som primært frie aktører eller som styrt av samfunnsstrukturer. Formålet er å hente fram de mest essensielle og nyttige begrepsverktøyene hos disse teoretikerne, heller enn å presentere noen helhetlig framstilling av hele deres perspektiv og forfatterskap. Målet mitt er å beskrive begrepene deres som nyttige verktøy for ulike forståelser av tematikken, slik disse begrepene kan anvendes i sosiologisk forskning og forståelse av den valgte tematikken, framfor å sette opp en tenkt diskusjon mellom Goffman og Bourdieu om dette empiriske materialet.

I første del begrunnes valg av teori i forhold til oppgavens problemstilling og det redegjøres også kort for aktør-strukturdebatten i sosiologisk teori. I tillegg trekkes tråden videre fra innledningskapitlet, og problemstillinga settes inn i en sosiologisk og idéhistorisk kontekst, i forhold til forbrukerforskning og kjønnsperspektiver. I andre og tredje underkapittel blir det redegjort for essensielle begrep hos henholdsvis Erving Goffmans dramaturgiske analyse, samt andre viktige symbolinteraksjonistiske konsepter, og deretter Pierre Bourdieus begrep om habitus, samt andre relaterte teoretiske verktøy for å få en mer komplett forståelse av dette begrepet og hvordan det kan anvendes i forskning. Etter at disse teoretiske perspektivene har blitt presentert redegjøres det for hvorfor nettopp disse to sistnevnte har fått plass som de primære perspektivene, istedet for et større fokus på reint forbruksteoretiske perspektiver. Avslutningsvis skisseres kort de største forskjellene mellom de to hovedperspektivene.

2.2. Teoretisk kontekstualisering

Problemstillinga knytter denne oppgava til en rekke felt og debatter innen sosiologien, som det her skal redegjøres for. Dette for å sette oppgava inn i en faglig kontekst, samt å trekke inn sekundærteoretiske perspektiver som seinere kan trekkes inn i analysekapittelet.

2.2.1. Aktør-strukturdebatten

Et av de viktigste formålene med denne oppgava er å undersøke i hvilken grad mennesker oppfatter seg sjøl som frie aktører som mer eller mindre utelukkende baserer sine handlinger på indre motiver eller om man i større grad oppfatter sine handlinger som kulturelt og sosialt betinga, noe man gjør basert på drivkrefter om på å passe inn i sosiale grupper og ønsker om bekreftelse fra sine sosiale omgivelser. Dette forskningsspørsmålet knytter oppgaven til aktør-strukturdebatten i den sosiologiske teoretiske diskursen, som dreier seg som hvorvidt man i hovedsak må se på menneskelig atferd som en konsekvens av handlende, aktive og selvstendige aktører eller som en konsekvens av kontinuerlig strukturell påvirkning på individer. De to hovedperspektivene som skal presenteres nedenfor ses på som representanter for de to hovedstrømningene i denne debatten, hvor Goffman har et aktivt og skapende individ, mens Bourdieu i større grad representerer dem som ser på menneskelig handling som uløselig knyttet til at de er en del av en struktur. Samtidig representerer ingen av dem ytterpunkter, og begge tar hensyn til *både* aktør og struktur i sine teorier.

Georg Ritzer skriver i sin *Sociological Theory* (2008) omfattende om denne debatten, som han anser som det sentrale problemet i moderne samfunnsteori. Ritzer beskriver en slags dialektisk utvikling, hvor debatten i begynnelsen var svært polarisert, før det de siste tre tiårene har vært større fokus på hvordan man skal klare å integrere *både* aktør og struktur inn i et teoretisk perspektiv. «Sosiologiens fedre», Durkheim, Marx og Weber var på ulike måter opptatt av forholdet mellom det moderne samfunnet og individet, hvordan prosesser og institusjoner i den nye samfunnsformen fikk konsekvenser for enkeltmennesket, og på hvilken måte premissene for sosialt liv var fundamentalt endra fra den førmoderne samfunnsformen. Men Ritzer hevder at et polarisert skille mellom å enten se på individet som styrt av aktører eller omvendt oppsto først seinere (*ibid.*), med Webers metodologiske individualisme som et mulig unntak. Det var først med de ledende teoretiske perspektivene som vokste fram utover nittenhundretallet, som strukturfunksjonalismen,

sosialkonstruksjonismen, fenomenologien, kritisk teori og så videre at denne debatten ble så polarisert. Generelt sett kan denne mer ekstreme perioden i debatten illustreres best med bruddet med hegemoniet til Talcott Parsons strukturfunksjonalisme, fra ca. 1960 (ibid), hvor en periode med et paradigmatisk fokus på strukturens innflytelse på individet gikk over til et svært sterkt fokus på det aktive, skapende individet.

Strukturfunksjonalismen kan ses på som et av de mer ekstreme strukturorienterte perspektivene, der aktører og deres frie vilje har forholdsvis liten plass. Med den sosiale strukturen så Parsons et system bestående av ulike deler, som han omtalte som institusjoner. Disse institusjonene opprettholder en bestemt funksjon i strukturen, som følge av et bestemt behov i samfunnet (Scott 2007). Eksempler på slike institusjoner er lov og rett, utdanning og økonomi, og innen alle disse institusjonene er det egne strukturer, som er basert på institusjonens funksjon i samfunnsstrukturen. Han omtaler også hvordan forskjellige deler av strukturen står i relasjon til hverandre, uten at enkeltindivider og deres praksis og handlinger har noen reell makt over disse strukturene. Individer blir født inn i samfunnet, og internaliserer de felles kulturelle verdiene, og får deretter ulike roller i ulike strukturer. Samfunnet blir presentert som et balansert og ordna byggverk, med felles, institusjonaliserte kulturelle verdier. Sosiale fenomener som ikke opprettholder orden eller ikke har noen funksjon i samfunnsstrukturen blir betegna som dysfunksjoner (ibid).

Fra 60-tallet begynte mange ulike sosiologer å kritisere denne teoretiske plattformen, kanskje i størst grad fordi den ble tolka som et forsvar for konservative verdier og for å undervurdere viktigheten av konflikt i forståelsen av samfunnet (Scott 2007), samt at teorien i liten grad kunne forklare endring og pluralisme. Men den mest interessante kritikken, i forhold til aktørstrukturdebatten, kom fra dem som mente at strukturfunksjonalismen i altfor liten grad tok høyde for menneskers aktive, kreative og handlende forhold til samfunnet. Paraplynavnet for dem som sto for denne kritikken er mikrointeraksjonismen, som blant annet inkluderer sosialkonstruksjonismen, etnometodologien og symbolinteraksjonismen (Aakvaag 2008). Sistnevnte får, som nevnt, en grundigere gjennomgang seinere i dette teorikapitlet. Hovedpoenget er at i disse teoretiske perspektivene har det som skjer på strukturnivå, *over* individene, nesten ingen plass, i sterk kontrast til strukturfunksjonalismen. Fra omkring 1980-tallet har hovedfokuset vært på teoretiske nyvinninger som lukker dette skillet, gjennom enten å kombinere eksisterende perspektiver på nye måter, eller å skape helt nye perspektiver hvor dette enten-eller skillet overhodet ikke er inkludert (Ritzer 2008). De mest kjente eksemplene på teoretikere som har søkt å overskride dette skillet er Pierre Bourdieu, Jürgen Habermas og Anthony Giddens (ibid.), alle med store og omfangsrike

teoretiske byggverk som viser det komplekse samspillet mellom enkeltindivider og de større strukturene i samfunnet. Erkjennelsen som ligger i disse prosjektenes målsetninger om å kombinere både aktør og struktur, er også et premiss som er gjeldende for denne teksten. Det er ikke noen målsetning for denne avhandlinga å «velge side» i mine konklusjoner. På tross av dette opprettholdes et klart enten-eller skille i anvendelsen av de teoretiske begrepsverktøyene, med det formål om å kunne tenke systematisk omkring det spennet som ligger mellom individets handlinger og storsamfunnets sterke strukturer.

2.2.2. Forbrukersosiologi

Som det ble skissert i innledningskapittelet, må tematikken og tilnærminga i denne oppgava ses i relasjon med framvoksende fagfeltet forbrukersosiologi. Forbrukersosiologi er en fellesbetegnelse på den forskningen, og teoridannelsen, som ser på de sosiale og kulturelle aspektene ved det økende forbruket i dagens vestlige samfunn. Schjelderup og Knudsen (2007: 7) definerer det som «*studiet av menneskelig samhandling i lys av kjøp og salg av produkter og tjenester*». Mike Featherstone skriver i sin *Consumer Culture and Postmodernism* (2007) at formålet med sosiologiske studier av forbruk må være å ta sikte på å studere de voksende kulturelle implikasjonene ved forbruk, og ikke utelukkende se på forbruk som en funksjon av produksjon. Det handler om å undersøke hvordan verdien og meningen som ligger i produkter henger sammen med sosiale relasjoner og sosial orden, og reproduksjon av kulturelle verdier (Slater 1997). Man går utover økonomifaglige forståelser av matematiske sammenhenger mellom menneskelige behov og tilbud og etterspørsel, og fokuserer heller på varers *symbolske verdi*, basert på en grunnantakelse om at mennesker ikke bare anskaffer seg forbruksvarer og tjenester fordi de behøver det, eller at det har noen praktisk verdi i hverdagen, men at anskaffelse av visse produkter kan være knytta til et ønske om å anskaffe seg verdier som er knytta til for eksempel sosial status, identitet, tilhørighet og estetiske idealer. Som et kort eksempel for å illustrere dette essensielle skillet, kan man ta utgangspunkt i solbriller. Det er et produkt som har den praktiske funksjonen at det gjør det lettere å se når man beveger seg ute i sterkt sollys, og det er nok kvalitetsforskjeller i evnen ulike solbriller på markedet har til å gjøre det behagelig å se ute i sollyset, men prisforskjellen mellom de brillene man får kjøpt på en bod på torget til cirka hundre kroner og Christian Dior-solbriller til fire tusen kroner, kan nok ikke sies å tilsvare forskjellen i de respektive brillenes forskjell i evne til å beskytte øynene. Brillene har altså en *symbolsk verdi* i tillegg til dens *nytteverdi*, en idé som har vært essensiell i forbruksteoriens idéhistorie, og som stammer fra Aristoteles skille mellom en tings *nytteverdi* og *bytteverdi* (Svendsen 2007).

Symbolverdien kan ligge i både at brillene blir oppfatta som å ha en overlegen estetisk verdi og selve merket Dior sine assosiasjoner til glamour, høy sosial status og eksklusivitet.

Sjøl om feltet er relativt nytt og stadig voksende, har det også røtter helt tilbake til sosiologifagets begynnelse. Thorstein Veblens begrep om *iøyenfallende forbruk* er et stadig relevant perspektiv, som man kan se spor av i Bourdieus teorier og annen forbruksforskning med klasse som utgangspunkt. Dette begrepet sikter til forbruk som har det formål å vise fram og slå fast forbrukerens sosiale status (Veblen 1899), og en alternativ oversettelse er *prangende forbruk*. Det holder ikke å ha makt og penger hvis det ikke er *synlig*. I det moderne samfunnet er man nødt til å vise fram sin sosiale tilhørighet, og man forbruker det man mener sømmer seg for en av sin sosiale status. I likhet med Bourdieus habitusperspektiv mener Veblen at man ikke nødvendigvis er seg bevisst at man viser fram sin sosial status med sitt forbruk, bare at man lever slik en oppfatter at det er naturlig å gjøre, ut i fra sin sosiale og økonomiske bakgrunn. Implisitt i dette begrepet ligger også skillet mellom en vares bruks- og symbolverdi, og at det siste får en økende betydning. Marx klasseanalyser og Simmels studier av moten er andre klassikere som har hatt sterk påvirkning på framveksten av feltet forbrukersosiologi (Svendsen 2007).

Blant de markante forbruksteoretikerne i feltets vekstperiode de siste årene, kan man noe forenkla skille mellom dem som ser på fenomenet i individualistiske termer, ved at individet står fritt til å definere sin egen identitet gjennom forbruk og dem på den andre siden først og fremst forstår forbruk som et uttrykk for sosiale klasseforskjeller. Blant de førstnevne og mer individorienterte teoretikerne, kan det nevnes Anthony Giddens, Ulrich Beck og Zygmunt Bauman (ibid, Krange & Øia 2005), mens blant de klasseorienterte er nok Pierre Bourdieu og hans etterfølgere mest markante (Svendsen 2007). Blant norske forbrukssosiologer som forsker i Bourdieus teoretiske program kan det nevnes Karl-Fredrik Tangen (2007), samt mer humoristiske og ikke-akademiske smak- og forbruksanalyser som Kjetil Rolness sin *Vulgær og vidunderlig: en studie i utsøkt dårlig smak* (1992). Sistnevnte tradisjon antar en mer klassisk *kritisk* analytisk tilnærming til sin forskning enn blant annet Giddens og Beck, som i all hovedsak omtaler identitetsskapning gjennom forbruk i positive termer. Men det finnes også kritiske røster blant de mer aktørorienterte, blant annet Zygmunt Bauman og Jean Baudrillard. Bauman (1998) ser på dagens samfunn som et postmoderne *forbrukersamfunn*, hvor forbrukerrollen er den viktigste rollen mennesker har, der hvor mening, identitet og forhold mellom individ og struktur dannes og opprettholdes. Forbruk har overtatt for politikk, religion, etnisitet og arbeid i å være den primære måten mennesker uttrykker hvem man er. Men samtidig fokuserer han på hvor fort dette samfunnet endrer seg, og at dette fører til svært

flyktige identiteter og identitetsgrunnlag, noe som fører til fremmedgjorthet. Et annet kritisk element i forskning på forbruk er at det fører til og gir uttrykk for en økende grad av hedonisme, forstått som unødvendig overdådig forbruk og bruk-og-kast mentalitet, i motsetning til den sparsommelighet, gjenbruk og pietisme man har sett i tidligere samfunnsformer (Blindheim 2007).

2.2.3. Kjønnsperspektiv

Caset i denne teksten er også relatert til kjønnsroller, som er et veletablert felt for sosiologiske undersøkelser. Innenfor dette feltet har det også blitt forsket på ulike former for skjønnhetspraksiser, og hvordan dette kan henge sammen med forestillinger om feminitet. I kjølvannet av den kritiske feminismen som vokste fram i etterkant av 1968, forsket blant andre Catharine MacKinnon på kvinner som følte press fra menn til å slanke seg. Andre beskrev, i marxistisk-kritisk ånd, hvordan menns dominans over kvinner, det såkalte *patriarkatet*, gjorde at kvinner var tvunget til å etterleve skjønnhetsidealer som menn hadde definert, gjennom usunne skjønnhetspraksiser (Jeffries 2005). Utover 80-tallet vokste det fram en mer liberalistisk feministisk teori som fokuserte på kvinners frihet til å sjøl å uttrykke sin feminitet gjennom skjønnhetspraksiser som sminke og bekleddning (ibid), som til en viss grad er i overensstemmelse med aktørsynet hos Giddens og Beck. Dette viser at det også her dukker opp en aktør-strukturdimensjon, som i mye annen sosiologisk teoretisk diskurs. I de seinere år har mer moderate, sosialkonstruksjonistiske perspektiver fått fotfeste, der man ser på kjønn som en praksis, som noe man må *gjøre*. Det finnes forestillinger i samfunnet om hva som er feminint og hva som er maskulint, og for å bli akseptert som en kvinne når man inngår i sosial samhandling, forventes det at man ser ut som en kvinne og innfrir de kulturelt definerte påbudene for hvordan kvinner skal oppføre seg. Dette perspektivet kalles *doing gender* (Solbrække og Aarseth 2006). Dette er utvilsomt et anvendelig perspektiv når man forsker på forbruk av sminke, og det er et aspekt som kan trekkes inn når man skal analysere informantenes selvforståelse relatert til grad av samfunnsmessig påvirkning på deres handlinger. Både Bourdieu og Goffmans perspektiver er begge egnet til å se på ulike kjønnsaspekter ved forbrukerpraksisen jeg ser på, og diskusjoner om kjønn vil hovedsakelig bli tatt med med dette som utgangspunkt.

2.3. Erving Goffman og symbolinteraksjonismen

Erving Goffmans *Vårt rollespill til daglig* (1992) beskriver en særegen og innsiktsfull begrepsramme for å forstå enkeltmenneskers handlinger og det bakenforliggende ved sosialt samspill. Her brukes metaforer fra teaterscenen for å vise hvordan mennesker handler og forholder seg til bestemte sosiale situasjoner og bruker egen framtoning for å oppnå ønskede reaksjoner hos «medskuespillere» eller «publikum». For å forklare hvordan mennesker forholder seg til forventninger om egen atferd fra ulike hold i forskjellige sosiale situasjoner, sammenligner han det med hvordan en skuespiller trer inn i en bestemt rolle og at de andre som deltar i scenen veit hvordan denne skuespilleren skal opptre, og at bevisstheten rundt sosiale normer er som skuespilleres forkunnskap om manuskriptet i en bestemt scene. Ut i fra dette perspektivet kan man forstå det slik at det finnes klare «manuskript» om hva slags sminkebruk man skal ha i ulike situasjoner, og man vil møte positive sanksjoner hvis man ser ut slik det blir forventa, men hvis man ikke innfrir disse rolleforventningene, vil man møte negative sanksjoner.

Det er vanlig å sette hans forskning inn i den symbolinteraksjonistiske tradisjonen i sosiologien, og det finnes også gode og fruktbare perspektiver å hente fra andre sosiologer som står i denne tradisjonen. Symbolinteraksjonismen kan sies å starte med George Herbert Mead, som ønsket å kritisk kombinere tankegods fra henholdsvis den filosofiske *pragmatismen* og den psykologiske *behaviorismen*. (Ritzer 2008). Pragmatismen søkte å ta fokuset bort fra å se på mennesker som produkter av sosiale strukturer og over til å tenke på mennesker som handlende og kreative individer. De mente at virkeligheten er subjektiv og at mennesket aktivt tolker den verdenen det lever i. Behaviorismen var en retning i psykologien som fokuserte på å studere hva mennesker faktisk gjør, med utgangspunkt i at menneskers handlinger er reaksjoner på ytre stimuli. De mer ekstreme av disse, de radikale behavioristene, hadde ikke noe fokus på de indre prosessene hos mennesker som tolkere av stimuli og signaler, men så i stedet på menneskers reaksjoner som mekaniske, lik dyrs. Mead mente at de fleste av hans forgjengere i sosiologien, som Marx, Weber og Durkheim, fokuserte *for* mye på sosiale strukturers påvirkning på menneskers handlinger (ibid). Når mikrointeraksjonismen fikk sitt gjennombrudd cirka 1960, rundt tretti år etter Meads død, stilte den seg som nevnt i kontrast til Parsons strukturfunksjonalisme og dennes sterke fokus på strukturers makt over menneskers handlinger (Aakvaag 2008). Herbert Blumer, Meads kanskje mest kjente elev, definerte symbolinteraksjonisme i kontrast til både radikal behaviorisme og strukturfunksjonalisme, som begge forklarte menneskelig handling mer eller mindre utelukkende ut

i fra ytre faktorer, men på to ulike måter (Ritzer 2008). Mead ønsket å forske på faktisk menneskelig atferd, men samtidig se på aktører som handlende individer som aktivt tolker og konstruerer verden rundt seg. Mennesker tar innover seg de ytre kreftene som virker på dem ved å tillegger dem mening, istedet for å passivt ta dem i mot. Individer oppstår i et allerede eksisterende samfunn, men tar inn over seg dette samfunnets verdier og normer på en fortolkende og aktiv måte. Aktøren kommer altså ikke *før* strukturen i dette perspektivet, men strukturens innflytelse over individet fungerer heller ikke som om man skulle legge inn software på en tom datamaskin.

I *Mind, Self & Society* (1934) beskrives Meads teoretiske plattform. Han beskriver hvordan mennesker forholder seg til forventninger og normer fra ens sosiale nærmiljø, hvordan man ser på seg selv gjennom å *objektivisere* seg sjøl, ved å forsøke å se hvordan man framstår for andre mennesker. Dette viser han først og fremst gjennom begrepet *den generaliserte andre*, et begrep som supplerer *den signifikante andre*, et mer generelt sosialpsykologisk begrep fra denne tiden. Disse begrepene sikter til at man setter seg i *den andres* posisjon og vurderer seg selv ut i fra dette (Ritzer 2008). Mens signifikante andre kan defineres som enkeltpersoner i ens nære omgangskrets eller andre personer med en mening som oppleves som spesielt meningsfull, og som brukes spesielt hyppig som referanse når man skal vurdere egne handlinger og framtoning (Schiefløe 2003), referer den generaliserte andre til en prosess hvor man forsøker å sette seg inn i hvordan et vilkårlig medlem av samfunnet (*the community*) ser på seg sjøl, sin atferd og framtoning. På denne måten blir synet til samfunnet som helhet inkludert i en kontinuerlig selvovervåkingsprosess, hvor man hele tiden vurderer sine egne handlinger, ut i fra hvordan man oppfatter og tror at samfunnet, ens sosiale nærmiljø, reagerer på ens egen atferd. «*The organized community or social group which gives to the individual his unity of self may be called «the generalized other». The attitude of the generalized other is the attitude of the entire community.*» (Mead 1934: 154). Det er gjennom slike prosesser at den sosiale kontrollen samfunnet utøver på individene finner sted, skriver Mead. Dette er interessant potensielt svar på det retoriske spørsmålet i innledningskapittelet om hvordan forbrukersosialisering foregår og hvordan forbrukere internaliserer idealer for bruk av sminke. En grunnleggende antagelse i disse analysene er at mennesker i svært stor grad vil velge de konforme handlingsalternativene, de som vekker minst mulige negative reaksjoner, i forhold til det den generaliserte andre vil forvente av deg. Dette tankesettet er nært relatert til *the looking-glass self*, et begrep fra Meads sosialpsykologiske forgjenger Charles Horton Cooley. Med dette menes at mennesker speiler seg selv i andres reaksjoner av en selv, og oppdaterer selvbildet sitt ut i fra disse tolkningene (Ritzer 2008).

Et annet interessant begrepspar hos Mead er «*I*» og «*Me*», som han ser på som to ulike og delvis motstridende fasetter av en persons *selv*. «*I*» er den umiddelbare, spontane, kreative og uforutsigbare delen av selvet, mens «*Me*» er den delen av ens personlighet som har internalisert den generaliserte andre, som mellom impuls og handling vurderer hvordan andre vil reagere på denne handlingen (Mead 1934). Mead, og andre symbolinteraksjonister, ser på selvet som en prosess, ikke som noe statisk. Det er en prosess hvor selvet kontinuerlig forholder seg til dem rundt seg, altså *de andre*. Dette skjer gjennom en slags «drakamp», en indre dialog mellom det spontane «*I*» og den generaliserte andre, representert i «*Me*». I forhold til problematikken om det aktive og fritthandlende individet kontra sosial påvirkning er dette et svært interessant begrepspar, siden det ene ikke nødvendigvis ekskluderer det andre. En persons handlingsgrunnlag kan ligge både i en fri og sosialt ubevisst del av personligheten og en del som konstant tenker på hvordan andre kan komme til å reagere på ens handlinger og utseende.

I årene etter Meads død i 1931, definerte hans studenter og etterfølgere *symbolinteraksjonismen* som et sosiologisk forskningsprogram med en bestemt teoretisk plattform, med Herbert Blumer i front. Erving Goffman utga sin første bok i 1959, da symbolinteraksjonismen var på frammars i det sosiologiske fagfeltet. Som hos Mead, så er Goffmans forskningsfokus også på menneskelig handling, med et teoretisk perspektiv som omhandler en kreativ og handlende aktør som forholder seg aktivt til de forventningene som blir stilt fra samfunnet om atferd i ulike sosiale situasjoner. Siden han ikke kan sies å bryte med symbolinteraksjonismen på noen grunnleggende måte, og studerte ved University of Chicago i etterkrigstida, hvor dette fagmiljøet hadde sin base, blir det naturlig å inkludere Goffman i denne tradisjonen (Aakvaag 2008). Selv om Goffmans teoretiske rammeverk, og begreper er av en annen karakter enn hos Mead, er de større implikasjonene, for eksempel når det kommer til aktør-strukturproblematikken, i stor grad sammenfallende. Ritzer (2008) argumenterer for at Blumer og de andre symbolinteraksjonistene som fulgte etter Meads død i relativt liten grad videreutvikla ideene og forklaringene om hvordan selvet *velger* sine handlinger, og at det var først med Goffman at et nytt og mer raffinert syn på dette kom inn i det symbolinteraksjonistiske fagfeltet.

Et av hans mest essensielle begrepene for å forklare grunnlaget for enkeltmenneskers handlinger er *inntrykkstyring*, som noe forenkla betyr at bakgrunnen for mye av de tingene mennesker gjør i sosiale situasjoner, skyldes at man vil at andre mennesker skal oppfatte dem på en bestemt måte. Når mennesker omgås, foretas det en kontinuerlig vurdering av hverandres sosiale status, egenskaper og kvaliteter, og man ønsker i størst mulig grad å opprettholde et inntrykk av seg sjøl

som mest mulig positivt, eller mer spesifikt det som man oppfatter som at andre anser som positivt (Goffman 1992). Når man møter noen for første gang ønsker man å framstå fordelaktig, og når man møter noen man kjenner fra før ønsker man å opprettholde eller forbedre det inntrykket man allerede har gitt. Hvis man for eksempel har oppfattet det slik at en bekjent, som også er opptatt av sminke og utseendet, har det inntrykket at man sjøl har god peiling på kosmetikk og er flink til å anvende seg av, vil man ønske å opprettholde dette inntrykket neste gang man møter denne personen.

I *Vårt rollespill til daglig* (1992) presenterer Goffman en omfattende *dramaturgisk metafor* for å forklare hvordan mennesker aktivt tilpasser seg til de forventningene som blir stilt til atferd og framtoning gjennom sosiale normer. Han ser for seg at sosialt samspill kan sammenlignes med hvordan skuespillere spiller mot eller med hverandre på en scene, med kulisser, publikum og rekvisitter, og at menneskers sosiale identiteter er lik *roller* eller karakterer i et skuespill. Dette kan generelt sett innebære at man ønsker at menneskene i sin omgangskrets og sosiale omgivelser skal oppfatte en sjøl som et visst type menneske, som en som innehar egenskapene som er knytta til en viss type rolle, karakter, identitet eller personlighet. Noen egenskaper en ung kvinne kan ønske å framstå med er å være smart, hip, selvsikker, attraktiv, oppdatert på motefronten, kvalitetsbevisst eller rik. Man kan også handle ut i fra ønsker om å passe inn og bli godtatt i en vennegjeng eller blant kollegaer. For å framstå som en person som innehar slike attraktive egenskaper, tilnærmer man seg sin egen framtoning og atferd slik man tror at disse egenskapene best kan bli signalisert ut, slik som en skuespiller prøver å formidle en rolle. Dette henger naturlig tett sammen med inntrykkstyring. I den dramaturgiske metaforen betyr inntrykkstyringsbegrepet mer spesifikt en teknikk man benytter seg av for å forsikre seg om at framførelsen framstår som troverdig (Goffman 1992).

Men rolleperspektivet kan også brukes mer spesifikt i forhold til at man spiller roller i forhåndsbestemte manuskript i visse sosiale situasjoner, at *verden er en scene*, som Goffman skriver (1992). Som et eksempel, veit både kunden og selgeren i en sminkebutikk hvordan en innehaver av disse to respektive rollene skal oppføre seg, og begge spiller sine roller i samhandlingen dem i mellom. Akkurat dette perspektivet som går på å beskrive normer for sosial interaksjon i ulike bestemte kontekster, blir muligens litt mindre interessant i denne sammenhengen. Det er mer interessant å fokusere på det det som har å gjøre med å opprettholde et positivt inntrykk av seg sjøl. Inntrykkstyring trenger naturligvis ikke alltid være retta mot å bli oppfatta positivt, men kan også anvendes for å provosere og tøyse grenser, eller for å vise avstand til bestemte sosiale grupper

forventninger til ens eget utseende.

En av de mest sentrale begrepsdikotomiene i den dramaturgiske metaforen er *frontstage* og *backstage*, eller foran og bak kulissene (Goffman 1992). *Frontstage*, som også omtales som *fasadeområde*, er den sfæren hvor man *trer inn* i den rollen man forsøker å overbevise publikum om. For at et område skal kunne være frontstage kreves det at settingen, *kulissene*, er riktig, og at man sjøl har den staffasjen som trengs for å kunne spille rollen. *Backstage* er den sfæren hvor man ikke trenger å drive med aktiv sjølpresentasjon, hvor det ikke finnes et publikum man må spille for. I forhold til sminkebruk er ikke alle fasettene av denne rollemetaforen relevant, men det elementet som har med å bruke kroppen, med staffasje, til å opprettholde et bestemt et inntrykk av seg selv i bestemte sosiale sammenhenger, er en svært fruktbar tilnærming. Slik disse frontstage og backstage-begrepene blir forklart hos Goffman, brukes eksempler som kelnerer som er høflige ute i restauranten, men frekke og baksnakkende på bakrommet, ektepar som er hyggelige og vennlige med middagsgjestene sine, men som krangler med hverandre bak den lukka kjøkkendøra. I det første eksemplet vises det til en formell jobbrelatert rolle man skal tre inn i, og dette er også noe som har blitt tatt opp i de seinere kapitler hvor empirien blir utforska, hvor det blant annet har blitt spurt om sminkepress i forhold til jobbsituasjoner. Men det er allikevel det mer uformelle andre eksempelet med ekteparet som har gjester til middag som er mest interessant, siden det involverer en presentasjon av et idealbilde av seg selv, i en privat og uformell sosial setting. Føler intervjuobjektene et klart skille mellom backstage og frontstage i forhold til sitt sminkebruk og at man ikke vil bryte med det inntrykket av seg selv man søker å presentere? Setter man et klart skille mellom situasjoner hvor man absolutt ikke må vise seg uten sminke og settinger hvor det ikke føles så nødvendig å presentere et idealbilde av seg selv?

I det dramaturgiske perspektivet, kan sminke og sminkebruk ses på som *fasade* eller staffasje som brukes som et middel for å gjøre et en mest mulig overbevisende rollefremførelse, enten i spesifikke roller i forbindelse med jobb eller konkrete sosiale situasjoner, eller mer generelt i rollen som ung kvinne, som det av mange forventes skal ha på seg sminke. Sminkebruk kan ses på som en svært inntrykkstyrende aktivitet, i og med at det mer eller mindre utelukkende brukes for å framstå på en viss måte ovenfor andre mennesker. Hvis man ser bort fra hudkremer og andre preparater som skal opprettholde hudens elastisitet og fuktighet, så kan man hevde at sminke ikke har noen reell annen funksjon enn den rent symbolske og visuelle. Flere av informantene i disse forskningsintervjuene uttalte at de selv synes at de ser trøtte og uengasjerte ut uten sminke på seg, og dette legger også en interessant dimensjon til intrykkstyringa, at man gjennom sminke ikke bare prøver å nærme seg

noen estetiske idealer knytta til mote eller skjønnhet, men at man faktisk forsøker å manipulere sitt eget ansikt til å framstå som mer våkent og engasjert.

Disse begrepene er godt anvendelige som verktøy for å forstå kjønnsaspektet ved den praksisen vi ser på, som i stor grad er på linje med den ovennevnte *doing gender*. Aspekter ved roller og rolleforventninger kan være av kjønnen karakter, som at man forventer at visse type kvinneroller lever opp til bestemte estetiske idealer, som bare kan nås ved hjelp av å bruke sminke. For å levere autentiske framførelser som den type kvinne man ønsker å framstå som, er man nødt til å sminke seg. Sminke er et av flere «virkemidler» som er tilgjengelig i inntryksstyring for dem som ønsker å framstå som feminin og attraktiv. Gjennom tankegangen som ligger bak begrepene *the looking-glass self* og *den generaliserte andre*, kan man forstå hvordan andre speiler seg i de reaksjonene man får fra dem rundt seg, og hele tiden vurderer hva andre anser som ønskelig atferd. Hvis man oppfatter det slik at dem man møter reagerer mer positivt på seg sjøl når man har sminka seg, vil ofte det å sminke seg framstå som den foretrukne løsningen, framfor det å ikke sminke seg eller å sminke seg på en annen måte enn det man får positiv tilbakemelding på. I *Vårt rollespill til daglig* refereres det ved flere anledninger til framførelse av kjønnsroller. Goffman refererer blant annet til Simone de Beauvoir, og skriver at når kvinner viser seg sjøl med feminine og tidsriktige klær, stelt hår og sminke viser de ikke fram et «*egentlig selv*», men snarere at de er i stand til å tre inn i en rolle som er relatert til eksisterende idealer om hvordan kvinner burde se ut (Goffman 1992).

Hva sier så Goffman og symbolinteraksjonistenes perspektiv om aktørers frihet? En kritikk som har blitt retta mot Goffman er at aktørene i teorien hans er i overkant kyniske når det kommer til egen atferd og framtoning, og at de bruker masker i et manipulativt spill for å få det slik de sjøl vil (Ritzer 2008). Han viderefører Meads skille mellom «I» og «Me», som baserer seg på at det finnes et skille mellom den delen av selvet som ønsker å tilpasse seg og framstå slik det blir forventet at en oppfører seg, samt et indre, mer skjult og mer autentisk selv. Samtidig som det er mye aktiv og kreativ handling i dette perspektivet, skjer det innenfor klare rammer, som det ligger utenfor enkeltindividets makt å endre. Selv om Goffmans aktører blir framstilt som handlende og aktive, tar perspektivet utgangspunkt i et sterkt ønske hos mennesker om å bli likt, å passe inn og innfri forventninger. Men Goffmans inntrykkstyring kan også brukes til å forstå ikke-konform atferd, basert på at man velger en spesifikk framtoning og atferd hvis man har som mål å framstå som annerledes og særegen, eller tre inn i definerte outsiderroller, som for eksempel punkere.

2.4. Pierre Bourdieu og habitusbegrepet

Pierre Bourdieu har, som Goffman, med sine begreper om blant annet *habitus* og *kulturell kapital* gitt sosiologien gode verktøy for å forstå variasjon i menneskers framtoning, og han beskriver hvordan dette kan henge sammen med de større samfunnsstrukturene, og aktør-strukturdebatten. I løpet av sitt forfatterskap lagde han en distinkt *grand theory* for hvordan det moderne samfunnet opprettholder sine strukturer og hvordan enkeltmenneskers liv skapes i og påvirkes av disse strukturene, med et grunnsyn på samfunnet som drevet av konflikt og maktkamp mellom ulike sosiale klasser (Aakvaag 2008). I denne oppgaven er det først og fremst hans *habitus*begrep som skal benyttes, samt begrepet om *kulturell kapital*. Ved hjelp av disse begrepene kan man skissere et særegent perspektiv på hvorfor mennesker bruker mye tid og penger på utseendet sitt, og hvordan dette henger sammen med spørsmål om frie aktører og påvirkninger fra de sosiale omgivelsene. I grove trekk kan man si at mens Goffman ser for seg en mer bevisst og direkte sammenkobling mellom sosiale normer, forventninger og handling, mener Bourdieu at årsaken til slike handlinger ligger mer underbevisst, i kroppsliggjorte praksiser man har blitt opplært til, og at disse kroppsliggjorte praksisene og idealene henger tett sammen med ens sosiale bakgrunn.

Bourdieu's teoretiske prosjekt var å overskride skillet i fransk akademia mellom subjektivismen og objektivisme (Aakvaag 2008), en debatt som kan sies å tilsvare eller høre inn under aktør-strukturdebatten. I Frankrike på 1950- og 60-tallet, når Bourdieu starta sine karriere, var eksistensialisten Jean-Paul Sartre den sterkeste forkjemperen for å se på mennesker som fritt handlende individer, med fokus på at hvert enkelt menneske må ses som ansvarlige for sine egne handlinger, og at man står fritt til å skape sine egne meningsfulle liv. Dette innebærer en grunnantagelse om at individets livsutfoldelse ikke trenger å bli hindra av samfunnsstrukturene (Wilken 2008). Den mest kjente strukturalisten, eller *objektivist*, i Frankrike på denne tiden var antropologen Claude Levi-Strauss, som insisterte på at individer blir født inn i samfunn hvor underliggende strukturer allerede eksisterer, og at disse strukturene legger grunnlaget for all meningsutveksling og sosial samhandling (ibid). Bourdieu ønsket å overskride skillet i denne debatten, og vise at for å forstå samfunnet må man skjønne hvordan både strukturer og aktive aktører driver samfunnet framover. Han inkluderte også mer tradisjonelle sosiologiske perspektiver inn i dette skillet, og plasserte strukturfunksjonalisten Parsons og strukturelle marxister inn blant dem som fokuserte for mye på struktur, samt mikrointeraksjonister og rational choice-teoretikere som *subjektivister* (Aakvaag 2008). Erving Goffman falt med andre ord inn under dem Bourdieu

mente hadde et for enspora fokus i sin forskning. Hvordan Goffmans og Bourdieus teoretiske rammeverk står i forhold til hverandre diskuteres som nevnt seinere i dette kapittelet. Ritzer (2008) beskriver det slik at blant dem som ønsket å integrere aktør- og strukturperspektivene, var det noen som kombinerte ulike allerede eksisterende perspektiver og noen som søkte å lage helt nye begrepsrammer. Man kan vel hevde at Bourdieu gjorde *begge* disse tingene.

Bourdieu ønsket altså med sitt akademiske arbeide å lage et teoretisk perspektiv som kunne vise både hvordan strukturer påvirker, legger grunnlag for og former menneskelig handling, og samtidig hvordan enkeltindivider er aktive og handlende. Det viktigste verktøyet for å forstå hvordan Bourdieu så for seg dette «kontaktpunktet» mellom struktur og aktør, er *habitus*begrepet. Med Habitus menes et «*integrert system av varige og kroppsliggjorte disposisjoner som regulerer hvordan vi oppfatter, vurderer og handler i den fysiske og sosiale verden*» (Aakvaag 2008: 160). I hvert menneske ligger det et grunnlag som setter premissene for og går forut for handling, enten det er hvordan man prater og hva slags kroppspråk man har, eller hva slags kosmetikk man kjøper og hvordan man dekorerer leiligheten sin. Det er kroppsliggjorte disposisjoner og handlingstilbøyeligheter, som Bourdieu beskriver som noe som oppstår som en konsekvens av det miljøet man vokser opp og lever i. Han beskriver det slik: «*Betigningene [sic] som er forbundet med en bestemt klasses eksistensbetingelser produserer habituser: varige og overførbare disposisjonssystemer [...]*» (Bourdieu 2006c: 54). En persons habitus reflekterer altså denne personens posisjon i klassestrukturen. Habitus forklarer hvordan mennesker er handlende aktører, men at premissene for hvert enkelt individs handlinger er uløselig knytta til denne personens plass i samfunnets klassestruktur. Habitusbegrepet beskriver to interagerende prosesser, nemlig individets tilegnelse av den kunnskapen som gjør det i stand til å handle meningsfullt, det vil si internalisering av de objektive strukturer, og individets praksis og omsetting av denne kunnskapen til handling, som kan kalles eksternalisering av internaliserte strukturer (Wilken 2008), eller utøvelse av de disposisjonene som ligger i ens habitus.

Et annet essensielt begrep er *kulturell kapital*, som beskriver hvordan ens habitus forholder seg til det Bourdieu ser på som de objektive strukturene i samfunnet. Mens andre samtidige samfunnsteoretikere, som Zygmunt Bauman og Anthony Giddens ser på samfunnstrukturene som i stadig endring og at de oppleves subjektivt, ser Bourdieu samfunnstrukturene som objektive og lite foranderlige. Han tok utgangspunkt i Marx sine tanker om at ens status i samfunnet er basert på tilgangen man har til økonomisk kapital, fordi kapital gir makt. Men Bourdieu utvidet kapitalbegrepet for å vise hvordan ikke bare økonomisk kapital, men også hvordan tilgang til andre

typer kapital kan gi og opprettholde makt. Han definerer kapital som «*samlingen av faktisk omsettelige ressurser og makt*» (Bourdieu i Wilken 2008: 54) Han utvidet kapitalbegrepet med *sosial kapital*, *symbolsk kapital* og *kulturell kapital*, hvor den siste er mest relevant i denne sammenhengen. Sosial kapital er de ressursene man kan mobilisere gjennom sitt sosiale nettverk, symbolsk kapital er ressurser man har tilgjengelig på bakgrunn av ens sosiale status, prestisje og aktelse (Tangen 2007). Kulturell kapital er den type kunnskap, tillærte egenskaper, utdanning, holdninger, estetiske smak og normforståelse som gir høy sosial status i samfunnet (Bourdieu 2006b). Kulturell kapital henger nært sammen med habitus, det kan ses på som en slags objektiv vurdering av statusen til «innholdet» i ens habitus. Behersker man kodene i sosiale sammenhenger i overklassen, kjenner tenkemåten og holdingene som skal til for å lykkes ved prestisjetunge utdannelse og har en kultivert smak i film og litteratur, har man mye kulturell kapital. I disposisjonene i en kvinnes habitus ligger hennes musikksmak, estetiske preferanser og forståelse for hva som er kriterier for god kunst, med mer. Det er hennes sosiolekt og forståelse for sosiale normer og koder. Alle fasetter ved hennes væremåte og framtoning ligger latent i hennes habitus. Hvis hennes kunstsmaak og -forståelse, sosiolekt, valg av klær og sminke, forståelse for sosiale koder i ulike sosiale kontekster, kroppspråk osv. er i *utakt* med det som anses som riktig og bra i de høyere sosiale lag, har hun lite kulturell kapital. Bourdieu slår fast at slike statushierarkier nødvendigvis er relative, den gode smaken vil alltid bli definert i kontrast til den dårlige smaken, men at disse hierarkiene framstår som objektive for aktører (Aakvaag 2008). På denne måten blir det subjektive og personlige, kvinnens *personlighet*, kobla opp i mot de objektive strukturene i samfunnet, siden hva som gir mye kulturell kapital, slik Bourdieu ser det, er objektivt.

Begrepet Bourdieu har for klassestrukturen er det *sosiale rom*, mens begrensede arenaer eller sfærer innenfor det sosiale rom betegnes som *sosiale felt*. Eksempler på sosiale felt kan være feltet for høyere utdanning, kunstfeltet, motefeltet og det politiske feltet. Innenfor disse sosiale feltene finnes det *feltspesifikk kapital* (Aakvaag 2008). Dette begrepet kan være nyttig for å forstå forbruk av sminke og kosmetikk, i den forstand at man ser på dette som et eget felt, hvor tilgang til kapital i form av kunnskap og forståelse av den legitime smaken, samt økonomisk kapital, vil være ujevnt fordelt og gi dem som har mye av dette en fordel. Det er et fruktbart perspektiv for å forstå om det finnes egne koder og normer relatert til sminkebruk, som de involverte kjenner til og er nødt til å forholde seg til, altså at det antar en viss grad av objektivitet, som er et grunnleggende premiss for at det skal kunne kalles kapital. Som et eksempel fungerer penger bare i praksis hvis alle som handler med dem forholder seg til en objektiv målestokk for hvor mye pengene er verdt. Hvis man tar utgangspunkt i begrepet om feltspesifikk kapital er det innenfor feltet sminkebruk mye

kunnskap, både av estetisk og praktisk karakterer, normer og idealer som alle må forholde seg til, og som de som kjenner disse kodene og denne kunnskapen best, de som har mest kapital, kommer best ut av. Ulikheter i fordelingen av denne kapitalen gir grunnlaget for *distinksjoner*, og er til sjuende og sist, slik Bourdieu ser det, en del av mekanismene som opprettholder overklassen og deres habituser som dominante, siden kapital gir makt. Et annet begrep Bourdieu anvender seg av som kan være fruktbart i denne sammenhengen, er å se på det symbolske innholdet i ulike former for sminkeuttrykk som et *symbolsk system* (Bourdieu 1996) av sosialt konstruerte tegn, som oppleves som objektive. De sminkeuttrykkene som blir ansett som «vulgære» hører arbeiderklassen til, mens idealene til de høyere sosiale lag er en mer «dempet» og «subtil» smak. Hva som er høyt og lavt i dette symbolske systemets hierarki er vilkårlig, altså sosialt konstruert, men det ligger i overklassens makt å definere denne ordenen som naturlig og gitt, som er en symbolsk makt. Hvis man fra en posisjon med mye kapital uttrykker at lavere klassers smak og uttrykk er «usmakelig» eller «vulgær», utøver man en symbolsk makt. I boka *Symbolsk makt* sier Bourdieu at det å redusere denne symbolbruken til kun kommunikasjon er en «*interaksjonistisk feil*» (1996: 42), fordi det i tillegg må forstås som utøvelse av makt, altså en kritikk av det symbolinteraksjonistiske perspektivet.

Når man skal anvende Bourdieus teorier for å tolke informanternes utsagn om sin egen virkelighet og sine egne motiver for handling, blir det viktig å avklare hvordan Bourdieu ser på hvordan man burde forholde seg til hvordan enkeltindivider ser på seg sjøl og sin egen virkelighet. Bourdieu mener at man må ta et *epistemologisk brudd* med denne sjølpresentasjonen og beskrivelsen av egen virkelighet (Bourdieu & Wacquant 1992), det vil si å anta at individet ikke er bevisst de sosiale strukturene som virker på seg sjøl. Det pekes på tre hovedgrunner til dette (Aakvaag 2008). Folks hverdagskunnskap er gjennomsyra av uklarheter og feiloppfatninger. Folk tror at de er frie i sine valg av venner, utdanning, yrke osv., men skal man ta utgangspunkt i habitusbegrepet, så medfører altså ikke dette riktighet. For det andre er folks oppfatning av hvordan samfunnet fungerer preget av «know-how», praktisk forståelse, ikke av «know-that», teoretisk og gjennomtenkt forståelse av hvordan for eksempel det kapitalistiske økonomiske systemet fungerer. For det tredje er menneskers sjølførståelse subjektiv, partiell og reflekterer deres posisjon i samfunnet. Bourdieu hevder at ved å ruste seg med teoretiske verktøy og bevissthet kan man forstå de sosiale føringene som virker på individet uten at individet er bevisst på det sjøl (Bourdieu og Wacquant 1992).

Hvordan kan så disse begrepene anvendes til å forstå storforbrukere av kosmetikk, og sette det de driver med inn i en større samfunnsmessig kontekst? Et narrativ om unge kvinner som er svært

bevisst sitt forbruk av sminke, basert på Bourdieus begrepsramme kan se slik ut: fra en tidlig alder har kvinnene tatt opp i seg idealer og praksiser fra hjemmet og sitt generelle sosiale nærmiljø om hvordan man skal bruke sminke, hvordan man skal se ut i ulike sosiale sammenhenger, hva som utgjør en høy og lav standard av forbruk og hvor man sjøl bør befinne seg på en slik skala, hva slags assosiasjoner som er knytta til ulike «looker», hva som er ansett som attraktivt, hva som er akseptabelt og ikke akseptabelt, hva slags utseende som gir sosial status, samt kunnskap om bruken av sminken og selve praksisen. Innen man er i midten av 20-åra og har brukt mye sminke i opptil 10 år, er disse idealene og handlingsdisposisjonene en kroppsliggjort del av disse kvinnes habitus, identitet og personlighet. Man reflekterer relativt lite over hvorfor man velger å bruke sminke på ulike måter i ulike sosiale situasjoner, eller hvorfor man i det hele tatt bruker sminke daglig. De forklaringene og legitimeringene hun kommer med når hun blir spurt om hvorfor hun har den praksisen og gjør de tingene hun gjør, er også forankra i forståelsesrammer som har blitt inkorporert i habitus, og hun har ikke sjøl noe godt begrep om hvordan disse idealene og praksis har blitt en del av hennes habitus.

Det sentrale aspektet når man skal forstå *variasjon* i forbruk av sminke, ifølge Bourdieu, er altså kvinnes klassebakgrunn. I en kvalitativ analyse av storforbrukere må man se på utsagnene hun kommer med og de idealene hun forfekter i lys av hennes sosioøkonomiske status, altså hennes kulturelle kapital. En gjennomsnittlig kvinne fra de øvre sosiale lag vil typisk ha et fokus på et mer nedtona og distingvert uttrykk, og dyre merker. Hun vil markere avstand fra andre kvinner som har «for mye» og «smakløs» sminke. Kvinner med middelklassebakgrunn vil typisk ha et forbruk av litt billigere merker, men fortsatt ta avstand fra de aller billigste. Hun vil kanskje ikke være like fortrolige med dyre merker, og kanskje forsøke å tilnærme seg de samme idealene som overklassekvinnen lever etter, men uten å lykkes helt. Kvinner med arbeiderklassebakgrunn vil ha liten eller dårlig forståelse for den dempede, subtile smaken til overklassen, og ty til de billigste merkene, og et mer markant og eksplisitt uttrykk med sminken sin. Hun vil kanskje være noe mindre opptatt enn overklassekvinnen hva slags framtoning det er korrekt å ha i ulike sosiale settinger, og om å distansere seg fra andres smak. Som hos Goffman ser man at det er lett å trekke inn et kjønnsaspekt i en analyse basert på Bourdieus begreper. Bourdieu har skrevet en bok hvor han inkluderer et kjønnsperspektiv inn i sitt teoretiske prosjekt, som jeg vil hevde i stor grad er på linje med mer klassiske marxistisk-feministiske analyser av institusjonalisert mannlig dominans over kvinner, som i Jeffries (2005). Boka, *Den maskuline dominans* (2000a), redegjør for hvordan mannens dominans over kvinnen blir legitimert gjennom språket og ulike forestillinger, og hvordan dette opprettholder ideer om at forskjeller mellom menn og kvinner er naturlig gitt.

Jeg vil hevde at begrepet om habitus er svært allmenntilgjengelig og anvendelig, sjøl om man ikke nødvendigvis i like stor grad som Bourdieu ser på menneskers posisjon i klassestrukturen som det viktigste for å forstå deres handlinger. Begrepet gir mening sjøl når man tar høyde for andre syn på hva som er den primære påvirkningskraften på menneskers eksistensbetingelser, som for eksempel oppdragelse og foreldres personlighetstrekk, som hos Sigmund Freud. Andre eksempler kan være Karl Mannheims fokus på hvordan historiske hendelser og ulike oppvekstbetingelser for forskjellige generasjoner spiller inn på menneskers livsutfoldelse, samt forskere innenfor evolusjonsbiologien, som ser på genetiske og biologiske aspekter som det viktigste elementet for å forstå mennesker og de samfunnene de lever i. Alle disse faktorene vil kunne virke inn på det Bourdieu beskriver som de kroppsliggjorte disposisjonene mennesker bruker for å tolke og handle i den sosiale verden. Man trenger ikke godta Bourdieus grunnleggende forståelse av samfunnet som drevet av konflikt mellom ulike klasser for å kunne anvende habitusbegrepet til å forstå menneskelig handling. I analysekapittelet vil også habitusbegrepet bli brukt som mer generelt begrep om kroppsliggjorte kunnskap og holdninger, det at ens forståelse og grunnlag for handling ligger i underbevisstheten og får utløp i vaner. Jeg er åpen for at man kan se annetsteds enn hva slags jobb foreldrene har når man skal forstå hvorfor en person har en bestemt habitus.

2.5. De teoretiske hovedperspektivene

Det kan være naturlig å spørre hvorfor nettopp disse to klassikerne innenfor sosiologisk teori er valgt framfor nyere teoretiske perspektiver som er mer konkret retta inn mot å forklare de sosiale aspektene ved forbruk. Kanskje spesielt Goffman og symbolinteraksjonismens plass som det perspektivet som skal bidra til å forstå *individets* posisjon, kunne potensielt ha blitt gitt til for eksempel Bauman, som har forbruk som et gjennomgående tema i sin forståelse av individuell handling eller Giddens, som har stort fokus på individets identitetsskapende handlinger, og forankrer dette i en samtidsdiagnose som ikke nødvendigvis fokuserer på forbruk, men som i stor grad er kompatibel til å forstå forbruk som identitetsskapende og -bærende atferd. Kunne denne avhandlinga i større grad forholdt seg til dagens samfunn og mer konkret til forbruk hvis disse perspektivene hadde overtatt for Goffmans? Den primære årsaken til dette valget er at Bauman og Giddens teorier i for liten grad inneholder helt konkrete begrepsverktøy for å forstå menneskelig handling. De aktuelle bøkene til disse to framstår som samtidsdiagnoser med et høyt

abstraksjonsnivå, som i mindre grad viser tilbake til empiriske undersøkelser eller produserer helt konkrete og anvendbare verktøy for å forholde seg systematisk til menneskelig handling. Slike teorier egner seg godt til å få innsikt i strukturelle og kulturelle aspekter ved forbrukersamfunnet på makronivå, men er etter mitt skjønn ikke ideelle når man skal forske på enkeltforbrukere og forsøke å tolke deres refleksjoner rundt sin individuelle situasjon, sjølforståelse og handlinger. Analysene til Bauman og Giddens trekker typisk fram handlingsmønstre for å vise hvordan dette kan være symptomatisk for dagens samfunnsform og hvordan denne har forandra seg.

Det symbolinteraksjonistiske perspektivet inneholder i større grad konkrete begrepsverktøy for å forstå hvorfor mennesker gjør spesifikke handlinger, som er nødvendig når man skal forstå én persons sminkebruk. Begreper som inntrykkstyring og den generaliserte andre er mye mer anvendelige når man skal forsøke å sette seg i en persons motiver, sjølforståelse og sosiale praksis enn Baumans perspektiv om identitetskapning i det postmoderne forbrukersamfunnet eller Giddens begreper om det refleksive selvet. Slike teorier blir svært generelle og er i større grad opptatt av å forstå de større samfunnsstrukturene enn det som er målsetninga i dette prosjektet. Pierre Bourdieus teorier er naturligvis også svært opptatt av de større samfunnsstrukturene, men inneholder i tillegg et svært konkret og anvendelig begrepsapparat for hvordan disse strukturene henger sammen med individuell handling og sjølforståelse.

Hvordan kan Goffman og Bourdieus perspektiver forstås opp i mot hverandre? Forskjellene og likhetene disse to primæteoretiske perspektivene i mellom vil bli grundigere belyst i analysekapittelet. Her skal det kun kort oppsummeres de viktigste skillelinjene, med utgangspunkt i den utvalgte tematikken. Når man skal forstå et enkeltindivids bruk av sminke i et Bourdieusk perspektiv, er fokuset at både kvinnens skjønnhetsidealer og estetiske smak, forbrukspraksis og forståelse av kulturelle normer for bruk av sminke i ulike sosiale situasjoner er bundet til kvinnens habitus, som på sin side mer eller mindre er et produkt av hvor i samfunnets klassestruktur denne kvinnen er født inn. De idealene, handlingsdisposisjonene og praksisene som ligger i ens habitus kan plasseres inn i et *smakshierarki*, hvor en typisk overklassekvinnens habitus vil gi høyere sosial status enn en habitus fra et lavere samfunnslag. Dette gir også overklassekvinnen en fordel i mange sosiale situasjoner, hvor hun vil stå bedre rusta til å framstå på en måte som i takt med det som er kulturelt definert som et raffinert skjønnhetsideal.

Enkeltindividets forbruk av sminke sett med symbolinteraksjonistiske briller, forstås som at kvinnen har en bevissthet om hva menneskene rundt henne og det generelle sosiale miljøet hun befinner seg

i forventer av hennes framtoning. Hun veit, eller i det minste antar at konform atferd, altså det å innfri disse forventningene, vil føre til positive tilbakemeldinger, eller i det minste ikke føre til negative sanksjoner på eget utseende og framtoning. Å velge det konforme handlingsalternativet vil, ut i fra et slags rasjonelt-valg-innen-rammer-perspektiv, på kort sikt være det som gir mest «pay-off», det vil si at man opprettholder inntrykket av seg sjøl som en person som støtter opp under rådende idealer og normer om atferd og framtoning. Individet har altså, i dette perspektivet, en sterk bevissthet om hvilket inntrykk egen framtoning har på andre mennesker, og har et instrumentelt forhold til sin egen kropp, med det formål at andre skal oppfatte seg sjøl på en bestemt måte.

Hva sier dette så om individets frihet i forhold til føringer fra sosiale strukturer? Grovt sett kan man si at både Goffman og Bourdieu tar høyde for både aktive, handlende aktører og føringer fra samfunnet på individets handlinger, men at Goffman i størst grad ser den handlende, bevisste aktør der Bourdieu til sjuende og sist ser strukturenes sterke føringer på enkeltindividet. Strukturelementet er hos Bourdieu representert gjennom at habituser oppstår i relasjon til ens posisjon i strukturen, mens i Goffmans perspektiv er strukturen tilstede gjennom aktørens sterke bevissthet om normer og forventninger, og at det lønner seg å forholde seg konformt til disse. Aktørens bevisste handlinger kommer fram hos Bourdieu gjennom alle disposisjonene i habitus, mens i den dramaturgiske analysen er det opptil ethvert enkeltindivid å spille den rollen man ønsker at andre skal oppfatte en selv som. Synet på individet er ganske annerledes i disse to perspektivene. Mens habitusbegrepet forsøker å favne om hele identiteten og personligheten til et menneske, et altomfattende og holistisk syn på mennesket, impliserer det symbolinteraksjonistiske perspektivet et skille mellom den ytre fasaden og et mer autentisk indre selv, som bruker det ytre på en instrumentell måte for å oppnå det man vil. Mens Bourdieu, samt andre strukturalister som for eksempel Parsons, ser for seg at de sosiale normene for atferd er internalisert i aktørene, ser Goffman og Mead for seg at det indre selv er *bevisst* på disse forventningene. Man handler ut i fra disse uformelle reglene for atferd, men de er ikke internalisert og kroppsliggjort. Her ser vi altså et skille mellom *bevisstheten* hos aktøren i det dramaturgiske perspektivet og *ubevisstheten* som ligger i hvordan mennesker handler ut i fra disposisjonene som ligger i habitus.

3. Forskningsmetode

Med det formål å forankre en drøfting av problemstillinga i et empirisk materiale, har det i sammenheng med denne studien blitt gjennomført fem kvalitative forskningsintervjuer. I dette kapittelet beskrives grunnlaget for valg av metode, hvordan empiriinnsamlinga ble gjennomført og hvordan dette empiriske materialet har blitt bearbeida, og videre på hvilke premisser det skal analyseres i kapittel 4. Styrker og potensielle svakheter ved disse trinnene blir diskutert underveis, med forankring i metodisk litteratur.

3.1. Metodevalg: hvorfor kvalitative intervjuer?

Når man skal velge forskningsmetode må man begynne med spørsmålet om hva slags empiri man ønsker, med andre ord hva slags type informasjon man er ute etter, og deretter hvordan man innenfor rimelighetens grenser kan skaffe seg et slikt materiale. I dette tilfelle var den ønskede informasjonen enkeltpersoners refleksjoner rundt årsaker, drivkrefter og implikasjoner ved egen forbrukerpraksis, og da var det kvalitative forskningsintervjuet det naturlige valget. At informanter med sitt eget språk kan fortelle om sine daglige liv i forhold til sminke og hvordan de forstår og legitimerer egne valg i forhold til sosial påvirkning. Ved å få forbrukernes egne narrativ, begrunnelser og forklaringer samles det inn en empiri som er godt egna til å kunne tolkes ved hjelp av de teoretiske begrepene som ble presentert i det forrige kapittelet. Kvalitative forskningsintervjuer skaper empiri som gir rom for en subjektiv sjølpresentasjon fra informanten, hvor dybden i hva man kan tolke blir dypere enn ved et kvantitativt metodevalg. Samtidig kunne det også ha vært fruktbart og interessant å tilnærme seg forbruk av kosmetikk med andre metodiske hjelpemidler. En kvantitativ tilnærming kunne ha gitt muligheten til å se på omfang av og forskjeller i forbruksmønster innen befolkningen, og variasjoner og sammenhenger mellom forbruksmønster og ulike bakgrunnsvariabler som alder, yrke, utdanning osv. Men et slikt metodevalg vil ikke bli optimalt når man skal forske på enkeltindividers forståelse av sin egen sosiale praksis i hverdagen, som er målsetningen her.

Den kvalitative metoden gir mulighet til å fokusere på et begrensa antall individers handlingsmønstre og å prøve å forstå dem på en mer flerdimensjonal og sammenhengende måte enn man hadde hatt anledning til ved å kjøre regresjonsanalyser av et statistisk datasett. Men det finnes også ulike typer kvalitative data, og det finnes ulike måter å skaffe seg slike data. For eksempel

observasjon, som er noe som kunne ha gitt et interessant innblikk i den daglige praksisen til disse menneskene, og i supplement til intervjuer kunne det ha styrket det empiriske grunnlaget. Men å drive observasjon av informanter mens de sminker seg på sitt eget baderom, mens de kjøper sminke hos en forhandler eller prater om sminke med venninner, er det vanskelig å se at kan gjennomføres på noen vitenskapelig holdbare måter, ei heller generere noe fruktbart empirisk materiale. Et alternativ til det sistnevnte kunne ha vært gruppeintervjuer, men dette ville kanskje ikke ha vært et gunstig utgangspunkt hvis man skal få høre oppriktige svar på spørsmål om personlige anliggende som går på påvirkning fra sine nærmeste og ønsker om å bli likt og ansett som attraktiv osv. Nettbaserte intervjuer ble vurdert i en tidlig fase av prosjektet, men et vervingsforsøk retta mot et nettsamfunn dedikert til mote og sminke ga ingen resultater. Etter å ha overveid hva slags empiri som var ønskelig og hvordan dette best kunne skaffes, falt altså valget på å gjennomføre kvalitative intervjuer med en konsentrert gruppe informanter, med det formål å samle inn empiri som kunne bidra til å øke innsikten i disse kvinnenenes sminkepraksis og hvordan de sjøl setter det i kontekst med sitt eget sjølbilde og sosiale status, og sjøl oppfatter forventninger om sminkebruk i sine daglige liv.

3.2. Informanter og vervingsprosess

Det har blitt gjennomført intervjuer med fem kvinner i tjueårene, som enten anså seg sjøl som å ha et stort forbruk av sminke eller som å være over gjennomsnittlig interessert i sminke. I begynnelsen av prosjektet var kriteriene som ble satt for informantene mye snevrere, og det ble søkt mot mer «ekstreme» tilfeller, definert som kvinner mellom 20-22 som hadde et månedlig sminkeforbruk på over 2000 kroner. Denne summen ble definert som en høyt, men ikke helt uvanlig sum for forbruk av sminke, i samråd med en medstudent som i tillegg har deltidsjobb i sminkeavdelinga i en større klesbutikk. Det var et ønske om å fokusere på en relativt innsnevra gruppe av unge voksne, og valget falt på 20-22, siden man i denne alderen ofte etablerer seg i sin voksne identitet og kanskje begynner å få en viss sjølstendig kjøpekraft, samtidig som ungdommens gruppepress og identitetssøking muligens fortsatt gjør seg gjeldende eller er friskt i minne. Å forske på mindreårige ville ha komplisert arbeidet både i forhold til krav om samtykke fra foresatte og at forskningen da per definisjon ikke handler om voksne mennesker, og dermed må rettes inn mot teorier om barn og ungdom.

Men vervingsprosessen viste seg å bli mye mer krevende enn først antatt. Problemene og

utfordringene som oppsto involverte til en viss grad at forskerrollen og undertegnedes private liv ble sammenblanda. Verving ble forsøkt i eget sosialt nettverk, mens andre strategier på mange måter sto og falt på egne sosiale ferdigheter. På grunn av disse tingene vil deler av beskrivelsen av vervingsprosessen anta en litt annerledes og mer personlig litterær form en resten av denne teksten, siden det er svært vanskelig å beskrive denne prosessen uten å trekke inn subjektet, meg sjøl. I utgangspunktet er ikke en detaljert beskrivelse av vervingsprosessen nødvendig eller spesielt interessant. Grunnen til at det har blitt beskrevet forholdsvis grundig her, er fordi det kan belyse problemstillinga gjennom en beskrivelse av noen av reaksjonene som møtte meg i denne prosessen. I de første vervingsforsøkene, i vinter og vår 2009, ble det hengt opp flygeblader rundt omkring på universitetscampus, samt at en uformell email ble sendt ut til flere i undertegnedes vennekrets, hvor jeg lurte på om epostmottakerne visste om noen i sin egen vennekrets som innfridde disse informantkriteriene. Dette ga ingen positive svar, og etter å ha rådført meg med medstudenter, ble kriteriene for informanter utvida relativt kraftig. Jeg valgte å gå bort fra ideen om å oppsøke en snever, ekstrem brøkdell av kosmetikkforbrukere, og ville heller fokusere på dem som befant seg over gjennomsnittet forbruksmessig, og som sjøl oppfatta seg som svært interessert i sminke. Med dette siktes det mer mot det allmenne og utbredte, enn det svært snevre og marginale. I tillegg ble aldersbegrensninga utvida til 20-29. Grunnen til denne utvidelsen var delvis på grunn av mangelen på svar på vervingsforsøkene og delvis fordi andre medstudenter jeg rådførte meg med mente at kriteriene for det månedlige forbruket var altfor høyt. Samtidig appellerte det også mer å søke mot den mer generelle forbrukeren, enn den spesielle og ekstreme *stor*forbrukeren.

Etter denne justeringa meldte to informanter seg, forsommeren 2009. Begge meldte seg etter at jeg hadde møtt dem i en uformell sosial sammenheng hvor jeg fortalte om prosjektet. Intervjuene ble gjennomført i juni 2009. Etter dette oppløftende steget fram i prosjektet, viste det seg fortsatt svært krevende å verve flere informanter. En ny runde med forsøk på mobilisering av sosiale nettverk, opphenging av flygeblader på oppslagstavler, universitets- og høyskolecampuser, samt en prosjektbeskrivelse på et norsk moteforum med 20000 medlemmer ga ingen positiv respons. På dette tidspunktet begynte vervingsproblemet å sette en effektiv stopper for enhver videre progresjon i prosjektet. Korte korrespondanser ble innleda med en håndfull aktuelle kandidater som jeg hadde blitt satt i kontakt med gjennom mitt sosiale nettverk, men etter å ha blitt presentert for en grundigere prosjektbeskrivelse takka alle disse nei, med begrunnelser som antyda at sjøl om de innfridde kriteriene så framsto ikke dette som noe ønskelig prosjekt å delta i. I tillegg fikk jeg tilbakemelding fra flere av dem som hadde mottatt email om at de visste om flere av sine venner som kunne være aktuelle kandidater, men at de ikke turte å spørre, i frykt for å bli oppfatta som

frekke eller respektløse, som om det skulle innebære å «angi» dem eller antyde at disse aktuelle informantene brukte *for* mye sminke og var *for* opptatt av utseendet sitt.

Dette framsto i utgangspunktet som en utelukkende frustrerende bremsekloss på prosjektet, men brakte samtidig fram refleksjoner rundt mulige årsaker og implikasjoner ved denne vegringa mot å delta som informant eller å sende henvendelser til potensielle informanter om å delta. For det første gjorde det undertegnede mer bevisst på sin egen rolle som forsker og representant for prosjektet, og de kommunikasjonsutfordringene jeg sto ovenfor. For det andre så opplevdes problemene som en konsekvens av at det er noe tabubelagt ved det å prate åpent om at man har et høyt forbruk av sminke. Flere av dem som sa nei til å la seg intervjuet ga det inntrykket at de antok at intervjuets formål var å eksponere, eller til å med latterliggjøre dem som overfladiske eller i overkant opptatt av sitt eget utseende. Og det at flere ga uttrykk for at de ikke turte å spørre vennene sine, kan tolkes som at det ligger noe tabu og uavklart ved tematikken, noe man ikke snakker om. Det vil bryte med sosiale normer å trekke oppmerksomheten mot at ei venninne er svært opptatt av sminkebruk og derfor kan være aktuell for å være med i et forskningsprosjekt om unge kvinner med et høyt forbruk. Dette underbygde mistanken som ble beskrevet i innledningskapittelet, om at det finnes en slags tabubelagt gråsoner rundt symbolsk forbruk, og at det aspektet ved forbruket som har med sosial status og skjønnhetsidealer blir underspilt når man i det daglige prater om sitt sminkebruk. I det minste ovenfor en ukjent person som vil skrive en mastergradsavhandling om deg.

Én tolkning kan være at det å prate om temaer som er relatert til et eget ønske om å passe inn og bli likt, om å følge moter, om det å la seg påvirke av reklamer eller andre mennesker oppleves som ubehagelig, og ikke noe man ønsker å prate om med en fremmed. Å reflektere over og eksponere slike sider ved seg sjøl, vil nok av mange oppleves som en sårbar situasjon. Slike refleksjoner økte også bevisstheten rundt forskerrollen og de utfordringene som lå i å kommunisere ut til potensielle informanter at prosjektet ikke var ute etter å latterliggjøre eller kritisere dem, og det var fjernt fra mine intensjoner å gjøre intervjuet til en ubehagelig situasjon. Det var nødvendig å justere retorikken som fram til da hadde blitt brukt i vervingsskrivene. Sjøl om det hadde vært en bevissthet fra starten av om å unngå forutinntatthet og å framstå som dømmende, var dette kanskje ikke i stor nok grad tilstede i disse flygebladene og epostene. Formuleringer om at det ble søkt etter kvinner med «høyt» forbruk for å prate om «sammenhenger mellom sminkebruk og sosial status» og «påvirkning fra reklame og populærkultur» impliserer nok en kritisk og elevvert pekefinger som skal snakke om en av *dine* karaktersvakheter, som for mange kan ha framstått som lite inviterende.

Hvis man tar utgangspunkt i en goffmannsk forståelse av menneskers motiver for handlinger, ut i fra inntrykkstyringsbegrepet, kan man forstå det slik at de aller fleste mennesker søker å unngå sosiale situasjoner hvor man kan bli oppfatta som å inneha egenskaper som allment er ansett som lite flatterende, som for eksempel det å være overfladisk, lettpåvirkelig, å mangle en markant egen identitet eller å ha et sterkt ønske om å likt av andre mennesker. Én påstand kan være at dette står i kontrast til de individualistiske idealene som står sterkt i dagens vestlige samfunn, både kulturelt og strukturelt, jmf. for eksempel Ulrich Beck (Krange og Øia 2005). Hvis man tar utgangspunkt i en slik hypotese, er det forståelig at det ikke framstår som appellerende for aktuelle informanter å gå inn i en intervjusituasjon med en utenforstående som gjennom språkbruk som «høyt forbruk» og «sosial status» indikerer en viss kritisk tilnærming til tematikken. Det er også muligheter for at forutinntatte holdninger om sosiologer og «Dragvollere» generelt som «raddiser» og feminister som er ute etter å kritisere at unge kvinner blir pressa til å spille på utseendet sitt eller lignende, kan spille inn. Det kan også tenkes at hvis man leser et slikt vervingssskriv og plukker opp signaler om forutinntatthet, så velger man å la være å ta kontakt, fordi man antar at man ikke vil bli møtt med åpenhet og ikke trodd hvis man har en virkelighetsbeskrivelse som står i kontrast til de holdningene man oppfatter at den personen som har laget dette skrivet innehar.

Man skal være forsiktig med å konkludere at disse refleksjonene nødvendigvis tilsvarer det som faktisk førte til at et antall mennesker valgte å si nei til å bli med som informanter, men bevisstheten om kommunikasjonsutfordringene til prosjektet øke hvertfall betraktelig. I den tredje og siste fasen med vervingsframstøt, høsten 2009, var språkbruken mer åpen, oppløftende og ufarlig, med det ønske om å framstå som mer appellerende og mindre dømmende, og ikke som en invitasjon til å bli eksponert som et lett offer for markedskreftene. Som beskrevet i innledningskapittelet har ikke denne oppgava som mål å kritisere en aktør, men heller å vise hvordan strukturelle elementer setter rammer for handling og sjølførståelse. Men denne viktige forskjellen er ikke så lett å formulere i et kort skriv som skal fange potensielle informanternes oppmerksomhet. I stedet for å anvende et slags kritisk, akademisk språk med referanser til sosial status osv., lagde jeg en kort og lettfattelig tekst hvor «bevisste forbrukere» var ønsket til å dele erfaringer om sine forbruksvaner. På denne måten blir informanten myndiggjort og ikke patronisert, og intervjuet er fokusert på *hennes* erfaringer heller enn intervjuerens «kritiske agenda». I løpet av cirka én måned meldte det seg tre informanter, og intervjuene ble gjennomført i løpet av høsten.

3.3. Intervjuguiden

Intervjuene ble gjennomført på bakgrunn av en forholdsvis strukturert intervjuguide (se vedlegg 1), fordi mange av spørsmålene krevde en nøyaktig formulering for å unngå misforståelser. Det følte som en trygghet i intervjusituasjonen å ikke bare ha med seg et ark med stikkord, delvis på grunn av problematikken nevnt ovenfor om å framstå som forutinntatt eller kritisk. Samtidig var jeg også opptatt av at samtalen skulle ha flyt, og var åpen for å endre på rekkefølgen på temaene som skulle bli tatt opp, hvis det følte mer naturlig i samtalens gang. Disse fem intervjuene ble gjennomført over et tidsspenn på cirka sju måneder, men ingen justeringer ble gjort i intervjuguiden underveis i prosjektet, da den fungerte godt. Denne intervjuguiden var lagt opp etter fire hovedtemaer. Først *forbruksmønstre*, hvor informantene kunne prate om sine handlevaner, pengebruk, hvilke merker og butikker man handler i, med mer, før vi i andre del prata om *forbrukersosialisering og kilder til informasjon*. Her kunne informantene fortelle om hvor gammel hun var da hun begynte å bruke sminke, hvordan hun lærte det og fortsatt holder seg oppdatert i feltet. Deretter ba jeg informantene fortelle om sin *praksis*, sitt sminkebruk til daglig og hvordan de bruker det annerledes i ulike sosiale settinger. I fjerde og siste del var fokuset på *motivasjon og drivkrefter til å opprettholde et høyt forbruk*, som på mange måter er den mest interessante biten. Intervjuguiden var lagt opp slik at spørsmålene i de første delene var av relativt triviell art, slik at intervjuobjektene senka skuldrene og ikke følte at de trengte å komme i noen slags forsvarsposisjon, at de følte at de trengte å legitimere sine egne handlinger. De mer vanskelige og personlige spørsmålene om hvorfor man opprettholder et høyt forbruk av sminke kom til slutt, når informantene forhåpentligvis følte seg trygge på at jeg ikke var interessert i noen endimensjonal og kritisk forståelse av deres livsstil og sjølførståelse. I analysearbeidet av intervjuene ble jeg også oppmerksom på at dette førte til at informantene først forteller om hva de faktisk gjør, for så å til slutt bli bedt om å se seg sjøl utenfra og å beskrive om sin sjølførståelse, og at disse to beskrivelsene flere enn en gang ikke stemte helt overens med hverandre. Dette åpna altså opp for et innblikk i et interessant spenn i empirien.

3.4. Gjennomføring av intervjuene

Alle intervjuene ble gjennomført på campus på NTNU Dragvoll. De fleste intervjuene varte rundt førtifem minutter, og ble tatt opp ved hjelp av en digital lydopptaker, for seinere å bli transkribert. Alle informantene godtok heldigvis at intervjuet ble tatt opp på bånd, og det oppsto ingen

problematikk rundt dette hverken teknisk eller i forhold til selve intervjuene. Fordelen ved lydopptak er at intervjueren kan rette all sin oppmerksomhet på hva intervjuobjektet faktisk sier, og konsentrere seg om oppfølgingsspørsmål, istedet for å notere. Notater skrevet for hånd under intervjuet vil naturligvis ikke være i nærheten av å være like detaljrikt og korrekt gjengitt som en transkripsjon av et lydopptak. Og å stille kritiske oppfølgingsspørsmål og å etterprøve det informanten sier, er viktig for å få et godt kildemateriale man kan basere en analyse på.

Steinar Kvale (1997) peker på potensielle svakheter ved å ta opp et intervju på bånd, for deretter å transkribere det, spesielt hvis forskeren behandler dette som *faktisk* empiri, i stedet for en konstruksjon. Teksten med det transkriberte intervjuet er en gjenskapning to ledd unna det faktiske intervjuet, og muligheter for feilaktig gjengivelse og subjektiv tolkning fra den som transkriberer er tilstede. Lyden fanger ikke opp kroppspråk eller andre visuelle aspekter ved intervjusituasjonen, og transkripsjonen fanger ikke opp alle nyanser i tonefall og snakkemåte. Ved flere anledninger i disse intervjuene gestikulerte intervjuobjektene opp mot ansiktet sitt når de skulle fortelle om sitt sminkebruk, og når intervjuene ble transkribert noen uker etterpå var det vanskelig å huske eller høre på opptaket hva slags gestikuleringer dette var og hva de skulle bety. Lydkvaliteten på opptakene var heldigvis av svært god kvalitet, men cirka to til fem ganger per intervju var det ord og vendinger jeg ikke klarte å transkribere, på grunn av uklar tale, at intervjuobjektet eller jeg skifta på stolen og lignende, eller lydforstyrrelser fra omgivelsene. Slike ting underbygger at man må se på den empirien som ligger til grunn for analysen som konstruksjoner, og ikke som ufiltrert materiale som forskeren har henta inn fra den objektive verden. Men heller enn at slike forbehold skal svekke empiriens styrke, velger jeg heller å fokusere på at bevissthet rundt disse tingene minsker sjansen for at grove feil blir gjort i løpet av prosessen med å samle inn, bearbeide og analysere slik kvalitativ empiri.

Undertegnede sto selv for alle fasene av gjennomføringa av disse intervjuene, noe som både kan være en svakhet i form av at feil kan bli oversett, samtidig som et gjennomført singulært syn gjør at alle intervjuene har blitt gjennomført og bearbeida på samme premisser. Dette gjør det lettere å sammenligne de forskjellige intervjuene. I prosjekter hvor mange mennesker er involvert i alle ledd, vil det ofte oppstå ulikheter i intervjuteknikk og transkriberingsmetode (Kvale 1997), men samtidig kan det også føre til en viss fattighet på perspektiver. Prosjektet er innrapportert hos Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste, og er forpliktet både ovenfor denne parten og intervjuobjektene til å slette lydopptakene ved prosjektets slutt, samt at dette datamaterialet ikke skal brukes i noen annen sammenheng i framtida.

3.5. Etske problemstillinger

Når man ber mennesker fortelle om privatlivet sitt, sitt sjølbilde og sitt forhold til andre mennesker, for deretter å analysere dette i en akademisk tekst som i praksis kan leses av alle som oppsøker den, dukker det naturligvis opp etiske problemstillinger, primært knytta til å beskytte sensitiv informasjon om privatlivet til informanter og andre personer som blir nevnt i intervjuene. Svarene på spørsmålene som ble stilt om sjølbilde, om forhold til og syn på venner og bekjente, og om jobb og skole er alle personlige ting, som potensielt vil kunne misbrukes hvis det leses av noen av de omtalte tredjepartene eller andre som kjenner informanten. Det er derfor svært viktig at det anonymiseres den type informasjon i teksten som gjør informanten lett gjenkjennelig for mennesker som kjenner til henne, kanskje spesielt noe som knytter henne opp i mot arbeidsgivere. Ikke bare er det etisk riktig å anonymisere på rent forskningsmessig grunnlag, men intervjuene er også holdt på det premisset at all personlig informasjon skal anonymiseres. Når det er sagt, vil jeg hevde at relativt lite av det som ble sagt i disse intervjuene er av *svært* sensitiv karakter, som kan skade omdømmet til disse personene eller gjøre dem svært lett gjenkjennelige for dem som måtte lese den endelige teksten. Tematikken i denne teksten er da også i den store sammenhengen relativt harmløs, kontra det å intervju informanter som er knytta til for eksempel voldelige miljøer eller sensitive politiske saker, hvor det å røpe identiteten til sine informanter kan få alvorlige konsekvenser for vedkommende.

Anne Ryen (2006) peker på tre essensielle etiske aspekter ved kvalitativ samfunnsforskning. Det første er at de som blir forsket på har rett til å vite at de blir forsket på, hva tematikken bak denne forskning er og at de har rett til å trekke seg på et hvilket som helst tidspunkt i løpet av prosjektet. Siden metodevalget her er å gjennomføre forskningsintervjuer og ikke skjult observasjon, så blir ikke disse idealene problematiske å etterfølge i denne oppgaven. Det andre er at man opprettholder en konfidensialitet, og som vist i avsnittet over, så er dette et ideal jeg mener har blitt innfridd i denne studien. Det tredje er at man må være sannferdig ovenfor sine informanter, og at man forplikter seg til å gjengi den informasjonen man har fått fra dem på en korrekt og mest mulig objektiv måte. Hvis man ser bort fra muligheten for feilaktig gjengivelser av det som blir sagt i intervjuene, er det viktig at man ikke er spekulativ og villedende når man henter sitater fra intervjuene for bruk i analysen. Man forplikter seg til å vise et balansert bilde av det informanten har sagt, ikke å kun trekke fram det som passer best i forhold til en bestemt analytisk vinkling eller å trekke utsagn ut av kontekst.

3.6. Informantene

De fem informantene er alle kvinner i alderen 24 – 29 bosatt i Trondheim og alle er studenter. «Johanna» er i midten av tjuårene og kommer opprinnelig fra Oslo vest. Hun kommer fra en høyinntektsfamilie, og har etter eget utsagn vokst opp i et sosialt miljø med mye fokus på utseende og overflate. «Lena» er i andre halvdel av tjuåra og har i en årrekke jobba i en sminkebutikk. For henne henger den private interessen for sminke og rollen som ansatt i denne butikken nært sammen. «Gunhild» er også i slutten av tjuårene, og har nylig begynt å studere etter flere år i fast jobb. Johanna, Gunhild og Lena oppgir alle at de bruker cirka 10 000 kroner i året på sminke, som også må ses i sammenheng med at disse nok har en høyere kjøpekraft enn de to siste informantene «Marie» og «Marta». Johanna kommer fra en høyinntektsfamilie og Gunhild og Lena har begge hatt arbeid som sin hovedgeskjeft over flere år før de per i dag er studerende, og har muligens en annen økonomisk trygghet enn Marie og Marta som begge har studert på fulltid siden videregående og ikke har etablert seg i like stor grad. Både Gunhild og Lena er opptatt av kunnskapsaspektet ved sminkebruk, og anser seg sjøl som over gjennomsnittlig kunnskapsrike om det å kjøpe og anvende sminke på «riktig» måte. Gunhild har, som Lena, tilknytning til kosmetikkbransjen, gjennom en nær venninne som jobber fulltid som make-up artist, som vil si profesjonell sminkør.

«Marta» er 24 år og kommer opprinnelig fra et østeuropeisk land, men har bodd i Norge i en del år. Hun bruker mindre penger på sminke enn de andre informantene per måned, men anser det som sin største hobby og det er noe hun er svært opptatt av. Den femte informant «Marie» har et mer avslappa forhold til forbruk av sminke enn de fire andre informantene. Hun er i midten av tjuåra og fullfører en mastergrad ved NTNU Dragvoll. Hun meldte seg som informant fordi hun er bevisst på sosialt press og normer om sminkebruk, og ville dele sine erfaringer. Hun anslo sitt årlig forbruk på sminke til cirka fem tusen kroner. Både Lena, Gunhild og Marie kommer fra mellomstore tettsteder i den midtre landsdelen, men bor i Trondheim. Alle fem oppgir å komme fra hjem med foreldre som har høyere utdanning.

3.7. Vurdering av empiriens kvalitet

For at man skal kunne drive forskning basert rundt det å bygge et analytisk arbeid på innsamlede empiriske data, kreves det at denne innsamlingen og disse dataene opprettholder visse vitenskapelige standarder. Tove Thagaard (2003) nevner tre viktige aspekter når kvaliteten på

kvalitative data skal vurderes.

Troverdighet er noe man oppnår ved å gjennomføre innsamlingen på en tillitvekkende måte og være åpen med hvordan man har anskaffet seg disse dataene. Man kan ikke holde innsamling av kvalitative data til de samme objektive kriteriene som man kan med kvantitative data, så derfor er det viktig å redegjøre for de valgene man har tatt og argumentere for disse, slik at den kritiske leser kan se alle leddene i innsamlinga og sjøl vurdere dataenes troverdighet. Et viktig poeng er å skille mellom de faktiske innsamlede data og forskerens egne tolkninger av disse, at disse tingene ikke glir over i hverandre. Det er også viktig å vurdere forholdet mellom forsker og informant, og hvordan dette eventuelt kan påvirke empirien. Gjennom utstrakt bruk av direkte sitater i presentasjonen av empirien, for deretter å kontekstualisere det, blir skillet mellom faktisk empiri og egen tolkning klart i denne teksten. Åpenhet om valg og refleksjoner rundt problemer underveis er et viktig fokus i dette metodekapittelet, og jeg har forsøkt å reflektere over hvordan denne prosessen kan ha virket inn på produksjonene av denne empirien. Det finnes også refleksjoner rundt dette i kapittel 5.

Bekreftbarhet er knyttet til grunnlaget for tolkning og analyse av dataene. Det er viktig å forholde seg kritisk til egne tolkninger av empirien, og at dette ideelt sett skal kunne bekreftes av annen forskning. Man må hele tida undersøke eventuelle svakheter og brister ved egen tolkninger, og til enhver tid forankre tolkningene i den faktisk innsamlede empirien. Tolkningene kan ikke ha base i forskerens forutinntatte forståelse av hvordan verden fungerer, men skal kunne logisk ledes ut av dataene. Jeg har gjennom hele prosjektet forsøkt å bevisstgjøre meg sjøl på eventuelle egne fordommer eller forestillinger jeg har omkring denne tematikken, og vært påpasselig på at dette ikke skal få utløp i analysene uten at det har god forankring i eksisterende sosiologiske forklaringer og i empirien. Arbeidet med denne avhandlinga har vart i cirka to år, og analysene har blitt utviklet over lang tid. Alle hovedtrekkene i alle analyser og forklaringer som blir presentert i seinere kapitler har blitt diskutert med veileder og andre. Alle disse tingene vil jeg hevde at underbygger bekreftbarheten i mine tolkninger.

Et forskningsprosjekts *overførbarhet* handler om i hvor stor grad de funnene og konklusjonene man sitter igjen med etter at prosjektet er ferdig kan overføres til å si noe mer generelt om det feltet man har forska på. Man må reflektere over hvorvidt funnene og tolkningene man sitter igjen med har noe relevans utover å si noe om kun denne spesifikke gruppen av informanter. Hvorvidt mine egne funn og analytiske konklusjoner har noen overførbarhet til mer generelle aspekter ved det norske samfunnet, skal drøftes i avslutningskapittelet. Man kan stille spørsmål ved om fem informanter er

nok til å kunne trekke noen generelle slutninger om et case, og at empirien som fundament for en teoretisk analyse ville ha stått sterkere med et høyere antall intervjuede informanter. Hovedargumentet for at jeg er tilfreds med fem informanter er at jeg ikke nødvendigvis søker å *sammenligne* informantenes virkelighetsforståelser og praksiser med hverandre. Det er ikke mitt formål å skissere opp konkrete *typer* innenfor variasjonen i empirien. Thagaard (ibid.) peker på at antall informanter ikke bør være større enn at man klarer å gjennomføre en dyptpløyende analyse av det materialet man har samla inn, og det har vært mitt mål å kunne foreta grundige gjennomganger av intervjuene, for å stå bedre rusta til å kunne trekke fram implisitt informasjon. Det er tidkrevende å skulle vurdere alle slags type implikasjoner ved informantenes utsagn. Ved å kun ha fem informanter får jeg anledning til å foreta en grundigere analyse av hver enkelts sjølpresentasjon og virkelighetsoppfattelse. Til slutt vil jeg hevde at disse fem informantene i stor grad gir meg den mengden informasjon som trengs for å gjennomføre denne analysen, og jeg opplever det ikke slik at den bærer preg av å være fattig på empiriske perspektiver.

3.8. Å analysere kvalitativ empiri

Etter å ha gjennomført og transkribert fem intervjuer, var det foreløpige produktet fire timer med lydopptak og i underkant av hundre sider med ubearbeida transkripsjon. For å kunne behandle dette på en systematisk og formålstjenlig måte, innenfor visse tidsmessige rammer, må man ruste seg med en sterk metodisk bevisst. I første gjennomgang ble materialet koda ut i fra fire ulike temaer, innunder hovedtematikken fri handling kontra sosial påvirkning. Den første koden var utsagn hvor informanten forsvarte sitt eget forbruk, avviste påvirkning eller framstilte seg sjølv som hovedsakelig drevet av indre motiver, mens den andre koden var når informanten direkte eller indirekte vedgikk at ytre krefter eller ønske om tilpasning spilte inn på valg knytta til sminkebruk. Den tredje koden var når informanten sa noe som var interessant på en indirekte eller implisitt måte, og når det ble sagt ting som sto i kontrast til noe vedkommende hadde sagt annetsteds i intervjuet. For eksempel når man tidlig i intervjuet hadde implisert at man sminka seg ulikt når man skulle møte forskjellige vennegjenger, mens man seinere i intervjuet, ved direkte spørsmål, sa at man aldri bryr seg om hva andre mennesker forventer av ens eget utseende. Den fjerde kodinga var en restkategori, hvor de fleste utsagna som ble inkludert var ting som var direkte relevant for å belyse sammenhengen mellom empirien og teorien, for eksempel utsagn om sosial bakgrunn eller bevissthet om ulike roller man har i hverdagen.

Kvale (1997) peker på et essensielt skille i hvordan man tilnærmer seg analyse av kvalitativt materiale. Den første tilnærminga er å *beskrive*, utkrystallisere og komprimere de viktigste funnene i analysen, å hente fram betegnende sitater, peke på fellestrekk informantene mellom og beskrive noen generelle narrativer man har funnet i empirien. Det går altså ut på å sortere, kategorisere og hente fram det man anser som viktig og interessant i den i utgangspunktet uoversiktlige empirien. Den andre tilnærminga er å gå lengre enn å beskrive og sammenfatte funn, og forsøke å *tolke* meningen i disse utvalgte og betegnende sitatene fra intervjuene. Meningstolkning innebærer en dypere og mer spekulativ tolkning av teksten enn den foregående metoden. Heller enn å nøye seg med å presentere de viktigste funnene fra empirien, søker man, gjennom aktiv bruk av teori, å rekontekstualisere informantenes uttalelser. Man trekker ut viktige uttalelser fra intervjuene, for deretter å tolke dem ut i fra teoretiske perspektiver og egne refleksjoner. Man går dypere enn det som blir direkte uttalt og utarbeider meningsrelasjoner som ikke er umiddelbart synlige i teksten. Kvale (1997) peker på at i en slik aktivt tolkende analyse er det viktig å holde et stramt fokus, og være seg svært bevisst på være konsistent og klar i språk- og begrepsbruk.

Den analytiske tilnærmingen i denne oppgaven vil ligge på meningstolkning, men samtidig forutsetter dette også at man i første omgang foretar en sammenfattende beskrivelse av empirien, hvor man henter fram viktige sitater. Med andre ord må man beskrive før man kan tolke. Beskrivelsen er basert på en selektiv utvelgelse av sitater som er relevante for å belyse hvordan informantene ser seg sjøl i forhold til problematikken som er beskrevet i problemstillinga. Ser man seg sjøl som en fritt handlende aktør eller er sosial påvirkning en viktig faktor når man skal beskrive sitt eget forbruk og sminkebruk. I den første delen av analysekapittelet blir det trekt fram en rekke sitater som er betegnende og interessante ut i fra denne tematikken. I den andre delen vil disse utsagnene bli satt inn i en kontekst ved hjelp av de ulike forklaringene, narrative og begrepene som teorien bidrar med. Til slutt diskuteres disse teoretiske perspektivenes ulike forklaringer nærmere, med utgangspunkt i empirien, og muligheten for å kombinere de ulike perspektivene blir utforska. Teoriens rolle i analysekapittelene er å bidra med systematisk tenkning når jeg skal tolke empirien og det å ha flere perspektiver bidrar til å kunne se informantenes uttalelser fra forskjellige synsvinkler og deretter kunne diskutere problemstillinga ut i fra dette. Disse to hovedteoriens karakter er av det Nicos Mouzelis (1995) kaller *teorier som begrepsrammer*, i motsetning til *substansielle teorier*. Substansielle teorier er den typen teorier som sier noe helt konkret om den sosiale virkeligheten, som mer eller mindre postulerer lovmessigheter, og som derfor kan etterprøves empirisk. Et eksempel er påstanden om at to demokratier aldri vil gå til krig mot

hverandre, som vil bli motbevist om nettopp dette skulle skje (Sohlberg & Sohlberg 2001). Men det er ikke dermed sagt at innsikten om sammenhengen mellom demokratiske styreformer og krigføring er uinteressant. Innsikten vil fortsatt være nyttig som et teoretisk verktøy, som er det viktigste aspektet ved det Mouzelis kaller teorier som begrepsrammer. Formålet med slike teorier er hovedsakelig ment å være verktøy til systematisk tenkning rundt sosiale fenomener, for å skape fokus for forskning. En slik begrepsramme kan ikke være sann eller falsk, den kan bare være fruktbar eller ikke fruktbar (Sohlberg & Sohlberg 2001). Mouzelis trekker fram Bourdieus habitusbegrep som nettopp noe som må oppfattes som et verktøy for å forstå og forklare sosiale fenomener, og ikke som noe som primært søker å avspeile virkeligheten på en mest mulig korrekt måte, og det samme kan nok sies å gjelde Goffman. *Vårt rollespill til daglig* (1992) baserer seg på en gjennomgripende metafor. Verden er *som* en scene, og man kan oppnå fruktbar innsikt i hvordan mennesker forholder seg til sosiale situasjoner i sitt daglige liv ved å ha denne metaforen i bakhodet. Teoriens formål i denne teksten er ikke å predikere innholdet i empirien, og det er heller ikke noe mål at empirien skal falsifisere hypoteser som ligger i teoriene. Målet er å bruke teorien til å tenke systematisk og helhetlig når man begir seg ut på den i utgangspunktet kaotiske prosessen det er å analysere et kvalitativt datamateriale.

4. Presentasjon av empiri

4.1. Innledning

I dette kapittelet presenteres empirien gjennom en deskriptiv analytisk form, hvor sitater fra intervjuene presenteres, kommenteres og settes inn i en kontekst. Det trekkes fram spesielt interessante sitater, som er valgt ut fordi de på gode måter belyser problemstillinga og er representative for generelle tendenser i empirien. Det viktigste kriteriet for utvelgelse er at det sier noe interessant om hvordan informantene ser på og omtaler sitt eget sminkebruk i forhold til en fri, utøvende vilje og påvirkning fra samfunnet rundt dem. Det overordna prinsippet for kronologien i presentasjonen av ulike typer interessante sitater, er at det først skal trekkes fram utsagn som belyser hovedtematikken om autonome handlinger kontra ytre påvirkning og ønsker om å passe inn, før det deretter er de teoretiske perspektivene som er det organiserende prinsippet. Med utgangspunkt i denne tekstens gjennomgående teoretiske skille mellom Goffman og Bourdieu trekkes det fram sitater som henholdsvis går på bevissthet rundt normer og det å seg sjøl utenfra, og deretter utsagn som går på smak og idealer informantene setter for seg sjøl eller andre. Dette organiserende prinsippet fører også til at informantenes egne refleksjoner over tematikken, deres eksplisitte svar på de viktigste spørsmålene kommer først, mens det i den andre halvdelens fokuseres mer på hva som ligger implisitt i ulike utsagn og hva slags budskap som på subtile måter kommer fram når informantene forteller om sin sminkebruk. For eksempel sier flere av informantene at de ikke lar seg påvirke og at bekreftelse fra andre ikke er viktig når de blir spurt direkte, mens annetsteds i intervjuet blir det motsatte indikert. Drøfting av dette skillet mellom bevisst reflektering og mer implisitt informasjon i utsagn vil være en essensiell del av kommentarene som kommer underveis i denne presentasjonen av empirien. Dette kan ses i lys av begrepene om inntrykkstyring og Bourdieus epistemologiske brudd, som skal drøftes i kapittel 5.

4.2. Å forstå seg sjøl som autonom

I alle disse fem intervjuene kommer det fram uttalelser som understreker det *individuelle* og *uavhengige* i informantenes valg angående sminkebruk. De fleste av disse utsagnene kom som svar på direkte spørsmål om hvorvidt man ser seg sjøl som fri og uavhengig i sine valg eller om man lar seg påvirke av samfunnet rundt seg. Gunhild er den som klarest fremhever i sitt intervju at grunnen til at hun er opptatt av sminke ikke har noe med sitt forhold til andre mennesker å gjøre. Hun

understreker flere ganger i løpet av intervjuet at hun sminker seg fordi hun sjøl opplever det som en givende og meningsfull aktivitet, og at andre menneskers formening om hvordan hun ser ut og hvor mye penger hun bruker på det, ikke er noe hun bryr seg om.

«Hvis jeg skal sminke meg og gå ut, så vil jeg lissom ha fram den crazy sida av meg. Er ikke så opptatt av...jeg gir jo egentlig faen i hva alle andre syns, så lenge jeg syns det er kult [...] Jeg personlig, jeg pynter meg jo for min egen del. For at jeg skal føle meg vel.»

Hun sier også eksplisitt at ytre press aldri har vært noe hun har latt styre eller påvirke sine handlinger, og ikke bare i forhold til sminke. Gunhild avviser kategorisk under hele intervjuet at hun har «den andre» i bevisstheten når hun sminker seg eller at det å skulle passe inn eller bli likt kan være noen slags motivasjonsfaktor for å opprettholde en sterk interesse og et høyt forbruk av sminke. Dette poenget kommer fram mange ganger i løpet av hennes intervju, i flere ulike kontekster.

«På butikken, og hva andre folk tenker... [Du] vil jo selvfølgelig prøve å ta deg ut, men hvis jeg går uten sminke en dag til butikken, så gjør det meg ingenting, fordi at det er jeg ikke dem jeg pynter meg for, det er jo liksom på en måte...de kjenner meg jo ikke.»

Gunhild kan sies å være svært bevisst på nettopp det at hun ikke sminker seg for å tekkes andre, men for at det har en verdi for henne personlig, som ikke er knytta til bekreftelse fra andre mennesker. Hun er tilsynelatende klar over at andre har bestemte forventninger til hennes utseende i ulike sammenhenger, men ser på sine valg som uavhengige av slike forventninger. Utsagnet «man vil jo selvfølgelig prøve å ta seg bra ut» kan muligens tolkes i retning av at hun ønsker å etterleve et ideal, men det blir ikke spesifisert i denne sammenhengen hvem som har satt dette idealet. Marta trekker også fram egenverdien og det ikke-sosiale aspektet som den viktigste grunnen til at hun er opptatt av sminke. For Marta er det gøy, en kreativ utfoldelse og selve prosessen i å ta på seg og eksperimentere med ulike typer sminke som blir trukket fram.

«Jeg sminker meg fordi jeg syns det er gøy å sminke meg. Men jeg prøver ikke å vise meg frem, «å herregud, se hvor pen jeg er» fordi jeg sminker meg, det går ikke ut på det i det hele tatt.»

Marta ser på sminking som en hobby, noe hun selv får glede av å holde på med, uavhengig av

hvordan andre oppfatter henne. Hun tar avstand fra og delvis latterliggjør det å skulle pynte seg for at andre mennesker skal gi henne bekræftelse. Hun understreker egenverdien i det å sminke seg, at det er en meningsfull aktivitet som henter verdien sin i et annet grunnlag enn at andre mennesker skal se henne på en bestemt måte. Samtidig er hun er bevisst på det sosiale tilpasningsperspektivet og forventningspresset rundt sminkebruk, men definerer sitt eget bruk i et motsetningsforhold til til «de andre[s]», inneforstått dem som sminker seg på grunn av sosialt press:

«Men jeg føler noen ganger at jeg er litt annerledes enn de fleste jentene her[i Norge], fordi de andre bruker sminke for å bli penere, fordi det er en forventning om at man skal sminke seg når man er 16-17, eller når man er 22, samme det. Men jeg gjorde det av helt andre grunner. Jeg prøvde ikke å bli penere, eller at folk skal se på meg, det er fordi jeg liker det rett og slett, det er hobbyen min.»

At Marta føler en annerledeshet i forhold til jenter som har levd hele sitt liv i Norge, med henhold til sminkebruk, er svært interessant, samtidig som det til dels faller utenfor rammene til denne avhandlinga å skulle utforske dette grundig. I denne sammenhengen ser Marta på denne annerledesheten som en kilde til egen individualisme, at hun er annerledes og særegen, der andre kanskje føyer seg etter de forventningene som blir stilt. Ved å ha vokst opp i en annet land ser hun den norske kulturen for sminkebruk fra utsiden, og hun tar avstand fra dem som følger disse normative påbudene for sminkebruk som gjelder i Norge, ved å si at det handler om skjønnhetsidealer og sminkepress, mens hennes eget bruk ikke er knytta til slike ytre faktorer.

Både Johanna og Lena referer til et sterkt *indre* ideal som en viktig faktor når de skal forklare hvorfor de sminker seg. Isteden for å se sitt eget bruk i sammenheng med forventninger de oppfatter at andre mennesker setter til dem, refereres det til en sjølpålagt og internalisert standard for hvordan man bør se ut i ulike sammenhenger, som man vil oppleve et slags ubehag ved å bryte.

«Johanna: Det er ikke det at jeg egentlig bryr meg så fælt om hva andre syns, det er bare det at jeg bryr meg veldig om hva jeg syns selv...om meg selv.»

«Lena: Jeg veit jo hvordan jeg har lyst til å se ut, og jeg har lyst til at make-upen skal matche det jeg har på meg og så videre. Så man blir jo veldig bevisst, sånn sett da...og selv om det er mørkt på utestedene så...jeg ser det [hvis det ikke er som det skal]. Jeg pleier alltid å si til folk at jeg driter i hva andre ser, så lenge jeg ser det selv.»

Lena og Johanna forstår sitt eget bruk av sminke som som autonomt og relatert til en indre drivkraft hos seg sjøl, og ikke til forventinger eller føringer fra noen andre mennesker. Denne indre drivkraften får utløp gjennom et sterkt ideal man er svært opptatt av å etterleve, som på mange måter fungerer på samme måte som ytre forventinger og normer, bare at den kommer innenfra. Å bryte disse forventningene vil føre til uønskede sanksjoner, i dette tilfelle et ubehag og mangel på tilfredshet med seg sjøl og hvordan man ser ut.

4.3. Sosial og strukturell påvirkning

Ved direkte spørsmål svarer informantene på ulike måter altså at de ser på seg sjøl som uavhengige i mye større grad enn som påvirka fra ytre føringer. Men i dette empiriske materialet ligger det også en tvetydighet, diskrepans eller sjølmotsigelse, alt ettersom hvordan man velger å se det. Den fornektelse av sosial påvirkning man finner i sitatene ovenfor blir på ulike måter undergravd eller motsagt i andre deler av intervjuene, hvor fokuset er på andre temaer enn helt konkret på informantens individualitet. Disse vedkjennelsene av viktigheten av ytre påvirkning og andres bekreftelse kommer fram både i form av implisitte budskap, men også mer eller mindre som eksplisitte innrømmelser. Samtidig som Marta framhever hobbyaspektet og egenverdien ved sminkebruken, forteller hun også at hun har en helt annen tilnærming til sminkebruk og klær i Norge enn når hun er i sitt hjemland.

«Jeg har forandra meg litt utseendemessig, når det gjelder klær da, siden jeg flytta til Norge. Her er det veldig populært i Norge å gå med joggebukse, det er normalt å gå med gummistøvler. Det ville jeg aldri gjort i [hjemlandet], å gå på butikken med joggebukse og gummistøvler, det ville jeg aldri gjort, jeg ville aldri gått ut helt uten sminke, det gjør jeg i Norge, veldig ofte. [...] Man må tilpasse seg, rett og slett, til samfunnet. Fordi det er det som er normalt i Norge.»

I denne sammenhengen brukte Marta et eksempel med klær, men siden dette blir nevnt i konteksten av et spørsmål om sminkebruk, kan man anta hun har den samme tilnærminga til sminke. Og sminkebruk blir jo også kort nevnt i dette sitatet. Hvis Marta «aldri ville gått helt uten sminke» i hjemlandet, men gjerne gjør dette i Norge, så er det ikke i overensstemmelse med utsagnene fra

forrige underkapittel, hvor hun understreka at hvordan andre mennesker ser på henne og prøver å påvirke henne, ikke har noen å si for hennes sminkebruk. Denne uoverensstemmelsen kan tolkes både som en ubevisst sjølmotsigelse i informantens personlighet eller et resultat av at informanten har et ønske om å framstå som individualistisk og uavhengig, og derfor trekker fram et slikt syn på seg sjøl når hun blir spurt direkte. En tredje tolkning kan være at det dreier seg om en misforståelse eller at undertegnede feiltolker informanten. Det er mulig at den primære verdien sminkinga har for Marta er det hun opplever når hun står foran speilet og tar på seg ulike typer sminke, at det er dette som er det mest meningsfulle aspektet, uten at det nødvendigvis trenger å bety at hun er helt immun mot andre menneskers dømmende blikk. En siste måte å se disse utsagnene på, kan være at de signalene en kvinne sender ut ved å se ut på bestemte måter betyr ulike ting i ulike sosiale kontekster, som for eksempel i ulike land. Hvis man tar utgangspunkt i et individualistisk menneskesyn, så uttrykker mennesker seg gjennom forbruket sitt. Og for å uttrykke noe, fordrer det at finnes et språk av tegn som potensielle mottakere kan forstå. Kanskje det å tilpasse atferden og utseendet sitt ikke trenger å ses på som at man tilpasser seg rolleforventninger, men at man beveger seg i ulike kontekster hvor det finnes ulike språk av tegn?

«Jeg har noen venninner, og vi holder sammen veldig ofte. De bruker aldri sminke, de er så veldig for å ha det mest naturlig, og der føler jeg meg noen ganger som «hm, passer jeg her eller?», fordi jeg bruker sminke. Men samtidig, når jeg er med dem så blir jeg litt påvirka, så bruker jeg mye mindre sminke, fordi de andre ikke gjør det. Men når jeg er for eksempel med mine venner [fra hjemlandet], de fleste bruker sminke der, det er en normal ting å gjøre det der og vi bruker mye mer sminke der. Da bruker jeg like mye sminke som vanligvis, så det er helt sant at de man omgås med har litt å si. [...] I [hjemlandet] kler jeg meg mye penere, mye mer elegant og bruker sminke. »

I dette sitatet er den en rekke indirekte vedkjennelser av at andre menneskers bekreftelser er en naturlig del av motivasjonen å ha på seg sminke i sosiale sammenhenger. Hun har et mer dempa sminkeuttrykk i sin norske vennegjeng, og at hun skiller seg negativt ut hvis hun sminker seg slik hun ville ha gjort det i sitt hjemland. Men dette uttrykket er mer «normalt» i hjemlandet, og dermed ikke gitt henne slike negative sanksjoner fra andre eller følelse av å ikke passe inn. Hun vedkjenner at å ikke passe inn med dem man omgås med er ubehagelig, og at hun er villig til å tilpasse seg det som er normalt for å unngå denne ubehageligheten. I sammenheng med at hun fortalte om forholdet mellom kjønnene i hennes ungdomsskoleklasse, på den tida hun begynte å sminke seg, sier hun:

«Jeg har ikke sminka meg for å tiltrekke andre personer, som skulle se på meg. Jeg ville helst være en av de til søsteren min, være i gjengen hennes, det var det som var det viktigste for meg på den tida da.»

Dette paradokset som går gjennom hele dette empiriske materialet om å samtidig benekte og bekrefte at andres forventninger spiller inn på ens valg av sminkebruk, kommer interessant fram i denne setningen. Først tar Marta klart avstand fra tanken om at hun begynte å bruke sminke for å tiltrekke seg guttene i klassen sin, før hun vedgår at å passe inn i storesøsteren sin gjeng var et viktig element. Man kan nok anta at dette er et utslag av at informantene ikke har et like svart-hvitt skille mellom påvirkning og uavhengighet som denne teksten har antatt så langt. Marie vegrer seg tilsynelatende mindre enn de andre informantene for å innrømme at hun blir påvirket utenfra til å handle på bestemte måter, og hun utviser muligens en litt mindre grad av bevissthet rundt press og uavhengighet enn for eksempel Gunhild. På spørsmål om hun opplever det slik at det er helt konkrete kvalitetsforskjeller på dyre og billigere merker, svarer Marie;

«Du blir jo sikkert litt påvirket av merket, og sånne ting, at «det her er mye bedre», mens du sikkert får ting som er like bra, som ikke har noe kjent merke. [...] I de her motebladene så er det ofte tips om hvordan du skal bruke det, altså...de kan jo for eksempel ha bilde av en modell og så står hvordan du skal gjøre for å få den her sminken. Og da står det ofte hva slags merke som brukes, så de reklamerer jo på en måte bladet og da. Så det er klart, en blir jo kanskje påvirket, og det som er med de bladene, det er at, som du nevnte tidligere, over halvparten nesten er jo reklame. Så det skal jo godt gjøres å ikke bli påvirket når du leser dem.»

Her beskrives påvirkning på egne valg i forholdsvis uproblematisk termer, og et utsagn som «det skal godt gjøres å ikke bli påvirket» blir sagt uten noen retoriske forsvarsmekanismer for å beskytte sin egen individualitet eller å distansere seg fra ytre føringer. Mens andre av informantene åpenbart er skeptiske til å se på seg sjøl som påvirket, er Marie mer komfortabel med å ta i bruk dette ordet. Hun beskriver også bevissthet om sosial kontroll, og innrømmelser om at det ikke er lett å stå i mot den, spesielt når hun er hjemme i småbyen hun har vokst opp i. Når hun blir spurt om hun føler noe press fra sitt sosiale nærmiljø om å se ut på en bestemt måte, svarer Marie følgende:

«Nei, ikke av de vennegjengene jeg har nå. Men det er kanskje litt sånn når du kommer hjem da...(ler) det er ikke nødvendigvis at jeg føler at jeg må sminke meg sånn og sånn, og ha de

og de klærne, men [hjemstedet] er en by som er veldig, altså...det blir så mye snakka om alt, så jeg tror kanskje det henger litt igjen derifra da. Man skal ha det og det, og man skal være sånn og sånn.»

Igjen vedkjenner Marie at mekanismer for sosial kontroll og påvirkning er noe unngåelig, og noe hun forholdsvis uproblematisk kan vedkjenne at hun ikke er immun mot. Lena er også åpen om at hun blir påvirket av venninnene sine, i den forstand at hun kan etterape dem som er flinke til å sminke seg, og spør hva slags produkter de bruker og hvordan de bruker dem. I denne sammenhengen blir nok ordet «påvirke» brukt på en annerledes måte, som i mindre grad impliserer at hun føyer seg etter føringer fra ytre hold. Hun bruker ordet på en måte som ikke impliserer at hun gir etter for sosialt press, men som at hun oppfatter andres sminkebruk som noe hun sjøl har lyst til å anvende seg av.

«Lena: Alle lar seg påvirke [...] Jeg lar meg virkelig påvirke av andre, for hvis jeg ser noe som er veldig fint på noen andre, da prøver jeg det. Jeg har ingen forventninger om at det skal se like bra ut på meg, men man blir nysgjerrig. [...] Jeg får lyst til å prøve det, og se om det ser bra ut»

I et annet sitat sier Lena at hun begynte å bli interessert i sminke på videregående når hun så «hvor pene» de andre jentene i klasse kunne bli når de hadde sminka seg. På samme måte som sitatet over kan dette også forstås som noe annet enn å tilpasse seg forventninger. Lena oppfatter det slik at hun ser atferd hos andre som hun sjøl oppfatter som attråverdige, og dermed innlemmer det samme i sin egen atferd. Dette er en mye mer individualistisk og myndiggjort måte å forstå det å ta etter andre i sin atferd enn det litt mer underkastede som ligger i de teoretiske perspektivene som har blitt presentert i denne avhandlinga. Lena utfordrer med det et av premissene i denne analysen, nemlig det at å tilpasse sin sminkebruk til ulike sosiale situasjoner innebærer en inntrykkstyring, basert på et ønske om aksept og bekreftelse fra andre mennesker. Lena beskriver åpent at hun tilpasser bruken sin til ulike situasjoner, men har en helt annen forståelse av dette enn at det dreier seg om en søken etter aksept og bekreftelse. I hennes øyne innebærer ikke dette at hun er noe slags offer for ytre påvirkning som finner retningslinjer for egen atferd i andres forventninger. Lena sier:

«Hvis jeg skal på et vorspiel, så klart, da vil man jo se bra ut. Du vil jo gi et bra førsteinntrykk, fordi det er det folk kommer til å huske av deg. Også...så klart kommer det an på hvor jeg skal. [...] Man må være veldig situasjonstilpassende. [...] Du vil jo se bra ut, og

det kommer helt an på hvor du skal og. Hvis du skal ut og spise middag, så trenger du ikke all den der stive kveldsmakeupen heller...så altså...det er ikke bare jeg. Folk som bruker mye makeup og har kjennskap til produktene er veldig situasjonstilpassende, for hva som egner seg hvor, til ulike årstider også videre.»

For Lena innebærer dette en slags tilpasningsdyktighet, som er basert i en god forståelse av sminkebruk, en praksis hun føler hun mestrer. Hun har et stort register å spille på om hva som «ser bra ut» i ulike sosiale og fysiske miljøer. Dette er noe hun behersker godt, og det er en kilde til stolthet. Det er fortsatt innenfor det som kan kalles inntrykkstyring, men for Lena dreier det som ikke om å gjøre noe som går på tvers av det hun sjøl vil eller å følge andre menneskers vilje for å unngå negative sanksjoner, men å praktisere en sosial ferdighet hun føler seg trygg på og bygger deler av sin sosiale identitet rundt. Ved å ha denne typen inngående kunnskap til sminkebruk, får man et register å spille som gjør at man får frihet til å velge hvordan man vil framstå, og dette er noe hun opplever som en fordel for henne i sosiale sammenhenger. Samtidig kan det også ses på som et slags kappløp man er nødt til å holde tritt med, «det er ikke bare [henne]».

4.4. Sminkebruk og sjølbilde

Sminke utgjør en viktig og høyt tilstedeværende del av disse informantenes liv, og dette kommer til uttrykk på ulike måter. Å ha på seg sminke er en forutsetning for å kunne føle seg vel når man inngår i sosiale møter og det er noe man anser som en naturlig del av sin identitet. Men dette blir beskrevet både som noe positivt, som hos Lena over, og samtidig i mer tvetydige eller negative termer hos andre. I disse sitatene fra Johanna kommer det fram et litt ambivalent syn flere av informantene har på forholdet mellom sitt eget forbruk og sjølbilde.

«Jeg hadde sikkert gjort det, bare fordi jeg føler meg mye mer vel, og jeg føler at jeg blir mye mer omgjengelig når jeg føler meg vel, så da...så jeg tror nok jeg ville gjort det uansett.»

Det ovennevnte er svaret på på spørsmål på hun ville ha fortsatt å sminke seg daglig hvis hun istedet for å syntes det var en fin aktivitet heller hadde syntes det var kjedelig. Hun sier at det å ha på seg sminke er direkte knytta til hennes sjølfølelse, og at hun føler seg bedra rusta og mer komfortabel i

sosiale situasjoner når denne utseenderelaterte sjølfølelsen er god. Dette sa hun da hun prata om hva slags settinger hun føler det komfortabelt å befinne seg i uten å ha på seg sminke:

«Kanskje hvis jeg er ute med båten eller...med samboeren på hytta. Men ellers nei. Jeg føler meg mye bedre med sminke. [...]Jeg kan godt gå til butikken uten sminke, egentlig, selv om jeg sjelden gjør det. Og sammen med familie og samboer og sånn, så har det ikke så mye å si, men...jeg vet ikke, jeg føler bare at...jeg føler at jeg blir mye mer vel med en gang jeg får på meg sminke, og jeg ser mer våken ut når jeg ser på meg selv i speilet.»

«Når jeg møter meg selv i speilet...det at jeg ser en våken og frisk jente, som ikke er...spesielt da om vinteren, når du lissom er sånn gjennomsiktig i ansiktet, fordi du er så blek, også...jeg våkner mer og blir mer glad når jeg ser meg selv i speilet og ser...en jente som jeg synes ser bra ut da.»

For Johanna blir det å ha på seg sminke en helt essensiell ting hun må gå gjennom før hun kan gå ut døra og møte omverdenen. Hun kan klarer ikke å være «positiv til [s]eg selv når [hun] ikke bruker sminke». Disse utsagnene reflekterer helt klart en stor grad av sjølbekymring, en dualitet mellom hennes indre og ytre *selv*, som blir poengtert gjennom å reflektere over å se seg sjøl i speilet. Hennes ytre *selv* må bearbeides til å passe med sitt indre bilde før hun kan være tilfreds nok med seg sjøl til å møte andre mennesker, til og med i i nesten «ikke-sosiale» situasjoner føles det bedre med sminke. Når hun omtaler dette, bærer det ikke preg av et instrumentelt og kalkulert språk, men en sterk internalisering, som hun til en viss grad føler seg maktesløs over. Her kan vi nok se at det sterke indre idealet som ble omtalt ovenfor, ikke nødvendigvis innebærer noen uavhengighet i handlinger. Når hun blir møtt med et speilbilde av seg sjøl som ikke innfrir idealet, så føler hun seg ute av balanse, noe som bare kan rettes opp av hun tar på seg sminke. Gunhild beskriver på en lignende måte at hun føler seg mye bedre med seg sjøl når hun har på seg sminke:

«Siden jeg var veldig ung, så har jeg vært interessert i make-up, og det har blitt en så...viktig del av at jeg skal være, på en måte, lykkelig da. Jeg blir jo lykkelig av det. [...] Sånn generelt, så tror jeg nok jeg...sminker meg mer enn gjennomsnittet da, bare for å gå på skolen. Men for meg så gjør det at jeg føler meg fresh, hvis ikke jeg har sminke på meg, sovner jeg jo.»

På samme måte som hos Lena ser vi at Gunhild finner en positiv sjølfølelse i det å bruke sminke, at

man er mer komfortabel med seg sjøl i sosiale situasjoner når man har pynta seg. I et annet sitat sier Lena at hun føler seg naken i sosiale situasjoner hvis hun ikke har sminka seg. Det kan forstås slik at Lena og Johanna ikke nødvendigvis frykter negative sanksjoner rundt det å tre inn i sosiale situasjoner uten sminke, men at det kan bedre sjøltilliten og sjølfølelsen. Det å gå inn i et møte med andre mennesker *med* sminke er knytta til positive følelser, mens det å *ikke* ha på seg sminke er forbundet med en slags mangel og svekkelse ved sjølfølelsen, og man velger da naturlig nok i de fleste tilfeller det positive handlingsalternativet. Gunhild sier:

«Hvis jeg er hjemme en dag og ikke dusjer, bare setter meg ned og leser og har på meg noe shabby klær og sånn, så føler jeg meg utilfreds. Jeg føler meg ikke fresh, da. [...]Men hvis jeg får tatt en dusj og sminka meg litt, så føler jeg meg ofte mer oppegående og våken og...at det er veldig viktig...»

Marta har en lignende kobling mellom sminkebruk og mental tilfredshet med seg sjøl. Det å sminke seg er knytta til noe positivt og oppbyggende for sjølbildet, mens det å ikke ha på seg sminke er knytta til usikkerhet og negative følelser. Marta sier:

«Veldig ofte bruker jeg sminke for å forbedre humøret mitt. Hvis jeg er litt lei meg, og deprimert, så bare setter jeg meg og sminker meg og koser meg med det, med sminke, prøver fram og tilbake nye typer av sminke. [...] Jeg tror kanskje at folk ville ha sett annerledes på meg hvis jeg ikke hadde sminke på meg. Jeg har brukt det såpass lenge at jeg liker ikke å gå ut uten sminke, for da føler jeg meg helt...naken, nesten. »

Lena på sin side beskriver at det å være godt sminka er hennes «varemerke» i vennegjengen, og hun sier at når hun har på seg sminke hun er fornøyd med føler hun seg mye bedre med seg sjøl. På spørsmål om sminkebruken hennes henger sammen med hvordan andre mennesker ser henne svarer Lena følgende:

«Ja, selyfølgelig. Det blir et varemerke etterhvert da, altså at det blir et kjennetegn på hvordan mennesker ser på deg da. Så jeg har alltid...noen ganger vært på fest eller vorspiel eller noen annen sosial sammenheng da. Og man hilser jo som regel på ganske mange mennesker også kanskje du kan glemme de i løpet av kvelden. Og det som er fascinerende er at når man kanskje møter dem ved en seinere anledning også hilser på dem, så sier de «jeg har hilst på deg før, for jeg husker det og det»...du husker detaljer da. »

Flere av informantene beskriver sitt forhold til sminke som et slags avhengighetsforhold, som man er nødt til å bruke til daglig. Det er noe helt selvfølgelig og nødvendig over det å kjøpe og påføre seg selv sminke før man i det hele tatt kan gå ut døra og begi seg ut i den sosiale verden. Dette kommer spesielt godt fram i disse sitatene fra Johanna:

«Jeg må ha kosmetikk, eller, jeg må ha sminken min. Den...hvis den går tom, så kjøper jeg ny. Eh...uansett om jeg har råd eller ikke [...]det er bare en fast ting som jeg kjøper fordi jeg er avhengig av å bruke det hver dag.»

På spørsmål om Johanna kan se noen negative aspekter ved sitt eget forhold til og forbruk av sminke, svarer hun følgende:

«Det er jo kanskje negativt at jeg på en måte har blitt så avhengig av det, at jeg ikke klarer å være så positiv til meg selv når jeg ikke bruker sminke, at jeg ikke kan gå og være like fornøyd med meg selv. Det ville jo sikkert vært kjempeflott, hvis jeg kunne det. [...] Også er det jo selvfølgelig negativt ved at det blir et sånt ideal som på en måte flytter seg høyere og høyere oppover, som det blir vanskeligere og vanskeligere å oppnå da.»

For å kunne forholde seg positivt til seg sjøl, trenger Johanna å påføre seg sminke daglig. Og sjøl om man i første omgang kanskje kan anta at ordet «avhengig» brukes i en muntlig form og ikke som et psykiatrisk begrep, så impliserer dette utsagnet en type usunn sinnstilstand, hvor ens frie, rasjonelle vilje ikke alltid vinner fram når en skal handle. Og dette blir jo problematisk ut i fra dikotomien denne oppgava baserer seg på mellom å handle fritt kontra å la sosiale føringer styre ens valg. Avhengighet impliserer en slags *indre* føring som styrer ens valg. Én tolkning kan være at dette blir en måte å legitimere at man har internalisert ytre forventinger og sosialt press, på en måte som gjør at man stiller seg maktesløs over egen atferd og ikke sikter til ytre krefter. Lena beskriver noe lignende i sitatet ovenfor om et indre ideal hun setter for seg sjøl og følger. Dette utsagnet går ikke like langt som Johanna sitt, men en underliggende implikasjon er her at man har et sterkt indre ideal som man holder eget utseende etter, ikke ulikt måten Johanna sier at hun ikke kan være fornøyd med seg sjøl uten sminke. Uavhengig av hva andre måtte mener ligger det et ubehag og en utilfredshet ved å ikke innfri en standard man har satt for seg sjøl.

4.5. Å se seg sjøl utenfra

Det at informantene ser seg sjøl utenfra og reflekterer over ulike forventinger er interessant og relevant når man skal forsøke å forstå sminkebruk ut i fra et symbolinteraksjonistisk perspektiv. Man trenger ikke nødvendigvis se noen direkte kobling mellom disse følgende sitatene og en vilje til å tilpasse seg, men bevissthet rundt sosiale normer og føringar er essensielt i dette perspektivet. Man ville ha hatt liten grunn til å anvende Goffman for å forstå disse kvinnenes sminkebruk hvis de overhodet ikke var klar over hva slags forventinger som stilles i ulike situasjoner og hvordan ens eget utseende kan framstå for andre mennesker. Begreper om inntrykkstyring, «looking-glass self» og den generaliserte andre har det som et premiss at mennesker hele tiden overvåker seg sjøl og hvordan man framstår, gjennom bevissthet på hvordan andre mennesker reagerer og hva slags atferdsnormer som foreligger i ulike situasjoner. Disse to sitatene kommer fra Johanna og handler om forventninger og normer for sminkebruk i to ulike situasjoner.

«Jeg føler at det forventes litt sånn at hvis du er på fest og skal ut og sånn, forventes det på en måte at du sminker deg. [...] Jeg føler sånn...på skolen er det ikke så viktig med så mye. For det er ingen som ser meg når jeg sitter inne og sturer på kontoret.»

Johanna er bevisst på forventninger om at man skal pynte seg i sosiale sammenhenger, og implisitt at å bryte forventningene kan føre til negative sanksjoner. Å innfri disse forventningene vil føre til den positive selvfølelsen som er nevnt tidligere, mens å bryte dem vil føre til en usikkerhet og ubehagelig følelse av utilstrekkelighet, og mulige negative tilbakemeldinger fra andre mennesker på festen. Det andre utsagnet går på en måte på tvers av det Johanna sa ovenfor, om at hun sminker seg nesten alltid, til og med i kontekster hvor bare samboeren hennes kommer til å se henne. På kontoret hennes er det ingen som utøver noe slags forventninger på Johanna, det er ingen sosial situasjon og det er «ingen som ser [henne]». Det er en klar indikasjon på at sosiale forventninger spiller inn på hennes valg om sminkebruk. I denne følgende ordvekslingen kommer det fram noe svært interessant om Johannas oppfattelse av hvordan andre mennesker tar henne i mot:

«Selvbildet...at jeg føler..ja det er også litt sånn med hvordan man blir på en måte mottatt da. Hvis du ser pen ut...med sminke så er det ikke bare det at du blir pen, men du kan se mye mer ordentlig ut, hvis man har på seg sminke. Og uten kan man se trøtt ut, man blir blek og trist hvis man ikke har det på. Hvertfall kan jeg bli det. Så det går på det at jeg liker å føle meg vel, rett og slett. Og jeg tror også at andre reagerer annerledes på meg da,

når jeg har på meg sminke, ved at...»

Meg (avbryter): Er det en teori du har testa ut...eller er det noe du antar eller...har du noen som helst...kan du komme på noen konkrete eksempler?

Johanna: Jeg merker det selv, når jeg møter folk. Hvis du møter en som sitter i sånn, slitte, kjipe klær og ikke har gredd håret og ikke har på seg sminke og ikke bryr seg om utseendet sitt, så blir jeg... Jeg setter pris på at man ser ordentlig ut da. [...] Også merker du det også når du går i butikker og sånn, altså, hvis du har sminket deg og kledd deg pent og sånt, så får du en annen behandling.»

Først reflekterer Johanna over hvordan man på ulike måter kan framstå mer positivt med sminke på og at man ser «blek og trist» ut uten. Hun opplever det også slik at hun blir mottatt mer positivt når hun har på seg sminke, men når jeg spør henne hva som er grunnlaget for dette synet, om hun kan vise til noen konkrete tilfeller av at hun har blitt mottatt mer positivt, viser hun til hvordan hun sjøl mottar andre mennesker som er «uflidde». Her sier hun at grunnlaget for at hun ikke vil at andre skal se henne uten sminke, er egne vurderinger av andre mennesker uten sminke, eller de signalene hun oppfatter at mennesker som ikke har tilberedt utseendet sitt sender ut. Det blir en slags omvendt speilbildeeffekt, en sirkulær logikk, hvor hun speiler seg i hennes egne oppfatninger av andre. Hvordan hun sjøl «mottar» andre mennesker som ikke tilfredsstillter hennes egne idealer, virker tilbake på hennes egne grunnlag for handling. Gunhild understreker som nevnt flere ganger at eksterne forventninger ikke har noen påvirkningskraft på hennes egne handlinger og valg. Men hun er bevisst på idealer og forventninger andre mennesker setter til hennes eget bruk, og hun utviser her en viss tilbøyelighet til å tilpasse seg dem. Gunhild sier:

«Hvis jeg skulle på date, og det hadde vært en mann som jeg ikke hadde kjent så godt, så hadde jeg vel heller sminka meg ned enn å sminka meg opp, for min erfaring er at mannfolk er ikke så veldig glad i at man er sånn...kjempeoversminka.»

Gunhild er også bevisst på hvordan andre mennesker tenker om kvinner som bruker mye sminke, at det finnes negative stereotyper omkring det å ha et høyt forbruk av sminke. Hun knytter det til en idé om kvinner som er overfladiske og vulgære, og sier at en av de viktigste grunnene for at hun meldte seg som informant til dette prosjektet var at hun ville få fram at kvinner som er opptatt av kosmetikk ikke trenger å falle inn i denne kategorien. Dette er svært interessant, og kommer til å bli

diskutert nærmere i det neste kapittelet. Gunhild kommer inn i intervjuet med en slags agenda om å ikke framstå som overfladisk, og dette kommer kanskje fram i at hun ved flere ganger understreker sin uavhengighet i sine valg. Hun sier:

«For meg da...vi har jo fordommer mot alt her i verden, og når jeg selv tenkte over makeup og hvis jeg skal tenke over en person som er veldig interessert i makeup, så tenker jeg automatisk det som jeg tror mange andre tenker, at de er overstyla, at de er «babes», og derfor tror jeg det er en viktig del av meg som gikk hit i dag, fordi jeg ikke kan se meg sjøl i den kategorien.»

Som man kan lese i flere av sitatene over, er Lena svært bevisst på hva slags inntrykk andre får av henne og hva slags inntrykk hun kan skape hos andre med selektiv bruk av sminke. Hun opplever sjøl at mange mennesker hun møter kan være «forglemmelige», og hun har et ønske om å framstå som en person andre mennesker legger merke til og husker. Gjennom å være bevissthet på andre mennesker som sminker seg og ser attraktive ut, og hvordan dette får dem til å framstå og bli lagt merke til, får Lena et klart inntrykkstyrende forhold til sminke.

4.6. Smak og idealer

At informantene er bevisste på andres forventninger til eget utseende er interessant i forhold til å se på empirien med symbolinteraksjonistiske briller. Et element som er interessant å trekke fram når man skal anvende en bourdieusk analyse, er hva slags smaksdommer og idealer informantene legger til grunn når man beskriver eget eller andres forbruk. Utvikling av smak og hva slags betydning dette har er en essensiell del av Bourdieus teorier, spesielt i Distinksjonen (Bourdieu 1995), da dette alltid vil reflektere habitus og videre ens posisjon i samfunnet. Det er krevende å si noe konkluderende om de ulike informantenes kulturelle kapital, da dette ikke har vært noe overordna fokus i innsamlinga av empirien, men hva slags smak og idealer informantene legger til grunn for eget forbruk eller dømmer andre sminkebruk på er svært interessant når man skal forstå grunnlaget for hva disse kvinnene bygger sitt forbruk på. Johanna understreker flere ganger i intervjuet at «naturlig» er et viktig ideal for hennes sminkebruk:

«Nei, bortsett fra at faren min er veldig nøye på at det skal se naturlig ut. Man skal ikke ha

for mye pudder og sånn, for det syns så godt. Så det har han drevet og lært meg og han bryr seg egentlig ikke om sånne ting. [...] Jeg synes det er viktig at det ser relativt naturlig ut, men jeg kan godt bruke mye allikevel.»

Johanna trekker altså fram «naturlig» som et viktig ideal, som hun poengterer at var noe hun fikk innprenta hjemmefra. Dette idealet innebærer at man skal sminke seg for å nærme seg et naturlig skjønnhetsideal, med andre ord at man skal forsøke å se ut som dem som innfrir skjønnhetsidealet uten sminke. Man skal dekke over «skjønnhetsfeil», men man skal i minst mulig grad se ut som man faktisk har sminke på seg. Idealet om å se «naturlig» ut står i kontrast til det *kunstige*, hvor man tydeligere viser at man har sminke på seg. Her kan man heller understreke det kunstige ved det å ha kosmetiske preparater i ansiktet og bruke former og farver mennesker vanligvis ikke har naturlig i ansiktet. Man kan framdyrke det tilgjorte og stiliserte. Johanna sier også at hun foretrekker dyre typer kosmetikk:

«Jeg synes det er viktig å ikke bruke billige ting på huden, for da får man jo bare kviser og dritt.»

Uten å nødvendigvis anta at det er ufortjent at de dyre merkene av sminke har status som overlegent kvalitetsmessig sine billigere konkurrenter, så er det uansett interessant at Johanna velger de dyre merkene over de billigere, ved at hun kun viser til nytteverdien. Her er noen refleksjoner hun gjør seg rundt andre jenters sminkebruk:

«Jeg tenker veldig mye på alle disse...men, altså, jeg kan jo ikke si om det dyr eller billig sminke da, men veldig mange unge jenter er helt oransje, de har en oransje maske. Og, ja...det ser jo ikke veldig eksklusivt ut da, for å si det sånn.»

Her kontrasterer hun klart mellom det eksklusive, som hun identifiserer seg med, og det kunstige og unaturlige utseendet som visse andre jenter får av det hun anser som dårlig sminkebruk. Visse typer sminke er laget for å se ut som man har en solbrun hudfarge i ansiktet, men som ved feilaktig bruk gir en litt annen, mer oransje farge i huden enn det man får ved å sole seg. Å bruke denne måten å bli brun på er naturligvis en del billigere og raskere enn å sole seg på stranda, ta solarium eller dra til sydligere strøk. Det virker som Johanna anser disse som vulgære, siden man forsøker å tilnærme seg noe «naturlig», å være solbrun, på en kunstig måte som man lett kan se ikke er naturlig solbrunhet. Det er også interessant at hun trekker fram adjektivet «eksklusivt». Altså at det som

distingverer seg fra den gemene og vulgære hop er et positivt ideal. Dette sier Johanna om idealene omkring sminkebruk i det sosiale miljøet hun vokste opp i på Oslo Vest:

«Det gjelder jo også der at du skal se ordentlig ut og du kan ikke komme oversminket, på en måte, men du skal ikke...man skal se ordentlig ut...så har du jo sånne miljøer hvor du bare skal sminke deg mest mulig. Ha masse sort rundt øynene og...gothere og sånn, de sminker seg jo masse de også»

Her kontrasterer hun det mer subtile og dempede idealet man finner i de sosiale lagene hun har vokst opp i, med mer outrerte avvikermiljøer hvor man skal sminke seg mest mulig, hvor skillet mellom det naturlige og det kunstige dukker opp igjen. Johanna viser også at hun er bevisst på hva slags normer som finnes i sitt miljø, og hva som er ansett som anti-idealet, hva man definerer seg i motsetning til. Å være oversminket blir trukket fram som en *faux pas* hvor man framstår som vulgær. Marta på sin side knytter i stor grad sminkebruken sin til et ønske om å uttrykke sin femininitet. Når jeg spør henne om hun begynte å bruke sminke for å uttrykke noen spesiell tilhørighet eller noen spesiell del av hennes personlighet, svarer Marta:

«Nei. Det var mer for å se litt sånn...feminin ut. Det var kanskje mer [sminke] enn det burde være, men det var for å være feminin»

Inneforstått dreier det seg om å tilnærme seg et bestemt ideal om hva som feminint, som er kulturelt betinga, og som hun har internalisert i løpet av oppveksten. Marta opplevde det slik at for å kunne framstå for andre som tilstrekkelig feminin, for å kunne aksepteres som kvinnelig, måtte hun begynne å bruke sminke. Hun så på sminke som et helt naturlig virkemiddel for å kunne uttrykke sin femininitet. Det kvinneidealet Marta hadde tatt innover seg og fant det naturlig å etterleve var det sminkede og pyntede bilde på femininitet.

Når Lena omtaler sminkebruk i kvalitative termer nærmer hun seg tidvis et syn der det finnes et objektivt syn på hva som er bra og dårlig måter å sminke seg på, et slags sett av smaksdommer hvor smak ikke har noen plass. Mennesker har forskjellig utseende fra naturens side, og alle typer sminke passer ikke til alle, men hun antyder at det finnes noe objektivt rett for alt. Hun prater ikke om idealer i forhold til adjektiver som «feminin», «moteriktig» eller lignende. Hun prater stort sett bare om «bra» og «riktig». Det eneste som blir sagt i løpet av intervjuet av den slags art er at hun i jobbsammenheng kan bruke sminke for å framstå som «seriøs og ordentlig». Hun sier også at hun

bruker sminke for å framstå som «frisk», i motsetning til «morratrøtt».

«Også en ting som er viktig å påpeke, er at når du kommer inn i et rom, og det førsteinntrykket du gir i fra deg, det er det folk vil huske. Derfor er det alltid veldig viktig når man skal være...se litt bra ut, se litt ordentlig og seriøs ut, slik at at man blir tatt på alvor.»

Lena er altså bevisst på et ideal om at skal kvinner bli tatt seriøst i arbeids- og organisasjonsliv, må man være godt sminka. Lena er aktiv i organisasjonslivet og bruker mye tid på møteaktivitet, og tar utgangspunkt i en forestilling om at hun vil møte negative sanksjoner i slike sammenhenger hvis man ikke har sminka seg og ser «ordentlig» ut. På samme måte som Lena prater om å framstå som «seriøs og ordentlig», noe Johanna også var inne på, sier Marie:

«Vennene dine er du jo så trygge på uansett. Men sånn når det er førsteinntrykk og det er helt nye mennesker du skal møte, så har du jo ikke lyst til å gi inntrykk av at du er en slubbert eller noe sånt.»

Marie føler ikke noe press om å endre seg eller tilpasse seg når hun er i sin nærmeste vennekrets, men er mer usikker og åpen for dette når hun møter mennesker hun ikke kjenner fra før av. Ovenfor ser vi noe lignende som hos Lena, med et fokus på å gi fra seg et godt førsteinntrykk. Hun vil unngå de eventuelle negative sanksjonene og den dårlige selvfølelsen hun hadde fått hvis hun gikk inn i et møte med nye mennesker og følte at hun framstå som ustelt og ikke seriøs og ordentlig.

4.7. Oppsummering av empiriske funn

Alle disse fem kvinnene har et særegent forhold til sminke, og reflekterer over tematikken på sin egen måte, med hver sine utgangspunkt og hver sin språkbruk. Den generelle tendensen er at det ved direkte spørsmål fokuseres på det frie, individuelle og uavhengige når man skal forklare sitt eget forbruk og sin interesse for sminke, mens det i mer indirekte former kommer fram at sosial påvirkning og ønsker om å framstå på bestemte måter ovenfor andre mennesker også er en tilstedeværende faktor. Denne tvetydigheten er det jeg anser som det primære empiriske funnet. Det

kommer også fram interessante aspekter ved hvordan informantene ser sminkebruken i sammenheng med sitt eget sjølbilde og hva slags idealer som ligger til grunn. Flere av informantene synes å ha et svært nært forhold til sitt eget sminkebruk, i den grad at det omtales som noe man er «helt avhengig av». Generelt sett framstår det å bruke sminke til daglig som forholdsvis uproblematisk for disse kvinnene, og man oppfatter det ikke som noe man gjør mot sin egen vilje for å tilnærme seg sosiale normer. I større grad oppleves det heller blant visse av informantene som en kilde til meningsfullhet og en utøvelse av en praksis man behersker, og som derfor leder til mestringsfølelse og positiv oppbygging av sitt eget sjølbilde.

5. Analyse

5.1. Innledning

I dette kapitlet skal det empiriske materialet som ble presentert i kapittel 4 tolkes ved hjelp av de teoretiske verktøyene som ble beskrevet i kapittel 2. Med utgangspunkt i de to hovedperspektivene, samt forbruks- og kjønnspektiver, beskrives ulike måter å forstå de utsagnene som ble trukket fram som interessante i det forrige kapitlet. Det goffmanske perspektivet fokuserer på bevissthet rundt normer og forventninger, med utgangspunkt i inntrykkstyring, mens teoretiske verktøy fra Pierre Bourdieu anvendes for å tegne et perspektiv hvor det kroppsliggjorte, ureflekterte og det som er basert i vaner blir det essensielle for å forstå hvordan habitus og dens opphav blir det essensielle for å forstå informantenes refleksjoner og beskrivelser. Deretter vil jeg reflektere over hvordan teoriene om forbrukersamfunnet kan være fruktbare for å bedre forstå de større implikasjonene disse kvinnenes forhold til sminkebruk. Det vil også drøftes hvordan dette kan forstås i et kjønnspektiv, hovedsakelig med utgangspunkt i de to forskjellige perspektivene på kjønn som ligger implisitt i primærteoriene. Som det allerede har blitt påpekt, kan informantene fullstendig avvise at man sminker seg for å tekkes andre eller tilpasse seg, før man annetsteds enten innrømmer det motsatte eller sier noe som impliserer at man gjør det motsatte. Dette vil bli tatt opp flere ganger i løpet av kapitlet, og vil bli forsøkt tolket fra flere ulike perspektiver.

Etter å ha forsøkt å belyse empirien på best mulig måte ut i fra de tilgjengelige teoretiske verktøyene, vil jeg til slutt diskutere hvordan man best mulig kan forstå disse kvinnenes situasjon i forhold til det teoretiske skillet mellom ytre påvirkning og individets oppfattelse av å være fritt i sine handlinger. Er det fruktbart å kombinere de ulike teoretiske perspektivene? Kan man øke forståelsen for det primære empiriske funnet om tvetydighet i empirien ved å overskride skillet mellom bevisst inntrykkstyring og habitus?

5.2. Erving Goffmann og symbolinteraksjonismen

Bevissthet er utgangspunktet for den tolkninga av Goffman og symbolinteraksjonisme som legges til grunn i denne analysen. Bevissthet om hva slags føringer sosiale spilleregler legger på hvordan man bør se ut i ulike sosiale situasjoner, bevissthet om hva menneskene man omgås forventer av en

sjøl og bevissthet om hvordan man ser ut og hva slags reaksjoner man kan forvente på ulike visuelle uttrykk. Bevissthet om hvordan man kan uttrykke ulike verdier gjennom utseende, vise hvem man er og hvem man ikke er. I metaforen om at man spiller bestemte roller, ligger det at man er aktiv, handlende og bevisst. Man gjør avveininger og tar i bruk teknikker for å oppnå det man ønsker, som er en bestemt reaksjon hos sitt publikum. Gjennom at individet er bevisst sosiale normer og justerer atferden sin ut i fra denne bevisstheten, får man en direkte kobling mellom individ og struktur. Denne bevisstheten kommer til uttrykk i forskjellige begreper, som her skal anvendes som verktøy for å bedre forstå det informantene har sagt i intervjuene.

5.2.1. Den generaliserte andre

Meads begrep om *den generaliserte andre* sikter til at mennesker ser seg sjøl utenfra og prøver å anta holdningen til gjennomsnittsindividet i forhold til hvordan man sjøl framstår. Det er en psykologisk mekanisme for sjølovervåking, hvor man stadig justerer seg sjøl i forhold til hva man føler gir positive eller negative tilbakemeldinger fra menneskene rundt seg. Man kan se for seg at en kvinne som sminker seg ser seg sjøl i speilet og forsøker å se for seg hva slags tanker og reaksjoner dette uttrykket vil skape hos en vilkårlig person som tilhører det lokalsamfunnet eller sosiale gruppen man er en del av. Man tar utgangspunkt i at aktører i størst mulig grad ønsker å oppnå positive og bekreftende reaksjoner fra den generaliserte andre. Kvinner kan også bruke sminke og andre virkemidler for å aktivt bryte med forventninger og for å provosere, og forsøke å se for seg hva den generaliserte andre vil mislike. Men blant disse fem informantene kan sminkebruk sies å være av forholdsvis konform karakter. Alle kvinnene ble spurt om de ser på sitt eget forbruk som svært særegent eller utenfor normen, og om de noen gang har brukt sminke for å uttrykke annerledeshet eller tilknytning til noen form for marginal gruppe. Ingen av svarene kan tolkes i retning av at kvinnes sminkebruk i all hovedsak ligger langt utenfor det som kan anses som konformt eller det Goffman kaller «sømmelig». Et unntak er enkelte utsagn fra Gunhild, som skal beskrives nærmere nedenfor.

Marie sier at hun er mer bevisst på hvordan hun ser ut og framstår når hun er hjemme i det lille tettstedet hun kommer fra, sammenligna med den relative anonymiteten hun har i «storbyen» Trondheim hvor hun studerer. Hun er klar på at i byen hun vokste opp i er det veldig klare sosiale retningslinjer på hvordan man bør se ut og hva slags objekter man skal omgi seg med, og at å ha vokst opp i et sånt miljø henger igjen i tankesettet hennes. Hun sier at «det blir så mye snakka om

alt», altså at en konsekvens av et normbrudd ville føre til den negative sanksjonen det er å bli «snakka om», altså et tap av sosial status. Hennes sjølbevissthet og indre mekanismer for å overvåke sine egne handlinger har blitt forma av å vokse opp i et lite samfunn hvor «holdningen til gjennomsnittsindividet» framstår som klar og utvetydig, gjennom alt «snakket». Hun er klar over forventningene som blir stilt, og de negative reaksjonene ved et brudd på disse forventningene er uønskede. Samtidig som det dreier seg om bevissthet, er det også en slags ubevisst indre mekanisme som virker inn på individuelle valg. Gunhild på sin side er bevisst på den generaliserte andre, men tar aktivt avstand fra tanken om at hun ønsker å tilfredsstille disse forventningene. Hun sier at «det er ikke dem jeg pynter meg for», når hun snakker om fremmede mennesker på butikken.

Johanna utviser flere tilfeller av at hun er bevisst på hva uspesifiserte andre har av forventninger til utseende og atferd i ulike sammenhenger. Hun har med seg det Mead kaller «*the attitudes of [...] the social group which gives to the individual his unity of self*» (Mead 1934: 154). I et utsagn reflekterer hun over de spesifikke atferdsnormene for sminkebruk som hun oppfatter at eksisterer i det miljøet hun har vokst opp i og hører til. I hennes omgangskrets blir det forventet at man har sminka og stelt seg når man er i festlig lag, men at det er viktig å ikke se «oversminka» ut. Hun vedgår at hun også har disse holdningene hun tillegger den gruppa hun sjøl tilhører. Hun er mer åpen og positiv til andre mennesker som gir inntrykk av å «bry seg om utseendet sitt». En måte å se dette på er at Johanna i stor grad har internalisert den generaliserte andre og på den måten reproducerer og opprettholder disse atferdsnormene i dette bestemte miljøet hun hører til. I et annet relatert sitat sier hun at føler at hun blir bedre mottatt i butikker og lignende kontekster hvis hun har stelt seg og kledd seg pent, og igjen at hun forklarer at grunnlaget for denne oppfatninga er at hun sjøl har den samme holdningen når hun møter nye mennesker. Hun viser til egne holdninger når hun blir bedt om å reflektere over forventninger og holdninger hun oppfatter at hun møter fra andre. Man kan forstå dette som at hun har tatt innover seg holdningene som er utbredte i hennes oppvekstmiljø, men man kan også hevde at dette er en slags sirkulær og mangelfull logikk, hvor informantens antagelser om hva slags forventninger som blir stilt til hennes utseende er basert på et noe paradoksalt grunnlag, ved å vise til egne holdninger. Å internaliserte den generaliserte andre er et handlingssyn som i større grad faller inn under det bourdieuske perspektivet slik det har blitt presentert i denne avhandlinga, altså at det bevisste, den direkte koblinga mellom handling og sosiale normer i mindre grad er tilstede.

Johanna opplever det slik at hvis hun har på seg sminke når hun går inn i et møte med en fremmed person, så får hun positiv respons og det hun opplever som fordeler, mens hvis hun ikke har pynta

seg når hun går inn i en slik situasjon, får hun dårlige service eller respons fra den personen hun inngår i samhandling med. Hun speiler seg i den reaksjonen hun får av andre på sitt eget utseende, og hun opplever at handlingsalternativet *å sminke seg* er det som gir mest positiv respons. Å ikke gjøre dette vil gi konkrete negative sanksjoner i form av å bli tatt dårligere i mot i butikker eller møte mindre entusiasme når man blir introdusert for nye mennesker i sosiale sammenhenger. Som påpekt ovenfor trenger ikke dette være en objektiv sannhet, men i Johannas subjektive virkelighetsoppfatning er dette tilfelle, og noe hun handler ut i fra. Som skrevet i innledningskapittelet, tar jeg utgangspunkt i at det å bli godt mottatt, få aksept og positive tilbakemeldinger på hvordan man framstår er svært grunnleggende behov for de aller fleste mennesker, og at forbruk og modifisering av utseende etter bestemte kriterier kan være måter å oppnå dette på. Hvis et menneske står ovenfor et handlingsvalg, så kan man forsøke å sette seg inn i den generaliserte andres mulige reaksjoner på disse ulike typene atferd. Hvis man oppfatter det slik at det ene alternativet fører til bekreftelse, opprettholdelse av sosial status og positiv sjølfølelse, mens det andre fører til uønska negativ oppmerksomhet og at man faller utenfor i sosiale sammenhenger og et tap av positiv selvfølelse, så er det naturlig at man i de fleste sammenhenger vil velge det første. Dette kan være en mekanisme som kan bidra med å forstå hvorfor man i stor grad kan observere at de aller fleste velger forholdsvis konform atferd, tross av vi lever i et fritt og liberalt samfunn som i større grad fremmer individualistiske idealer enn å skulle reprodusere tradisjonelle kulturelle verdier og atferdsnormer. Det å repetere handlingsmønstre man får positiv respons på er en elementær del av hvordan mennesker tilpasser seg det samfunnet de er en del av. Spesielt Gunhild, Johanna og Marta refererer flere ganger til de positive følelsene de knytter til det å sminke seg, som for eksempel å være «fresh», «våken», «oppegående», «lykkelig», «i godt humør» og at det får en til å «føle seg vel». På den andre siden knyttes det å være usminka til å føle seg «shabby», «utilfreds», «trøtt», «naken» og «bleik og trist».

I forhold til begrepet om *the looking-glass self*, å speile seg i andres reaksjoner på seg sjøl, er det også interessant at Johanna helt eksplisitt sier at hun føler seg mye bedre med seg sjøl når hun «ser en jente som ser bra ut» når hun ser seg sjøl i speilet. Hun trenger bekreftelse fra det fysiske speilet på at utseendet hennes tilsvarende idealene, i stedet for det metaforiske speilet i andre menneskers blikk og kommentarer. På samme måte beskriver Lena hvordan hun får positiv respons på sin egen framtoning på fester og i andre sammenhenger, hvor hun føler at folk husker henne bedre og at hun gir fra seg et bedre førsteinntrykk. Igjen, dette handler om en subjektiv oppfattelse fra hennes side, men den blir reell for henne. Ut i fra hennes personlige erfaring får hun mer positiv respons på sin sjølpresentasjon når hun har stelt seg etter visse kriterier, og når denne subjektive sannheten blir

bekrefta for Lena, vil hun sannsynligvis fortsette med de handlingsmønstrene som gir henne denne positive responsen og det hun oppfatter som sosiale fordeler. Med andre ord speiler hun seg i andres respons, og velger å gjøre det handlingsalternativet som fører til positive tilbakemeldinger.

5.2.2. «I» og «Me»

I dette begrepsapparatet finner man en interessant dobbelthet, som kan være med på å belyse det jeg oppfatter som en tvetydighet i empirien. «I» er den spontane, kreative og uforutsigbare delen av ens person, mens «Me» ser seg selv utenfra og har internalisert sosiale normer for hvordan man skal se ut og oppføre seg i ulike situasjoner. At man sier motstridende ting i intervjuet trenger ikke å bety at man framstiller seg sjøl uærlig eller selektivt, men at man ubevisst har begge disse to elementene i seg. Den delen av sin personlighet som fokuserer på de ufiltrerte, sjøldrevne valgene får lettere spillerom når man skal prate om seg sjøl, enn den delen som fokuserer på hva andre mennesker mener og hva slags ubehagelige konsekvenser det kan få å bryte forventninger. Gjennom dette begrepsparet skisserer Mead en slags drakamp eller dialog mellom disse to ulike delene av ens personlighet. Man har til enhver tid de andres holdninger med seg i sinnet, gjennom «Me». Mead ser for seg «I» som representant for det uforutsigbare og personlige i en persons handlinger, det som gjør at ikke alle oppfører seg helt likt, altså det som hadde skjedd hvis alt av menneskelig handling kunne forstås gjennom «Me». Det jeg her legger i «I» går litt på siden av dette, men det baserer seg allikevel i dette grunnleggende skillet mellom den delen av ens personlighet som er bevisst på forventninger og atferdsnormer og på den andre siden har et handlende, aktivt «jeg», som ikke oppleves som styrt av slike ytre hensyn. «*The «I» gives the sense of freedom and initiative*», sier Mead (1934: 177), og i denne sammenhengen kan dette muligens være en forklaring på hvorfor informantene tilsynelatende oppfatter seg sjøl som uavhengige i sine valg, mens andre indikasjoner peker klart i retning av at de andres holdninger er sterkt tilstede.

5.2.3. Frontstage og backstage

I forhold til å forstå sminkebruk i ulike sosiale situasjoner, er dette et nyttig begrepspar. Det finnes sosiale settinger der man blir sett av andre mennesker og hvor man føler at man må innfri visse forventninger til utseende for å ikke møte negative sanksjoner, men samtidig finnes det andre, mer

personlige og avslappede sosiale arenaer hvor man ikke i like stor grad føler at man må innfri slike forventninger. Fester, jobbsituasjoner og situasjoner hvor man skal møte nye mennesker blir trukket fram av informantene som settinger hvor man føler at det er klare forventninger om utseende, som man vil møte sanksjoner hvis man bryter. Hvis man bare skal være hjemme en dag, så blir dette ansett som backstage, hvor man ikke behøver å sminke seg. I frontstage-områder som fester og jobbmøter har man et publikum man føler at man må opprettholde en bestemt fasade for, mens i backstage-områder som å være hjemme i ens egen stue med den nærmeste familie er det i mye mindre grad et slikt publikum. Goffman sier at «*en persons opptreden i et fasade-område kan betraktes som et forsøk på å gi inntrykk av at hans virksomhet innen området opprettholder og innbefatter visse normer*» (1992: 93). Man tilpasser sin egen atferd til det man oppfatter at er normen for «sømmelighet», for å gi et godt inntrykk og å unngå negative sanksjoner. I et backstage-området får det som blir undertrykt i frontstage-området komme fram. Her kan man åpent motstride det inntrykket man prøvde å gi fra seg på frontstage, og sminken kan tas av eller «freshe» opp. Her er det akseptabelt å referere til at fasaden er en illusjon og en konstruksjon, mens dette ikke er sømmelig frontstage.

Lena sier i sitt intervju at hun har sminkefri dag en dag i uka, og da sitter hun hjemme hele dagen og lar huden puste. Dette blir da hennes backstage, hvor ingen ser henne og hun ikke trenger å opprettholde bildet av seg sjøl som alltid velsminka. Gunhild beskriver et lignende ritual, men sier også at hun i en slik backstagesituasjon ikke føler seg spesielt «fresh», som kanskje kan tolkes som at hun ikke føler seg i takt med sitt eget sjølbilde. Johanna viser interessant nok en uvillighet til å ikke bruke sminke i klassiske «backstagesituasjoner» hvor ingen eller bare hennes aller nærmeste ser henne, og hun føler seg heller ikke spesielt vel i slike situasjoner. Samtidig sier hun også at hun er mer villig til å sminke seg mindre på kontoret sitt, hvor ingen ser henne uansett. Marie setter et skille mellom å være med sine nærmeste venner som hun «føler seg trygge på» og situasjoner hvor hun skal møte nye folk, og refererer til en fest hvor hun skulle bli kjent med nye klassekamerater som en sosial setting hvor hun følte et ekstra press til å gjøre et godt ekstra førsteinntrykk og ikke framstå som en «slubbet». Her kan man sette et klart skille mellom det Goffman kaller et fasadeområde eller frontstage, hvor hun er mye mer bevisst på hva slags inntrykk hun gir fra seg og hvor hun aktivt benytter seg av sminke som en inntrykkstyringsteknikk for å opprettholde en fasade som hun vil at andre skal godta, og en annen sosial sfære hvor hun er trygg og ikke føler at hun trenger å benytte seg inntrykkstyrende teknikker for å få andres aksept og bekreftelse.

5.2.4. Inntrykkstyring

Å forstå sminkebruk ut i fra inntrykkstyringsbegrepet innebærer at man bruker sminke fordi man antar at dette vil føre til at andre mennesker vil oppfatte deg på en bestemt og ønsket måte. Inntrykkstyring er teknikker man benytter seg av i en bestemt opptreden, og sminke er en av teknikkene informantene behersker og benytter seg av. Lena er åpen om dette i utsagnet om at hun opplever det som at hun avgir et bedre førsteinntrykk av seg sjøl når hun har sminka seg. På denne måten blir sminke en inntrykkstyringsteknikk for henne, hvor hun er bevisst på de positive responsene hun kan oppnå på sine «opptredener» i sosiale sammenhenger ved å benytte seg av denne teknikken. Der Lena forstår dette i forbindelse med *fordelene* hun oppnår ved å sminke seg, beskriver Marie det som noe hun gjør for å unngå å framstå som «en slubbert», altså som et virkemiddel for å unngå å bli oppfatta på en *negativ* måte. Både Johanna, Gunhild og Lena beskriver det slik at man bruker sminke for å unngå å se trøtt og sliten ut, at man kan bruke sminke for å se våken og energisk ut. Sminke er et virkemiddel man kan bruke i inntrykkstyring for å oppnå attråverdige idealer og unngå utseendemessige karakteristikker av negativ karakter.

Inntrykkstyringsbegrepet er ikke bare nyttig for å tolke atferd som er basert i et ønske om å framstå på en ønsket måte ut i fra ytre idealer, men også hvordan man kan framstå på bestemte måter i forhold til egne idealer og sin identitet. Sminke kan brukes til å uttrykke «hvem man er». Det kan virke som det å være uavhengig, selvstendig og upåvirkelig er en viktig del av Gunhilds sjøl-identitet. Dette kan tolkes ut i fra uttalelsene om at hun ikke bryr seg om hva andre synes, at hun «gir faen» i hva andre måtte mene om utseendet hennes og at hun meldte seg opp til intervjuet delvis fordi hun ikke ser seg sjøl i kategori med «overstyla babes». Kanskje man kan forstå Gunhilds sminkepraksis som et ønske om uttrykke disse verdiene hun identifiserer seg med? Ved å vise gjennom handling og ord at hun ikke bryr seg om forventninger andre måtte stille til hennes atferd og utseende viser og bekrefter hun både ovenfor andre og seg sjøl at hun er uavhengig og frigjort. Hun sier at hun gjerne kan gjøre noe svært ukonvensjonelt som å sminke på seg et «Kiss-øye» når hun skal på byen, hvis hun føler for å vise fram «den crazy sida ved [s]eg sjøl». På denne måten kan man se at hun bevisst bruker sminke som et «verktøy» for å vise fram en spesifikk del av sin personlighet, som samtidig er i tråd med det å være uavhengig. Hun er klar over de sosiale forventningene, men bryter dem bevisst for å vise fram noe ved sin identitet.

Gjennom sminkebruk kan man vise tilhørighet og motsatt, hvem man *ikke* identifiserer seg med. Johanna identifiserer seg sjøl i motsetning til avvikergrupper som «gothere» og lignende, og

«mennesker som er helt oransje i ansiktet», som jeg tolker dithen som det motsatte av hennes ideal om å se «naturlig ut», altså mennesker som bruker kosmetikk på en vulgær og prangende måte. Ikke bare er det å se «naturlig» og «eksklusiv» noe hun identifiserer seg med, men hun forstår disse idealene i en motsetning til visse andre idealer, og den identiteten som måtte ligge bak disse «oransje ansiktene». På samme måte vedkjenner ikke Marie seg de «slubbertene» som ikke sminker og steller seg, inneforstått at å være ustelt og ubevisst på eget utseende blir satt i sammenheng med andre negative assosiasjoner. Disse utsagnene kan også muligens underbygge inntrykket av at disse informantenes sminkebruk i stor grad faller innenfor det som kan kalles konformt. Lena sier at å være sminka på en bra måte og ha god peiling på sminke er hennes «varemerke» i sin sosiale omgangskrets, og implisitt at dette er noe hun føler hun må opprettholde. Marta på side sier at hun tror andre ville ha sett annerledes på henne hvis hun ikke hadde brukt sminke, fordi hun har brukt det så lenge. Dette kan tolkes som hun antar at den generaliserte andre oppfatter hennes sosiale identitet som en som bruker sminke og er opptatt av sminke, og at hun fortsetter med sminke for å opprettholde dette bildet av seg sjøl.

Et interessant aspekt ved empirien som ikke blir helt fanga opp av de teoretiske verktøyene som er anvendt i denne teksten, er at Marta har en annen etnisk identitet enn de fire andre, som alle er etnisk norske. I avsnittene ovenfor fokuseres det på det å uttrykke visse aspekter ved sin identitet gjennom sminkebruk, og det kan være et godt utgangspunkt for å forstå det at Martas tilnærming til sminke bærer preg av at hun har en annen kulturell bakgrunn enn de andre. Marta sier at hun har «følt seg annerledes» enn de andre norske jentene, og hun sier også at hun tilpasser seg til trender og idealer som er rådende i Norge, i forhold til det sminkebruket hun anvender seg av i sitt hjemland. Dette er svært interessant, og kan helt klart kobles opp i mot det å vise hvem man er og hvem man ikke er gjennom sminke. Og det sier noe om den sosialt konstruerte naturen til hva man kan uttrykke gjennom sminke i ulike kulturer. De idealene hun er vant til å etterleve i hjemlandet er å ha på seg relativt mye sminke og se «penere og mer elegant» ut. I Norge opplever hun at sine nye venninner sminker seg mye mindre og etterstreber et mer «naturlig» ideal. Marta gir uttrykk for at dette er fremmed for henne, og noe hun ikke nødvendigvis føler seg helt komfortabel med. Hun sier at hun lar seg påvirke av disse norske venninnene og at hun tilpasser seg når hun er med dem, men også at hun stiller spørsmål ved om hun passer inn og at hun har følt seg annerledes en «de andre». Marta sier også at hun begynte å sminke seg «for å være en av de til søsteren [s]in», altså for å vise tilhørighet og bli godtatt av sin eldre søsters vennegjeng, gjennom sminkebruk. Det er et annet tilfelle av at hun viser hvem hun er gjennom sitt sminkebruk. Martas «annerledeshet» og det at hun kommer fra en annen kulturell bakgrunn enn de andre informantene vil også bli diskutert nedenfor, i

forbindelse med Pierre Bourdieus begrep om symbolske systemer.

5.2.5. Inntrykkstyring som forklaring på tvetydigheten i empirien

I metodekapittelet ble det diskutert hvorvidt inntrykkstyring kunne ha en forklaringskraft på verveproblematikken, i den forstand at mennesker søker å unngå situasjoner hvor ens fasade vil bli blottstilt og man kan risikere å framstå som å inneha uønskede egenskaper som å være overfladisk, letpåvirkelig eller forfengelig. I presentasjonen av empirien understrekte jeg at Gunhild uttalte at en del av motivasjonen hennes for å gå inn i dette intervjuet var at hun ville vise at hun ikke tilhørte denne stereotypen av «overstyla babes». Jeg tolker det slik at dette viser til mennesker som innehar nettopp noen av disse egenskapene, overfladisk og så videre. Disse forestillingene som jeg måtte være svært bevisst på i verveprosessen, ble altså også med videre inn i intervjufasen av dette forskningsprosjektet.

Dette utsagnet fra Gunhild kan være med på bidra til forståelsen av tvetydigheten i empirien, hvis man tar utgangspunkt i at informantene er bevisste på negative stereotyper omkring kvinner som fokuserer mye på sitt eget utseende og at man helst vil fremstille seg sjøl som uavhengig, fri og ikke styrt av andre. Intervjusituasjonen kan ses på som en scene, hvor informantene til en viss grad tilnærmer seg intervjuet som at de bevisst skal framføre en viss rolle, altså å overbevise meg som forsker om at deres forbruk av sminke ikke er av den karakter som ligger i denne stereotype forestillingen som Gunhild beskriver. Intervjusituasjonen er altså en frontstage-situasjon, hvor man er bevisst på å framstille seg sjøl på en bestemt måte. Tvetydigheten i empirien kan i dette perspektivet forstås som «brister» i denne sjølpresentasjonen, at det er en diskrepans mellom den man forsøker å framstille seg sjøl som og den man «egentlig» er. Jeg skal dog være forsiktig med å trekke noen bastante konklusjoner omkring informantens «reelle» selv.

Samtidig blir dette perspektivet problematisk i forhold til empiriens verdi, og hva slags konklusjoner man kan trekke på bakgrunn av analyser av den. Man skal være forsiktig med å trekke konklusjoner omkring informanters atferdsmønster og faktiske handlinger ut i fra det man forteller om i et intervju, men jeg har her tatt utgangspunkt i at empirien avspeiler informantenes ærlige refleksjoner rundt sitt eget forbruk og hvordan sminke kan forstås i forhold til det de forteller om sine sosiale liv. Men hvis også dette må ses gjennom et filter av at empirien i større grad må ses som en selektiv sjølpresentasjon, blir det også problematisk å forstå dette som et autentisk innblikk i

informantenes tankesett. Men denne diskrepansen gir oss allikevel innblikk i usikkerhetsmomenter, sjøl om man som nevnt skal være forsiktig med å si at det som blir sagt mellom linjene representerer det de *egentlig* tenker. Én forståelse kan være å forstå dette som «I» og «Me», som en todeling i ethvert menneskes selv, hvor i en slik intervjusituasjon «I» vinner fram med sine følelse av frihet og eget initiativ.

5.2.6. Det dramaturgiske perspektivet

I innledningskapittelet til *Vårt rollespill til daglig* (1992) sier Erving Goffman at det dramaturgiske perspektivet og forståelsen av menneskelig samhandling som *opptredener* er aller best egna til å forstå arbeidssituasjoner. Alle de fem informantene ble spurt om forventninger til utseende i jobbsituasjoner, og Lena beskriver i detalj at det stilles sterke krav til utseende i forhold til hennes rolle som ansatt i en kosmetikkforretning. I en del av intervjuet som ikke er gjengitt i empirikapitlet sier hun at hun er pålagt å sminke seg og at hun er bevisst på at dette er hun nødt til å gjøre for å bli tatt på alvor av kundene. Dette underbygger hennes troverdighet i forhold til det å veilede kunder om hva slags kosmetikk de bør kjøpe. Hun, og sjefen i butikken som har laget påbudet, vurderer det slik at det er klare rolleforventninger til en ansatt i en kosmetikkforretning blant potensielle kunder. For at den «scenen» som går ut på at en kunde kommer inn i butikken og spør en ansatt om hun kan komme med noe råd om hva slags sminke hun bør kjøpe, kreves det at den ansatte innehar de nødvendige kjennetegn i forhold til utseende og framtoning. Hvis hun ikke innfrir disse rolleforventningene, at hun for eksempel ikke ser sminka ut, så ville ikke denne scenen kunne bli gjennomført etter «manuskriptet», og handelen vil kanskje ikke bli gjennomført. Marta forteller at hun i sin jobb som servitør på et hotell har fått beskjed om å ikke ha på seg for mye neglelakk fordi det kan framstå som uhygienisk, og her er det en rolleforventning om at man skal ha et mer dempet og moderat utseende. En servitør på en middagsbuffé på et hotell som hadde kledd seg opp på en flamboyant og prangende måte, ville nok bryte med forventningene man stiller til en person som innehar en slik rolle.

5.3. Pierre Bourdieu

I motsetning til symbolinteraksjonismens forståelse av bevissthet rundt normer og valg for å unngå negative reaksjoner, baserer det bourdieuske perspektivet seg i større grad på at grunnlaget for å handle på bestemte måter i forhold til sminke ligger i det underbevisste, som en del av kroppsliggjorte disposisjoner man har tatt til seg i løpet av oppveksten og som reflekterer hvor man hører til i det sosiale rommet. Det betyr ikke at aktører er ubevisste nikkedukker som automatisk handler ut i fra impulser fra ens indre, men at grunnlaget de baserer sine handlinger på og som gir dem deres bevissthet i stor grad er formet av ytre betingelser. Individet er ikke nødvendigvis bevisst på andre menneskers forventninger i hver enkelt situasjon, men har disposisjoner for hvordan man skal handle og se ut som en integrert del av sin habitus. Inneholdet i ens habitus kan man omtale gjennom bruk av de ulike begrepene for kapital, hvorav kulturell kapital er det mest interessante i denne sammenhengen.

5.3.1. Tvetydigheten i empirien

I Bourdieus forståelse av hvordan en forsker skal forholde seg til utsagn fra noen man intervjuer i forbindelse med et forskningsprosjekt, ligger det at man må ta utgangspunkt i at man ikke kan forvente at denne personen er i stand til å forstå hvordan overindividuelle strukturer påvirker hennes livssituasjon og oppfattelsen av denne. Man må ta et epistemologisk brudd, det vil si at man må bryte med forestillingen om at det informanter gir seg ut for å vite om sine egne liv representerer den objektive virkeligheten. De er ubevisste på hvordan strukturer påvirker sine handlinger og de er ubevisste på paradoksene i sine framstillinger av seg sjøl. Dette er fordi virkelighetsforståelsene er nedfelt i habitus, og ikke nødvendigvis noe man kritisk reflekterer over til vanlig. Det som ligger i habitus er en integrert del av hvordan man ser verden, og det er ikke alltid at man klarer å ta et steg tilbake og se seg sjøl utenfra, og vedkjenne at strukturell påvirkning spiller inn på sine handlinger. Gjennom at kunnskap, disposisjoner og smaksdommer ligger nedfelt i habitus opplever man seg sjøl som uavhengig og at motivasjonen for ens handlinger ligger i seg sjøl, og ikke i å tilfredsstille andres atferdsforventninger. Man kan se en viss likhet i dette og hvordan Mead sier at «I» får ens handlinger til å framstå som frie og en konsekvens av egne initiativ, mens det i vel så stor grad er knytta til «Me», hvori man alltid bærer med seg andres forventninger. For å anvende Meads begreper på Bourdieus perspektiv, kan man si at den indre delen av ens *selv*, som bærer med seg sosiale

normer og kulturelle verdier, i mindre grad er i dialog med «I». Alt «I» foretar seg er basert på disposisjoner som ligger i ens habitus, som til en viss grad kan sies å være Bourdieus «Me». Likheten ligger i hvordan de er underliggende i hvordan aktøren opplever sine handlinger som autonome, og gjør at ytre påvirkning blir underspilt når man forstår sine egne handlinger og livssituasjon.

I intervjuene finner man flere ganger at ved direkte spørsmål så framhever informantene nettopp at man er frie i sine valg, at man opererer ut i fra en indre motivasjon og at ens handlinger er en følge av ens egne initiativer. Gunhild understreker at hun «pynter seg for [s]in egen del», ikke for «de andre». Marta sier at hun sminker seg fordi det er gøy og ikke fordi at hun vil at andre skal se på henne som pen. Men ved å ta det epistemologiske bruddet med i vurderinga av disse utsagnene, kan man argumentere for at dette er en illusorisk følelse av frihet, uavhengighet og egne initiativer. Denne følelsen av at man handler ut i fra *indre* motiver og idealer, representerer bare at man, slik Wilken (2008) beskriver det, først internaliserer de eksterne strukturene, for så å utøve dette som har blitt internalisert. I oppveksten tar man innover seg de idealene, normene og virkelighetsforståelsene man møter i det miljøet man vokser opp i, og når man i voksenalderen opplever det slik at grunnlaget for ens handlinger ligger i idealer man *sjøl* setter for egne handlinger, så representerer dette ikke en handling som er frikobla fra sosial kontroll. Det representerer en *indirekte* kobling mellom sosiale normer og individuell handling. Som nevnt ovenfor kan nok de fleste av disse informantenes sminkebruk sies å være forholdsvis konform, sjøl om de framhever individuelle motiver. Dette kan forstås som at det «indre» og individuelle, hvor disse motivene ligger, i stor grad er skapt gjennom at man har internalisert de idealene man har vokst opp med. Marta sier at hun begynte å sminke seg «for å være feminin». Her kan man hevde at hun i oppveksten har internalisert en forestilling om hva som anses som å være passende «feminin» atferd og at hun deretter utøver det hun har internalisert. For henne framstår det å sminke seg for å uttrykke feminitet som hennes valg og noe som er basert i hennes indre idealer, mens forestillingen om at man må sminke seg for å kunne bli akseptert som feminin er i høyeste grad kulturelt betinga og representerer en strukturell påvirkning på hennes habitus.

Påvirkninga fra de overindividuelle strukturene skjer i dette perspektivet ikke slik man forstår det i det goffmanske perspektivet, som en direkte virkning av at individet oppfatter sosiale normer og de positive konsekvensene av å etterleve dem. I Bourdieus perspektiv skjer påvirkninga på en mer subtil og indirekte måte, gjennom at ens habitus blir forma som et produkt av de eksistensbetingelsene man vokser opp i, for deretter å framstå som en naturlig del av selvet til

individet. For Johanna framstår det som selvfølgelig å ikke påføre seg sminke som ser unaturlig ut, som for eksempel det å ta på seg brunkrem, slik at man får en «oransje maske». For henne er dette helt gitt og selvforklarende. Hun oppfatter det ikke slik at hun sminker seg på den måten hun gjør som en konsekvens av en ytre påvirkning, fordi den ytre påvirkninga har skapt hennes virkelighetsforståelse.

Bourdieu forstår dette ut i fra en maktrelasjon, hvor man må forstå Johannas forfektelse av klassiske overklasseidealer om at man skal være dempet, «naturlig» og «eksklusiv» i sammenheng med hennes bakgrunn fra de øvre sosiale lag. Det som framstår som gitt og selvfølgelig for Johanna, at den kunstige og oransje brunfargen er vulgær, er ikke gitt og selvfølgelig, men noe som har blitt definert som et ideal av overklassen, og som kvinner fra de lavere samfunns lag ikke har samme grunnlag for å forstå som Johanna. Bourdieu sier at forholdet mellom ulike former for uttrykk i utgangspunktet er vilkårlig, men at det ligger i overklassens symbolske makt at denne vilkårligheten ikke vedkjennes (Bourdieu 1996). Altså er det hierarkiske forholdet mellom å være «naturlig» og «oransj» sosialt konstruert, og ikke i utgangspunktet gitt. Det som framstår som gitt for Johanna, er egentlig en del av den virkelighetsforståelsen hun har fått inkorporert i sin habitus. Dette representerer hennes posisjon i det sosiale rommet og er en konsekvens av påvirkning fra sosiale strukturer, men for henne framstår ikke det at hun lever etter idealet som påvirkning utenfra, fordi det er nedfelt i hennes habitus. Habitus er kroppsliggjort, og det er svært vanskelig å se sin egen habitus utenfra, siden hele hennes virkelighetsforståelse er basert i nettopp habitus. De virkelighetsforståelsene som ligger i habitus kan, om man skal ta utgangspunkt i det epistemologiske bruddet, være bygget på feilaktige antagelser, og derfor finner man slike sjølmotsigelser i empirien.

5.3.2. Habitus

Når informantene skal reflektere over hvorfor de opprettholder sminkebruken sin, refereres det hyppig til vane, «avhengighet» og at det ville være ubehagelig å bryte med noe som er en så sterkt forankra del av ens sjølbilde og daglige praksis. Det ville føles unaturlig for dem å slutte å bruke sminke, og når man ser seg sjøl i speilet uten sminke eller sitter hjemme en dag uten, så føler man seg ikke vel og på sitt optimale. For informantene oppleves dette som at man ikke evner å innfri krav man setter til seg sjøl, men ut i fra en habitusbasert forståelse, vil man heller forstå det slik at det dreier seg om ytre idealer man har internalisert inn i sin habitus, som man «svikter» når man

ikke innfrir disse idealene for utseende. Johanna sier at «*hun bryr seg så fælt om hva hun synes selv...om seg selv*», istedet for at hun bryr seg om hva andre mennesker mener. Med dette retoriske grepet avviser hun sosial påvirkning, men ut i fra et habitusperspektiv kan man heller se det som at den sosiale påvirkningen har blitt en del av hvem hun og hva hun synes om seg sjøl. Å sminke seg daglig er nedfelt i hennes habitus, og det oppleves som ubehagelig og unaturlig å bryte med denne vanen. For henne framstår dette som noe som ligger i hennes indre, henne *selv*, men ut i fra Bourdieus perspektiv har denne vanen oppstått gjennom at hun har tatt innover seg forventninger og idealer i oppveksten sin.

Habitusbegrepet kan bidra til å tolke dette med å referere til djupt forankra vaner som en viktig årsak til at man sminker seg. Gjennom dette begrepet kan man koble sammen dette aspektet med smaksdommer og idealer man sjøl ønsker å etterleve. En persons habitus er altså slik Bourdieu ser det, et produkt av ens sosiale bakgrunn og oppvekst. For å kunne anvende dette begrepet slik Bourdieu definerte det for å forske på denne tematikken, ville det nok ha krevd et grundigere metodisk fokus på sosial bakgrunn, oppvekst og smak, og et mye større antall informanter for å kunne sammenligne og kartlegge dem ut i fra et sosialt rom. Intervjuguiden måtte ha vært lagt opp på en annerledes måte, med utgangspunkt i en operasjonalisering av hvordan man kan foreta en form for måling av kulturell kapital. I denne gruppen informanter er det forholdsvis liten variasjon i sosial bakgrunn, med unntak av Johanna som kan sies å komme fra en øvre middelklassebakgrunn. Faren hennes er leder i en forholdsvis stor bedrift, og hun har vokst i komfortable økonomiske kår på Oslo Vest. Marta kommer fra en lavere middelklassebakgrunn i et østeuropeisk land, og hennes følelse av annerledeshet og tilpasning til norske normer og idealer kan vise hvordan kulturell kapital om sminkebruk ikke er noe man kan tilegne seg bare ved bevissthet, at det ligger djupt forankra i ens personlighet. De tre siste informantene kan sies å komme fra relativt gjennomsnittlig norsk lavere eller midlere middelklasse, og kommer i mindre grad med utsagn som kan forstås som å tydelig reflektere deres sosiale status.

Noen av utsagnene fra Johanna som det ble vist til i forrige underkapittel om Goffman, er også interessante når man skal forstå en mulig sammenheng mellom hennes sosiale bakgrunn og hennes kulturelle kapital når det kommer til sminkebruk. I løpet av intervjuet hun gav kommer idealer som «ordentlig», «naturlig» og «eksklusiv» fram som noe Johanna anser som positivt eller noe hun føler at blir ansett som passende i hennes oppvekstmiljø. Interessant nok sier hun at når hun begynte å bruke sminke til daglig understreket faren hennes at «det må se naturlig ut». Gjennom å ha vokst opp i en familie med svært god økonomi i en bydel med høy gjennomsnittsinntekt, hvor man blir

opplært til idealer om å understreke det naturlige i sitt sminkebruk, kan man nok si at de idealene Johanna trekker fram er typiske for overklassen og at hennes kulturelle kapital bærer preg av at hun kommer fra en svært god økonomisk bakgrunn. Som diskutert i forrige underkapittel, viser hun også avstand til det vulgære sminkebruken, avstand fra dem som ikke klarer å framstå som naturlige. Hun nevner også «eksklusivt» som et positivt ideal, og her ser man at hun framhever det *distingverte*. Her kan man trekke inn Bourdieus grunnleggende syn på samfunnet som drevet av konflikt mellom samfunnsklasser, og at det i utgangspunktet ubetydelige som ligger i smaksdommer om sminke, i realiteten er en mekanisme for dominans. Uten å nødvendigvis bevisst utføre en dominerende handling, utøver Johanna makt ved å definere det vulgære, «de som er oransje i ansiktet» som underordna sine egne idealer om at sminken skal være «naturlig» og «eksklusiv». Det er dette Bourdieu kaller *symbolsk makt* (Bourdieu 1996). Symbolsk makt er å kunne uttrykke sin virkelighetsforståelse og legitimt framstille det som den gitte sannheten. For Johanna framstår disse idealene som naturlige og selvfølgelige, og gjennom å være fortrolig med disse vil hun ha fordeler i det sosiale liv. I sosiale sammenhenger som for eksempel jobbintervjuer til høystatusstillinger eller eksklusive fester, vil Johanna ha bedre forutsetninger for å framstå som en seriøs person med god smak og hun vil få lettere tilgang til sosiale kretser for og med mennesker med høy sosial status. Hennes habitus og kulturelle kapital er en nøkkel som gir henne tilgang til rom som er lukket for andre med et mer «vulgært» utseende og gjør at hun står godt rusta til å reprodusere sine foreldres høye sosiale og økonomiske status.

5.3.3. Kulturell kapital og sosiale felt

Kulturell kapital er et nyttig verktøy for å forstå sammenhengen mellom smaksdommer, sosial bakgrunn og idealer man holder eget bruk opp i mot. Som skrevet i teorikapitlet, er en av det bourdieuske perspektivets styrker at det gir et godt utgangspunkt for å kunne forstå *variasjon* i bruken av sminke. Men for å forstå Gunhilds og Lenas forhold til sine sminkepraksiser, må man trekke inn et annet element enn klassebakgrunn, nemlig sosiale *felt*. Både Gunhild og Lena kommer tilsynelatende fra forholdsvis gjennomsnittlige middelklassehjem, men gir i tillegg det inntrykket at de er svært bevisste og kunnskapsrike omkring sminkebruk, og at dette er en kilde til status i sine respektive sosiale omgangskretser, samt kanskje litt stolthet og sjøltillit. Det er kunnskap de aktivt har tilegna seg over lang tid, i stor grad gjennom tilknytning til den kommersielle kosmetikksektoren. For å forstå dette må man bli litt mer spesifikk enn å snakke om

en persons generelle kulturelle kapital, fordi det dreier seg om en snever del av dette. Men kapitalbegrepet er allikevel meningsfullt, og Bourdieus begrep om feltspesifikk kapital kan bidra til å kunne utdype denne innsnevringen. Det at disse to informantene innehar all denne kunnskapen om sminkebruk gir dem en bestemt kapital i sine sosiale miljøer.

Betydningen av ordet sosiale felt, slik det blir beskrevet i Høstaker (2006) er et mikrokosmos innenfor det sosiale rommet. I et slikt felt finnes det en egen sosial struktur, hvor ulike aktører har ulik makt, knytta til deres besittelse av den feltspesifikke kapitalen. Enhver aktør som befinner seg innenfor feltet har en spesifikk posisjon. Innenfor feltet finnes det en pågående kamp om tilgang til denne kapitalen, og et sosialt felt kjennetegnes av å være relativt autonomt. Eksempler på sosiale felt som blir nevnt er det litterære feltet, religionsfeltet og utdanningsfeltet. Bourdieu har interessant nok også skrevet om motefeltet. Ut i fra denne definisjonen blir det nok feil å snakke om et *sminkefelt*, men tanken om en feltspesifikk kapital, en kapital som gir fordeler og makt innenfor visse sosiale kontekster er uansett fruktbar. I *Habitus og livsstilenes* (1996a) rom understreker Bourdieu at hans begrepsverktøy er abstrakte representasjoner man kan anvende for å få bedre oversikt over den sosiale virkeligheten enn enkeltaktører evner sjøl, altså ikke at begrepene er noen slags objektive speilbilder av virkeligheten. Det finnes ikke *faktiske* habituser eller sosiale felt, men begrepene hjelper oss å forstå og setter fokus for forskning, jamført Nicos Mouzelis begreper om *teorier som begrepsrammer*. Jeg tolker dette dithen at så lenge begrepet om feltspesifikk kapital er fruktbart for å bedre kunne forstå denne sosiale virkeligheten, kan det anvendes, så lenge jeg ikke påberoper meg å anvende begrepet på en korrekt måte, slik Bourdieu definerer den. Å ha mye kunnskap om sminkebruk er noe som gir en kapital som kan brukes i bestemte sosiale sammenhenger. Som beskrevet i teorigapittelet er Bourdieus begrep om et *symbolsk system* også et relevant begrep når man skal forstå denne spesifikke kapitalen som er knytta til sminkebruk. Hva slags verdier som er knytta til ulike typer symboler, i dette tilfellet ulike uttrykksformer for sminke, henger sammen et klassebasert hierarkisk system hvor de symbolene som er assosiert med overklassen har høy status, mens sminkeutrykkene man ser hos kvinner fra lavere samfunnslag er knytta til tilsvarende lav status. Overklassens sminkebruk blir ansett som eksklusiv, elevert og subtil, mens arbeiderklassens er vulgær, billig og «oversminka».

Å kunne anvende seg av sminke er noe som innebærer tillært kunnskap, både i forhold til den faktiske påføringen og det å velge *rett* type sminke. Å inneha mye slik kunnskap gir den som har det en økt status i forhold til dette spesifikke feltet, altså en type kapital. Slik man kan oppfatte det fra intervjuene med Gunhild og Lena, har begge disse relativt mye av denne kapitalen. Begge bruker

tilsynelatende mye tid, energi og penger på å tilegne seg kunnskap og evner når det kommer til å bruke sminke på det som blir oppfatta som en riktig eller smakfull måte. Både Gunhild og Lena gir uttrykk for at andre i deres vennekrets søker råd hos dem om hva slags sminke man bør kjøpe og hvordan den bør anvendes. Lena sier også at «hun aldri har sett noen som har sminka seg helt uten feil», og Gunhild sier at andre søker bekræftelse hos henne på at deres sminkebruk er «riktig». Gjennom å inneha denne kapitalen får de økt status i sine omgangskretser, og kan med det også utøve en slags makt ved å være i posisjon til å kunne «godkjenne» eller kritisere andres sminkebruk. Deres råd er mer verdt enn andre som besitter mindre av denne kapitalen. Gjennom å tilegne seg denne kunnskapen over lang tid, har dette blitt en del av disse to kvinnenenes habitus. Dem som ikke innehar en like kroppsliggjort forståelse av dette symbolske systemet og har et naturlig forhold til disse idealene, har mindre av denne kapitalen. De blir «slubbertene» med «oransje masker», for å sitere Marie og Johanna, som Bourdieu kaller «*the losers in the symbolic struggle for recognition*» (Bourdieu 2000b: 142), som for alle med denne feltspesifikke kulturelle kapitalen bokstavelig talt har lav sosial status *written on their faces*. Et utgangspunkt for å kunne anvende en kapitalmetafor for sosiale forhold som bestemte idealer om sminkebruk, er at de i stor grad forholder seg som objektive og gitte for de aktørene som opererer innenfor det sosiale feltet hvor dette symbolske universet gjelder. Ut i fra dette er det interessant å merke seg at Lena i stor grad forholder seg til sminke i termer om «rett og galt», at en type sminke enten er feilaktig eller korrekt i ulike situasjoner. For henne framstår muligens idealer omkring som sminkebruk som noe objektivt, som underbygger det å anvende kapitalbegrepet.

I forhold til disse begrepene om en at innsikt i det symbolske systemet som utgjør kulturelt betingede estetiske idealer gir kapital i bestemte sosiale kontekster, er det også interessant å diskutere Martas bakgrunn fra en annen kultur enn den norske, skandinaviske eller vestlige. Hun har vokst opp til å forholde seg til sminkebruk i forhold til et annerledes symbolsk system enn det de fire andre informantene, som alle har vokst opp i Norge. I motsetning til Johanna, som gjennom sin habitus får fordeler i det sosiale liv, stiller Marta med et svakere utgangspunkt, siden hun ikke er like fortrolig med dette symbolske universet. Et type uttrykk, en type sminkebruk som Marta anvender seg av, trenger ikke å oppfattes av for eksempel Marie på samme måte som det som var intensjonen til Marta. Hun sier sjøl at det er mer vanlig å bruke *mer* sminke i hennes hjemland, å være litt mer «maksimalistisk» i forhold til et mer dempa og naturlig ideal som hun oppfatter at mange i Norge etterlever. Dette blir jo også bekrefta av Johanna som et rådende ideal. Marta påpeker denne annerledesheten i hvordan man sminker seg, og opplever seg muligens som noe fremmedgjort i forhold til å utøve denne praksisen det er å sminke seg, som hun understreker at er en viktig hobby

for henne.

5.4. Forbruksperspektiver

Fokuset i presentasjonen av empirien har ikke vært på selve forbrukshandlinga, det vil si hvordan aktøren tar *valg* om hva slags *produkter* man kjøper, og hvordan dette er et resultat av en rasjonell prosess basert på kunnskap eller på den andre side et resultat av påvirkning fra signifikante andre, reklame eller forbrukerveiledning funnet i magasiner eller gitt av personale i sminkeforretninger. Fokuset har heller vært på hvordan informantene anvender sminke i sine sosiale liv og hvordan de sjøl oppfatter dette, i samsvar med Featherstones (2007) postulat om at sosiologisk forskning på forbruk bør handle om de økende kulturelle ringvirkningene og implikasjonene ved forbruk. Sjøl om fokuset i analysene i liten grad går på det faktiske forbruket, må man uansett forstå sminkebruk i forbindelse med det som innledningsvis blir referert til som forbrukersamfunnet. Det som for disse informantene er en viktig identitetsbærer blir opprettholdt og utøvd gjennom en vedvarende prosess av anskaffelse av forbruksvarer. Og gjennom at de faktiske sminkeproduktene er en helt fundamental del av det å daglig bruke sminke, blir denne praksisen uløselig knytta til forbrukersamfunnet og dets dynamikk. I Don Slaters (1997) perspektiv *reproduserer* man kulturelle verdier ved å etterleve dem, og dette kan vært et fruktbart perspektiv for å forstå de større implikasjonene og ringvirkningene ved disse kvinnenes forholdsvis konforme praksis.

For disse kvinnene er sminke en viktig del av sine daglige liv og det oppleves som noe svært nødvendig. Det er noe man kan bygge sjølsikkerhet og andre positive følelser på, og som man føler ubehag ved å ikke bruke eller å ikke bruke på rett måte i forhold til sosiale normer eller sjølpålagte idealer. Og denne viktige delen av deres daglige livs er noe man bare kan skaffe seg gjennom forbruk, gjennom forbrukersamfunnets institusjoner. For å anskaffe seg sminke må man oppsøke kjedebutikker fylt med merkevarer og aktivt oppsøkende ansatte som får lønn ut i fra hvor dyre produkter de klarer å selge deg. Sminke og kosmetikk er noe det reklameres hyppig for på kommersielle tv-kanaler og nettsider hvor leserne er i den demografiske gruppa som bruker penger på kosmetikk. Idealene og verdier blir man subtilt eksponert for i alle slags media, gjennom snikreklame og produktplassering. Tilbudsdelen av det feltet som utgjør sminkeforbruk er helt kommersialisert og som Marie sa i sitt intervju «Det skal godt gjøres å *ikke* bli påvirka». Aktiviteten sminkebruk er uløselig knytta til forbrukersamfunnet slik det beskrives i innledningskapittelet og teorikapittelet, og gjennom å utøve en slik praksis kommer man jevnlig i kontakt med strukturelle

krefter gjennom butikker, reklame, internett eller populærkultur, hvor de kreftene som tjener penger på sminkebruk søker å utøve påvirkning på forbrukere. Slike aspekter ved sminkebruk har ikke fått stor plass i denne teksten, men tematikken er uansett sterkt knytta til dette forskningsfeltet. Det at forbruk har en voksende betydning og er en viktig del av den kulturelle dynamikken i dagens samfunn, forblir et viktig bakteppe for å forstå hvorfor denne studien er aktuell.

5.5. Kjønnsperspektiver

På samme måte som forbrukersamfunnet er en essensiell brikke i puslespillet for å forstå disse informantenes situasjon, er også kjønnsaspektet viktig. Og dette har heller ikke fått prioritet i presentasjonene og tolkningen av empirien, uten å det trenger å bety at kjønn ikke er et viktig element når man skal forstå sminkebruk. Med utgangspunkt i at hovedproblematikken denne avhandlinga forsøker å belyse er individuelle, uavhengige valg kontra ytre påvirkning og ønsker om å tilpasse seg, er kjønnsaspektet i denne sammenhengen mest interessant i forhold til om det kan gi nye vinklinger på hvordan man kan forstå ytre påvirkning eller eventuelt fravær av nettopp dette. Kan man ved å undersøke forestillinger om kjønn, kjønnsspesifikke idealer eller hvordan informantene forholder seg til det motsatte kjønn, bedre forstå hvorvidt disse kvinnene forstår seg sjøl som influerte av omgivelsene eller autonome i sine handlinger? De sosiale normene som finnes i samfunnet knytta til sminkebruk er kjønnsspesifikke, men i denne empirien har det ikke kommet fram noen sterke indikasjoner på at disse kvinnene oppfatter det slik at det sosiale presset om sminkebruk kommer spesifikt fra menn eller at deres forhold til det motsatte kjønn er en essensiell del av årsaken til hvorfor man sminker seg til daglig. I disse intervjuene blir som regel spørsmål som går på ønske om å framstå som attraktiv for det motsatte kjønn eller å tilnærme seg idealer for hva som er seksuelt attraktivt avfeid med at dette ikke er viktig, eller med mer generelle utsagn som «man vil jo ta seg bra ut». Jeg kan ta et forbehold om at en intervjuguide og et forskningsdesign som i større grad var konstruert for å belyse kjønnsaspektet, godt mulig ville ha vært bedre rusta til å vise flere underliggende mekanismer, hvor viktigheten av kjønnsaspekter bedre kunne ha kommet fram i lyset.

Marta sier at en av de viktigste grunnene for at hun begynte å sminke seg på ungdomsskolen var for å være «feminin», og at dette fortsatt er et viktig element i hennes sjølførståelse i forhold til sminkebruk, men hun avviser at dette var relatert til å tiltrekke seg guttene i klassen. Hun sier implisitt at idealet om at man måtte sminke seg for å kunne framstå som feminin var noe hun fikk

fra søsteren sin og hennes vennegjeng, og at hennes eldre søster var et forbilde for hvordan hun som ung jente kunne bruke sminke til å se ut på en måte som Marta anså som attraktiv og kvinnelig. Her ser man utgangspunktet for *doing gender* er fruktbart, nemlig at Marta føler at hun må være kvinnelig på et bestemt og på forhånd definert sett for å kunne bli akseptert som kvinnelig. Hun følte at hun i sitt daglige liv måtte tilpasse seg et bestemt ideal for å kunne være feminin i andres øyne. Men Marta forstår altså ikke dette sjøl som en inntrykkstyrende teknikk for å oppnå positiv respons hos det motsatte kjønn eller at hun ville oppnå bekreftelse fra guttene i klassen på at hun var feminin og attraktiv. Her ser vi kimen til et paradoks som skal utdypes nærmere i diskusjonen nedenfor, nemlig at aktøren ikke vedkjenner at andres forventninger spiller en rolle, sjøl om atferden man bevisst velger i stor grad er i tråd med disse forventningene. Dette kan forstås på flere måter, og eksempler på dette finnes flere steder i empirien, og ikke bare knytta spesifikt til et kjønnsaspekt. Det blir naturlig å stille spørsmål med om ikke aktørene opplever seg sjøl som mer uavhengige og frigjorte enn man egentlig er, sjøl om man skal være forsiktig med å hevde akkurat hvordan virkeligheten til informantene «egentlig» er. Det vil som nevnt bli grundigere diskutert nedenfor.

Men det finnes også et par tydelige eksempler på åpne anerkjennelser av bevissthet på hvordan ens sminkebruk kan brukes som inntrykkstyring når man omgås mennesker av det motsatte kjønn man har lyst til å få bekreftelse og aksept fra. Gunhild sier at hun er bevisst på at mannfolk foretrekker at man heller «sminker seg ned» enn at man har på seg for mye sminke, og hun sier at hvis hun skulle ha dratt på en date med en mann hun ikke kjente fra før av, så ville hun tilpasse seg dette idealet. Johanna sier at hun er klar over hvordan man kan sminke seg på mer «eksotiske» måter når man skal på et utested, for å eventuelt bruke dette når man skal flørte med noen fra det motsatte kjønn. Begge disse utsagnene viser bevissthet rundt hvordan sminke kan brukes i inntrykkstyring for å oppnå ønsket respons fra menn. Fra et bourdieusk perspektiv kan man si at menn har definisjonsmakt, *symbolsk makt* til å kunne definere en forventning om visse typer manipulasjon av utseende som naturlig og gitt. Kvinnene opplever det som at man kan oppnå fordeler ved tilnærme seg disse forventningene, og menn har som det dominante kjønnnet makt til å sette slike standarder.

Men en slik maktrelasjon kan man nok bare indirekte utlede av dette datamaterialet. Det kommer ingen innrømmelser om man ved å sminke seg i menns nærvær gjør noe man egentlig ikke *vil*, eller at det står i motsetning til det man oppfatter som sin egne interesser. Heller enn å forstå det kjønnslige aspektet som et maktforhold, hvor menn har satt en standard kvinner er nødt til å følge for å bli akseptert, finnes det en bevissthet om hva slags idealer menn har og at å tilnærme seg disse

idealene vil være atferd man kan få positiv respons på. Det innebærer ikke nødvendigvis noen tvang eller maktutøvelse, men at på samme måte som man veit at man vil få bedre service i en forretning hvis man ser «velstelt ut», veit man å sminke seg på en måte som er i overensstemmelse med idealet vil kunne få positiv oppmerksomhet fra det motsatte kjønn. For Lena oppleves det å ha et register å spille på, å ha kunnskap om hva slags sminke som passer i ulike sammenhenger og som hun veit hun får positiv respons som noe positivt, noe myndiggjort. Hvis man tar det utgangspunktet at å manipulere utseendet vil gi fordeler i bestemte sosiale sammenhenger, kan man forstå disse kvinnene som aktive, kreative og handlende, og at de anvender en tillært egenskap for å oppnå noe man ønsker å oppnå, som er positiv oppmerksomhet fra det motsatte kjønn.

5.6 Diskusjon

5.6.1. Aktør eller struktur?

Hvordan kan man forstå informantenes situasjon ut i fra skillet mellom autonome handlinger og strukturell eller sosial påvirkning? Hva sier funnene i denne oppgava om aktør/strukturproblematikken? Mennesker er grunnleggende sosiale vesener. Man blir født inn og oppdratt som et individ i et allerede eksisterende samfunn hvor ulike sett av idealer, normer og verdier er djupt forankra i kulturen og strukturer. Hvis man ser bort fra tankeeksperimenter om eremitter, den hobbesianske naturtilstanden eller mennesker som er oppdratt av ulver, blir det absurd å forstå mennesker som helt *upåvirkta* av det samfunnet de er en del av. Gjennom å lære å kommunisere og gjøre moralske eller estetiske vurderinger internaliserer man disse idealer, normer og verdier, og de blir uløselig knytta til tenkemåte og det grunnlaget man legger handlingsvurderinger på, uansett om man definerer sine egne personlige verdier i *kontrast* til disse gjeldene normene i storsamfunnet. De normene for sminkebruk som er gjeldende i Norge i 2010 er unike for dette tidspunktet, og sjøl om man måtte forstå sin egen praksis som uavhengig fra disse normene, vil ens opprør eller uavhengighet uansett stå i en estetisk relasjon til det samtidige idealet man anser seg sjøl som frigjort fra. For å kunne diskutere om en person opptrer autonomt i måten hun sminker seg på, er man nødt til å ta utgangspunkt i at denne friheten er forankra i et sett av kulturelt betingte verdier. Enhver menneskelig handling skjer i en bestemt kulturell kontekst, og må forstås deretter.

Sminke, en visuell manipulasjon av ens eget utseende, gir svært begrensa mening i andre sammenhenger enn den kulturelle og dermed det sosiale. Hva som er kjønnslig tiltrekkende er nok

på mange måter genetisk betinga, og dermed noe som går på tvers av kulturer, men det er tvilsomt om en person fra en radikalt annerledes kultur ville ha gjort forskjell på det distinksjonsmessige skillet mellom den naturlige, eksklusive og korrekte sminken som her blir holdt fram som ideal, og den vulgære og kunstige «looken» som blir holdt fram som skrekkeksampler. Begge deler representerer en manipulering av utseende, og skillet mellom disse to idealene er sosialt konstruerte. På samme måte som språk er mer eller mindre uforståelig utenfor den kulturell konteksten det er forankra i, vil også sminkebruk inneha slike tidsspesifikke verdier knytta til ulike uttrykk og symboler. Det er et symbolsk system, slik Bourdieu bruker dette begrepet. I England på 17- og 1800-tallet var det å se svært bleik ut ansett som attråverdig, og det ble oppnådd ved å bruke mye pudder. Idealet var tilknyttet overklassen, fordi det å være bleik signaliserte at man ikke var i arbeid, altså at man var økonomisk velholden (Black 2004). På denne tida var det å ha mye farge i ansiktet assosiert med å være i fysisk arbeid, og ble ansett som vulgært, jamført begrepet «redneck», som knytter det å være fra de lavere sosiale lag i rurale strøk, med det å ha en hudfarge som bærer preg av å jobbe i sola. Idealet om å være brun i huden, assosiert med å være «sunn» og «livskraftig» vokste fram seinere, i takt med Hollywood-livsstilen og at turisme til varme strøk i utgangspunktet var noe som var forbeholdt de rikeste (Featherstone 1991). Hva som ligger i et sminkeuttrykk er med andre ord i stor grad kulturelt betinga, det er et kulturellt uttrykk som bare gir mening innenfor den kulturen man er en del av. Det er et språk man kan uttrykke seg og kommunisere med, men for at andre mennesker skal oppfatte hva man ønsker å uttrykke er man nødt til å ha den mer eller mindre samme oppfatninga av hva ulike tegn betyr, altså en kulturell forankring. Man må være vokst opp til å forholde seg til det samme symbolske systemet for å kunne bruke sminke som kommunikasjonsmiddel, i den forstand at mottakeren oppfatter symbolbruken slik avsenderen hadde til hensikt. Det er vanskelig å se på sminkebruk som noe annet enn sterkt forankra i det sosiale og kulturelle, at det dreier seg om hvordan man framstår for andre mennesker.

Samtidig er det viktig å understreke at skillet mellom det å være autonom og det å være påvirka er teoretisk konstruert. Med utgangspunkt i Bourdieus epistemologiske brudd, kan man ikke anta at informantene er bevisste på dette motsetningsforholdet, eller at de tenker på denne tematikken på en måte som sammenfaller med det teoretiske skillet som er grunnlaget for denne teksten. Når Gunhild sier at hun ikke bryr seg om hva andre mennesker måtte mene om henne, så er det vanskelig å peke på om dette representerer et syn om at hun er *helt* uavhengig av sosial og strukturell påvirkning, eller om hun vedkjenner at friheten er forankra i en bevissthet om sosiale normer. Man skal være forsiktig med å projisere teoretiske perspektiver på informantenes ikke-akademiske refleksjoner rundt sine egne liv, sine valg og sine praksiser som forbrukere. Refleksjonene informantene har

kommet med i disse intervjuene må i tillegg forstås som subjektive, og man har begrensede muligheter til å trekke slutninger om hvorvidt den faktiske atferden deres er autonom eller om den bevisst eller ubevisst er basert på et ønske om å innrette seg eller bli akseptert. Det man *kan* analysere er om de anser seg sjøl som frie eller påvirka, eller om de eventuelt åpner opp for et mer fasettert perspektiv hvor både frihet og påvirkning vedkjennes. Deretter kan man sammenligne, tolke og diskutere disse refleksjonene med utgangspunkt i det begrepsapparatet man har tilgjengelig.

Funnene i dette forskningsprosjektet viser i stor grad viktigheten av å forstå menneskelig handling både som resultater av tenkende, handlende og bevisste individer og at ytre påvirkning på mellommenneskelig og strukturelt nivå setter klare rammer for individenes handlinger. Disse kvinnene velger sjøl hva slags sminke de skal bruke og de gir i liten grad uttrykk for å gjøre dette på tvers av det de opplever som sine egne interesser. Ingen av informantene forteller om sitt sminkebruk som noe de egentlig ikke har lyst til å gjøre eller som slags et nødvendig onde, men opplever at det stort sett er knyttet til positive følelser, at det er noe man kan bruke til å uttrykke seg med og noe man mestrer. Jeg har ikke grunnlag for å si at disse kvinnene opplever forventninger om sminkebruk som at samfunnets strukturer tvinger dem til å gjøre noe de opplever som ubehagelig eller som en slags tvangstrøye, at de føler at de blir tvunget til å utøve en usunn skjønnhetspraksis, slik radikale feminister som Sheila Jeffries (2005) forstår sminkebruk i dagens samfunn. Disse informantenes subjektive oppfattelse av sine egne handlingsrom og praksis bærer altså i stor grad preg av et positivt syn.

Men det at informantene ikke opplever ytre påvirkning som en viktig faktor når de skal forstå hvorfor de gjør som de gjør, betyr ikke at denne påvirkningen er fraværende i dette empiriske materialet. Det strukturelle, sosiale elementet kommer klart fram i informantenes beskrivelser av sine sminkepraksiser og selvrefleksjoner. Av og til i eksplisitte vedkjennelser, men oftere på en indirekte måte man kan påpeke gjennom å benytte seg de teoretiske begrepsverktøyene til Bourdieu, Goffman og Mead. Informantene framstiller sitt eget sminkebruk som i stor grad konformt, altså at man ikke bruker sminke for å vise fram noen slags avvikeridentitet eller at de har et svært annerledes bruk enn andre i sin vennekrets. Når informantene forstår sine egne valg som grunnlagt i egne idealer, kan man stille spørsmål ved hvorfor disse idealene i såpass stor grad er sammenfallende med de idealene som kan anses som allmenne og konforme. Her kommer et sentralt paradoks fram i lyset, ved at det som tilsynelatende oppleves som individuelt og fritt av aktøren, fra utsiden kan forstås som å være i tråd med normen. Med andre ord velger man det

konforme handlingsalternativet, men ens egen forståelse av dette valget var at det ble gjort helt uavhengig av sosiale normer. Sjøl om man ikke nødvendigvis skal anta at informantene ikke genuint opplever denne følelsen av eget initiativ, blir det naivt å anta noe annet enn at dette reflekterer at disse enkeltindividene har blitt forma av denne kulturen de er en del av. Man kan altså argumentere godt for at disse informantene opplever seg sjøl som friere og mer autonome enn det de i virkeligheten er, eller med andre ord at denne selvforståelsen hos informantene står i kontrast til de konklusjonene man kan utlede av å analysere dette datamaterialet ved hjelp av de teoretiske verktøyene jeg har anvendt meg av.

5.6.2. Teoriens bidrag til å øke forståelsen

Bidrar teoriene til å bedre forståelsen av empirien? Er det noen interessante og aktuelle aspekter ved empirien som ikke blir fanga opp av disse teoretiske verktøyene? Begge de primære teoriene fanger opp i seg det elementet som ble trukket fram ovenfor, at man strengt tatt ikke kan forstå sminke uten å inkludere et element av sosial påvirkning og at det bare gir mening innenfor rammene av kulturelle normer og idealer. Men dette forklares på ulike måter. Hos Goffman og symbolinteraksjonismen har man et fokus på det aktive individ som handler på bakgrunn av en bevissthet omkring normer, forventninger og hva man kan oppnå av reaksjoner ved hjelp av ulike typer sminkebruk, mens Bourdieus perspektiv tegner et bilde av en aktør som har denne kunnskapen om normer, forventninger og potensielle reaksjoner på ulike typer atferd som disposisjoner i sitt eget sinn, hvor forståelsen av situasjoner og ens disposisjoner om hva som er det ideelle å gjøre i denne situasjonen er uløselig sammenknyttet. Begge perspektivene fanger opp aktive og kreative individer som handler ut i fra en bestemt logikk, ut i fra hvordan de oppfatter konteksten de befinner seg i. Samtidig har man begrepsverktøy for å identifisere pre-eksisterende og allmenne ytre faktorer som setter rammer for handling, altså at aktører lærer og utøver sin praksis i et symbolsk system som eksisterte *før* aktøren. Teorien gir også muligheter til å koble sammen elementer som i en ikke-teoretisk lesning av empirien ikke ville ha blitt belyst, og teorien gjør det mulig å vise hvordan tematikken er interessant utover å være en analyse av fem kvinners vaner og refleksjoner omkring noe som i utgangspunktet er forholdsvis trivielt. Teorien gir også mulighet til å dekonstruere visse retoriske grep informantene tar i bruk for å presentere seg sjøl som uavhengige, og det gir verktøy for å vise hvordan bildet nok er mer komplekst enn det informantene framstiller det som.

Et element som muligens ikke fanges fullt opp av disse to perspektivene, er den positive mestringsfølelsen som ligger i det å kunne mestre dette «språket» eller feltet. Sosiale felt og feltspesifikk kapital viser hvordan det å ha kunnskap om bruk av sminke gir en slags makt og status innen dette feltet, men disse begrepene gjør at man forstår dette i et strukturelt lys, i forhold til aktørens posisjon i strukturen. Inntrykkstyring gir et bilde av en noe kynisk aktør som instrumentelt anvender sin egen kropp som et middel for å oppnå sosial anerkjennelse. Et annerledes syn på dette kan være å trekke videre på metaforen om de signalene man sender ut med sitt sminkebruk som et slags språk. Å mestre dette språket, å kunne være akkurat den man vil være i enhver sosial situasjon gir en aktør en stor handlefrihet og en positiv mestringsfølelse. Et slikt mer myndiggjort og positivt syn på at aktører uttrykker seg sjøl gjennom forbruksvarer kunne kanskje ha blitt bedre belyst ved å inkludere teoretikere som forstår individet i dagens samfunnet på en mer positiv og skapende måte, som for eksempel Anthony Giddens.

Et interessant aspekt som dukket opp i empirien, men som delvis lå litt utenfor det feltet jeg forsøkte å belyse gjennom teorivalgene, var det etniske og mellomkulturelle aspektet som ble trukket inn ved at en av informantene har vokst opp i et annet land enn Norge. Hun uttrykker også at hun har følt seg annerledes og at hun ikke har passet inn, samt følt at hun har måttet tilpasse seg til norske normer for sminkebruk og at dette har bydd på utfordringer. Å utforske etnisk identitet og en utenforståendes møter med særegenheter i norsk kultur er ikke formålet med denne avhandlinga, men det er interessant for å belyse hvordan det å bruke sminke på en «korrekt» måte er en praksis man må lære seg, som i stor grad henger sammen med kulturelt betingte skjønnhetsidealer og trender. Det underbygger argumentet om at man må se på sminkebruk som kulturelt forankra og at de idealene informantene forfekter er noe de har tatt opp i seg gjennom sosialisering, og at det må forstås ut i fra deres sosiale bakgrunn. Martas «annerledeshet» bidrar til å belyse det sosialt konstruerte og kulturelt betingte aspektet ved sminkebruk i denne teksten.

5.6.3. Et mer refleksivt habitusbegrep?

Er det mulig å oppnå en dypere forståelse og et mer anvendelig teoretisk verktøy ved å overskride dette skillet mellom de to primære teoretiske perspektivene? Viser anvendelsen av disse to perspektivene noen svakheter ved disse respektive begrepsapparatene?

Ytterpunktene når man setter opp Goffman og Bourdieu ved siden av hverandre blir henholdsvis en kynisk, beregnende og svært bevisst aktør som forholder seg instrumentelt til sitt eget utseende for å oppnå sosial aksept, anerkjennelse eller aktelse, og på den andre siden en aktør som handler ut i fra handlingsdisposisjoner man har tatt innover seg i sin oppvekst og sosialisering. Det blir muligens noe unøyaktig å si at Bourdieus aktør er *ubevisst*, i den forstand at man handler mekanisk på en impuls innenfra, men å handle ut i fra habitus innebærer på mange måter mindre grad av bevissthet. Man er ikke til enhver tid bevisst på hvordan man framstår i ulike situasjoner og på hvordan man skal tilpasse atferden og utseende for å bli oppfatta på mest mulig ønska måte i forskjellige sosiale sammenhenger. Hvordan man skal se ut og hvordan man skal oppføre seg i ulike situasjoner er i mye større grad noe man ubevisst gjør, eller kanskje rettere sagt *underbevisst*. Man tilnærmer seg ikke sitt eget utseende på en instrumentell måte, man handler ut i fra det som føles naturlig. Bourdieus aktør setter ikke spørsmålstegn ved grunnleggende trekk ved sin egen tilværelse til vanlig og det å følge de disposisjonene og skjemaene som ligger i habitus blir oppfatta som gitt og noe det føles unaturlig å gå i mot. Hva slags disposisjoner som ligger i habitus er i stor grad stabilt, og i svært liten grad noe som endres på kort sikt.

En kritikk mot dette aktørsynet kan være at det i for liten grad tar hensyn til at dette symbolske systemet knytta til sminkeuttrykk forandrer seg i et forholdsvis høyt tempo. Hvis grunnlaget for en persons handlinger er relatert til djupt forankra disposisjoner og virkelighetsforståelser, hvordan kan man da forklare det at man hele tiden må tilpasse seg til skiftende trender og at et uttrykk som anses som eksklusivt og hipt ett år, kan bli ansett som utdatert og kjedelig to-tre år seinere? Johanna reflekterer i sitt intervju over at hun hadde et helt annen sminkebruk for fire-fem år siden og at hun opplever det som utfordrende å holde tritt med idealene. Hvordan kan man forklare denne bevisstheten og tilpasningsdyktigheten i forhold til skiftende trender og en kontinuerlige endring i hva slags mening som ligger i ulike symboler? Et forslag kan å være å trekke inn et mer bevisst, fleksibelt og refleksivt element inn i habitusbegrepet når man skal forstå slike kulturelt betingta praksiser som er i konstant endring. Man kan anta at idealer for sminkebruk blant unge jenter forandrer seg i en høyere hastighet enn for eksempel etikette for hvordan man skal oppføre seg i det dannede selskapslivet eller hvordan man skal te seg for å oppnå høy sosial status innen det akademiske feltet. Bourdieus forstår sosiale strukturer som i svært liten grad i endring, mens forbrukerteoretikere som Bauman har denne konstante forandringen av idealer og verdier som en naturlig del av sitt perspektiv.

Med et mer *refleksivt* habitusbegrep mener jeg at selvet, i dette tilfellet habitusen, i større grad er i

dialog med de skiftende idealene og trendene, og tilpasser sitt eget bruk etter bevisstheten omkring dette. En konstant bevissthet, en direkte kobling mellom individ og struktur, er bedre egna til å kunne forklare hvordan mennesker forholder seg til endringer i idealer, verdier og forventninger. Gjennom slike mekanismer for bevissthet omkring forventninger, tilpasning og sjøl-overvåkning som blir beskrevet hos Mead, tar man innover seg disse kontinuerlig skiftende forestillingene om hva som er «riktig» sminkebruk. Den kontinuerlige bevisstheten og beregnende tilnærmingen til eget utseende som finnes i perspektivet til Goffman på sin side, kan man på sin side kanskje hevde at i for liten grad tar hensyn til vane. Å skulle ta en mer eller mindre grundig analyse av hva slags type forventninger som finnes i hver enkelt sosiale sammenheng og hva slags effekt man kan oppnå med diverse sminkeuttrykk framstår som en noe tidkrevende og bryksom mental prosess å gjennomføre til daglig. Det er mer plausibelt at man i stor grad gjentar atferdsmønstre som man oppfatter at har gitt positiv respons i tidligere sammenhenger. Med et mer refleksivt habitusbegrep kan man forstå det slik at ens kroppsliggjort forståelse av idealer og forventninger gradvis endres gjennom en i større grad *refleksiv* prosess. Hvis det oppstår en endring i dette symbolske systemet, i form av en ny trend, vil man først føle dette som noe muligens går litt på tvers av sin egen smak, før man gradvis tar det opp i seg og til slutt ikke stiller spørsmåltegn ved å utøve denne handlingsdisposisjonen. Habitusen er altså i gradvis endring gjennom det bevisste selvets oppfattelser av endringer i idealer og hva slags utseende man får positiv respons på.

Den utpregede stabiliteten og mangelen på fleksibilitet som ligger i ideen om disse sterkt kroppsliggjorte og djupt forankra skjemaene for forståelse og handling, gir begrensa grunnlag for å forstå hvordan aktørene forholder seg til den realiteten de lever i. Å ha en slik nesten statisk forståelse av hva som er den korrekte måten å sminke seg på i ulike sosiale sammenhenger, er ikke en god sosial «overlevelsestrategi» dagens samfunn og ved å myke opp denne stabiliteten og innlemme en større grad av *bevissthet* rundt normer, idealer og verdier, og hvordan dette endres, står habitusbegrepet bedre rusta til å forstå aktøren i forbrukersamfunnet.

6. Avslutning

Formålet med denne masteravhandlinga har vært å utforske hvordan forbrukere av sminke forstår sin egen brukerpraksis og å analysere dette ut i fra en teoretisk dikotomi om å se på en slik type menneskelig handling som fri, uavhengig og basert i indre motiver eller på den andre side som noe man hovedsakelig må forstå ut i fra ytre påvirkning og ønsker om å bli akseptert av andre. I dette kapittelet skal jeg først oppsummere funnene, før jeg diskuterer hvordan dette mer generelt kan belyse forbrukerroller og hvordan fremtidig forskning potensielt kan utforske denne tematikken videre.

6.1. Empiriske funn

De empiriske funnene bærer preg av at informantene har et nært forhold til sitt sminkebruk, at det er sjølsagt og udiskutabel del av ens hverdagslige rutine og sjølpresentasjon. Det er ikke noe som i spesielt stor grad blir stilt spørsmål ved eller problematisert til daglig. Samtidig kan det å skulle forholde seg til idealer om sminkebruk oppleves både som positivt i form av mestringsfølelse og positiv oppbygging av selvbilde, og negativt i form av at det er et press man føler man må etterleve. I all hovedsak fokuseres det klart mest på de positive og tilfredsstillende aspektene ved denne praksisen.

I forhold til den primære problematikken om hvorvidt informantene oppfatter sin egen brukerpraksis i forhold til et skille mellom fri og uavhengige individuelle handlinger kontra ytre påvirkning og ønsker om å bli godt likt, gir empirien et komplekst og tvetydig bilde. Man kan finne indikasjoner på strukturell påvirkning på informantenes idealer, praksis og virkelighetsforståelse. Den sminkebruken disse informantene forteller om er i stor grad i harmoni med de rådende idealer og praksisene er tilsynelatende djupt forankra i vaner og stabile selvoppfattelser. Man finner flere indikasjoner på at man i sine handlinger søker mot konformitet, aksept og å innfri idealer, enn man den andre side finner utsagn som må forstås slik at sminkebruk er en del av en det å vise en sterk individualisme som går på tvers av normale oppfatninger. Et sentralt paradoks i empirien er hvordan man i stor grad er konform i sine handlinger, men opplever seg sjøl som frigjort og individualistisk. Man kan også finne indikasjoner på at man tilpasser seg til ulike sosiale sammenhenger og at sminke kan brukes i sosialt samspill for å framstå på ulike måter. Informantene er bevisste på hva

slags forventninger som finnes til sminkebruk i ulike sosiale kontekster, og bare unntaksvis velger man å bryte med disse. Informantene er også bevisste på andre kvinners sminkebruk, og definerer seg sjøl i motsetning til bestemte grupper man anser som smakløse. Gjennom sminke modifierer man utseendet sitt i bestemte retninger, og på denne måten viser man hva slags estetiske idealer man tilstreber og støtter opp under, og hva man ikke identifiserer seg med. Man viser tilhørighet og avstand gjennom sitt bruk. Enkelte av informantene er også åpne på at de har sminka seg bevisst på bestemte måter for å kunne passe inn i ulike sosiale grupper man har hatt lyst til å få aksept fra.

På tross av disse tingene, opplever altså informantene at deres handlinger i stor grad er uavhengige av ytre faktorer og grunnlagt i indre motiver og egne initiativ. Alle informantene ble stilt direkte spørsmål om man anser sitt eget sminkeforbruk som drevet av indre motiver og at man tar egne valg uavhengig av andres forventninger, eller på den andre siden om man anser sin smak som påvirket utenfra eller at man gjennom sitt forbruk søker bekreftelse. På disse spørsmål svarer alle fem informantene at den gleden man får ut av å sminke seg ligger i sitt indre og at de idealene man setter til seg sjøl er mye viktigere enn de standardene og forventningene andre mennesker stiller.

6.2. Analytiske konklusjoner

Generelt sett vil jeg hevde at de teoretiske perspektivene evner å belyse mange aspekter ved disse kvinnes refleksjoner omkring sine forbruksvaner og sminkebruk, hele tiden med en bevissthet om det overordna teoretiske skillet mellom aktør og struktur. Begge perspektivene evner å vise hvordan både individet og det som ligger utenfor individet virker inn på et enkeltmenneskes handlingsrom og atferd. Gjennom å anvende de valgte begrepsapparatene evner jeg også å kritisk tolke sjølpresentasjonen og sjøløppfattelsen informantene kommer med, og sette utsagnene deres inn i en videre sammenheng. Ved å sette to teorier med forskjellige premisser opp i mot hverandre, har jeg kunnet reflektere over det spennet som ligger i aktør-strukturproblematikken, med empirien som utgangspunkt. Øvrig teori og litteratur som har blitt anvendt til har bidratt med å nyansere forståelsen av tematikken og har vist hvordan tematikken er relevant og aktuell i en større sammenheng.

De sentrale teoretiske premissene for denne teksten har vært at unge kvinners sminkebruk er noe som må forstås som en kjønns spesifikk sosial praksis, som skjer innenfor rammene av en økende betydning av forbruk når det kommer til hvordan mennesker bærer og viser fram sin identitet, sine

idealer og sin tilhørighet. Ved å anvende begreper fra Erving Goffman og George Herbert Mead har jeg vist hvordan mennesker forholder og tilpasser seg aktivt til forventninger og idealer som finnes for utseende i ulike situasjoner. Mennesker er bevisste på hvordan man framstår for andre mennesker og man er bevisst på hvordan man kan oppnå bestemte typer reaksjoner hos andre mennesker ved å endre utseendet sitt etter bestemte idealer. I dette perspektivet er de sosiale strukturer representert i individers bevissthet om hva som forventes av dem og den handlende aktøren ligger i hvordan man aktivt og kreativt forholder seg til det å anvende seg av inntrykkstyringsteknikker for å spille på disse forventningene. Gjennom å bruke sminke kan man aktivt vise tilhørighet eller avstand til ulike sosiale grupper eller idealer. I all hovedsak søker disse informantene mot å oppnå aksept og positive reaksjoner på sitt eget utseende, og oppfører seg derfor relativt konformt. I det andre primære teoretiske rammeverket, i Pierre Bourdieus perspektiv, forstås det å bruke sminke som relatert til vaner, noe man i forholdsvis liten grad reflekterer over til daglig. Ens sminkebruk er et produkt av handlingsdisposisjoner og estetiske idealer man har i sin habitus. Man bruker sminke fordi man har tatt innover seg forventninger og idealer fra ung alder, og det oppleves som helt naturlig og gitt at man skal ha på seg sminke. Samtidig er ens idealer og praksiser for sminkebruk nært knytta til ens identitet. Hva slags idealer man har for sin egen og andres sminkebruk, vil i stor grad være en konsekvens av hva slags forestillinger man har tatt innover seg i oppveksten, som igjen vil nært reflektere ens sosiale bakgrunn. Her ligger aktørperspektivet i hvordan man utøver ens handlingsdisposisjoner og strukturen er å finne i hvordan disse disposisjonene oppstår i ens habitus.

Det jeg anser som det primære empiriske funnet er som nevnt tvetydigheten og selvmotsigelsene som ligger i hvordan informantene fremstiller seg sjøl i forhold. Ved hjelp av de teoretiske hjelpemidlene har dette blitt forstått fra ulike perspektiver. Gjennom det symbolinteraksjonistiske begrepsapparatet tolkes dette som et utfall av selektiv sjølpresentasjon, at man ikke ønsker å framstå ovenfor andre mennesker som at man ikke «sminker seg for sin egen del». I det bourdieuske perspektivet forstås denne tvetydigheten som et utfall av at aktørene ikke sjøl evner å forstå hvordan overindividuelle strukturer virker inn på deres handlingsrom og virkelighetsforståelse. Man opplever seg sjøl som genuint uavhengig, men ved å ta et epistemologisk brudd med informantens egen virkelighetsforståelse kan man vise hvordan ytre faktorer i høy grad er tilstede. Avslutningsvis har jeg diskutert ulike aspekter ved anvendelsen av disse bestemte teoretiske perspektivene på et slikt datamateriale og foreslått at et mer refleksivt habitusbegrep, altså en overskridelse av skille mellom de primære teoretiske perspektivene, vil gjøre dette begrepet bedre rusta til å forstå hvordan aktører tilpasser seg til de stadig endrende idealene, verdiene og forventningene i forbruker-

samfunnet.

6.3. Overførbarhet og videre forskning

I hvor stor grad kan man si at funnene og konklusjonene i denne masteravhandlinga kan brukes til å si noe om andre, utenforliggende situasjoner, og ikke bare for disse fem informantene? Dette er slik Thagaard (2003) forstår det å bedømme et kvalitativt forskningsprosjekts *overførbarhet*. Som tidligere nevnt, er forskning på forbruk et voksende felt innenfor sosiologien, mens nettopp dette som går på utseende og sminke er noe som i forholdsvis liten grad har blitt gitt oppmerksomhet innenfor dette feltet. Gjennom dette prosjektet vil jeg hevde at det har blitt vist at dette er en interessant tematikk som det er verdt å forske videre på. Sminke er en viktig del av disse informantenes daglige liv, og gjennom å ta i bruk teoretiske verktøy fra både forbrukersosiologien og fagets klassikere har jeg vist hvordan dette kan ses i sammenheng med diverse viktige objekter for sosiologisk forskning, som identitet, sosialt samspill, klassesifferensiering og kulturelle uttrykksformer. Thagaard (ibid: 184) sier at «*overførbarhet innebærer en rekontekstualisering, ved at den teoretiske forståelsen som er knyttet til et enkelt prosjekt, settes inn i en videre sammenheng*». Jeg skal være svært forsiktig med å antyde at de konklusjonene jeg har trukket om disse fem informantene er allmenngyldige for alle norske kvinner som er «over gjennomsnittlig interessert i sminke». Men studien viser hvordan kvinner *kan* oppfatte sine egne virkeligheter og brukerpraksiser, og hvordan dette igjen kan forstås i sammenheng med større antagelser om sosiale prosesser i det moderne samfunnet som er utbredte i sosiologiske forskningsmiljøer. Hvorvidt de generaliseringene jeg har kommet med om disse fem informantene er holdbare, er den kritiske leser sjøl i stand til å bedømme. Forhåpentligvis kan studien være en pekepinn og et holdepunkt for andre som ønsker å forske på lignende problemstillinger.

Forslag til videre forskning på relaterte problemstillinger kan for eksempel være å søke mot spesifikke miljøer eller grupper med et ekstra stort fokus på utseende, som for eksempel glamourmodeller eller kvinner som jobber i andre yrker hvor det er et stort fokus på utseende, for eksempel eksklusive klesbutikker. Med utgangspunkt i at kjønnsaspektet fikk forholdsvis liten plass i denne studien, kunne det ha vært å gått dypere inn i teorier om kjønn og laget et forskningsdesign som var bedre rusta til å se helt konkret på slike aspekter, for eksempel opp i mot det såkalte «kjønnsmarkedet» og arenaer for sjekking. Et større forskningsprosjekt med mange flere respondenter fra ulike sosiale lag kunne ha gjort at man kunne ha skissert opp et kart av idealer, merkevarer osv., slik Pierre Bourdieu har gjort det mer generelt i *Distinksjonen* (1995). Å rette

søkelyset mot yngre jenter, i ungdomsskolealder, kunne ha vist hvordan sminke blir brukt i identitetskapning og sosialt samspill i denne spesielt interessante gruppa. I intervjuene som har blitt gjennomført i forbindelse med dette prosjektet forteller informantene mye interessant om denne usikre fasen hvor man først begynner å bruke sminke og skal «finne seg sjøl». Lena, som jobber i en sminkebutikk, forteller at hun har inntrykk av at press og sosial kontroll retta mot utseende ser ut til å øke blant jenter i ungdomsskolealder.

7. Kildehenvisninger

- Aakvaag, Gunnar C. (2008): *Moderne sosiologisk teori*. Oslo: Abstrakt Forlag.
- Asdal, Kristin & Eivind Jacobsen (2009): "Å bære forbrukeransvar", i Asdal, Kristin & Eivind Jacobsen, reds. *Forbrukeransvar*. Oslo: Cappelen Akademisk forlag.
- Baudrillard, Jean (1998): *The consumer society. Myths and structures*. London: Sage Publications.
- Bauman, Zygmunt (1998): *Work, Consumerism And The New Poor*. Buckingham: Open University Press.
- Bauman, Zygmunt (2007): "Forbrukersamfunn", i Schjelderup, Gerhard Emil & Morten William Knudsen, reds. *Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Berg, Lisbet (2004): *Bivirkninger ved bruk av kosmetiske produkter*. Oslo: SIFO.
- Black, Paula (2004): *The beauty industry. Gender, culture, pleasure*. Hove, East Sussex: Routledge.
- Blindheim, Trond (2007): "Forbrukerkultur og hedonisme", i Schjelderup, Gerhard Emil & Morten William Knudsen, reds. *Forbrukersosiologi. Makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.
- Bourdieu, Pierre & Loic J.D. Wacquant (1992): *Refleksiv sosiologi – mål og midler*. København: Hans Reitzel Forlag.
- Bourdieu, Pierre (1995): *Distinksjonen. En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax Forlag.
- Bourdieu, Pierre (1996): *Symbolsk makt*. Oslo: Pax Forlag.
- Bourdieu, Pierre (2000a): *Den maskuline dominans*. Oslo: Pax Forlag.
- Bourdieu, Pierre (2000b): *Pascalian Meditations*. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, Pierre (2006a): "Habitus og livsstilenes rom" *Agora. Journal for metafysisk spekulasjon* 24(1-2): 74-111.
- Bourdieu, Pierre (2006b): "Kapitalens former" *Agora. Journal for metafysisk spekulasjon* 24(1-2): 5-26.
- Bourdieu, Pierre (2006c): "Strukturer, habitus, praksiser" *Agora. Journal for metafysisk spekulasjon* 24(1-2): 53-73.
- Bugge, Annechen & Kjersti Lillebø (2009): "«Fit», ikke fet! Forandring, forbedring og forvandlingsimperativer", i Asdal, Kristin & Eivind Jacobsen, reds. *Forbrukeransvar*. Oslo: Cappelen Akademisk forlag.

Featherstone, Mike (1991): "The body in consumer culture", Featherstone, Mike, Mike Hepworth & Bryan S. Turner, reds. *The Body. Social process and Cultural Theory*. London: Sage Publications.

Featherstone, Mike (2007): *Consumer culture and postmodernism. Second edition*. London: Sage Publications.

Frønes, Ivar & Ragnhild Brusdal (2005): "Forbrukersamfunnet. Velstand, Nyanser og Forbruk i Ojealderen", i Frønes, Ivar & Lise Kjølsvold, reds. *Det norske samfunn*. Oslo: Gyldendal Akademisk.

Goffman, Erving (1992): *Vårt Rollespill til Daglig*. Oslo: Pax Forlag

Høstaker, Roar (2006): "Sosiale felt – ein kritisk analyse" *Agora. Journal for metafysisk spekulasjon* 24(1-2): 171-197.

Jeffries, Sheila (2005): *Beauty and Misogyny. Harmful Cultural Practices in the West*. Hove, East Sussex: Routledge.

Krange, Olve & Tormod Øia (2005): *Den nye Moderniteten – Ungdom, Individualisering, Identitet og Mening*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Kvale, Steinar (1997): *Det Kvalitative Forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal.

Mead, George Herbert (1934): *Mind, Self & Society from the standpoint of a Social Behaviorist*. Chicago: The University of Chicago Press.

Miller, Daniel (1998): *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press

Mouzelis, Nicos (1995): *Sociological theory: What went wrong?* London: Routledge

Ritzer, George (2008): *Sociological Theory. 7th Edition*. New York: McGraw-Hill.

Rolness, Kjetil (1992): *Vulgær og vidundelig: en studie i utsøkt dårlig smak*. Oslo: Aschehoug.

Ryen, Anne (2006): "Ethical Issues" i Seale, Clive, Giampetro Gobo, Jaber F. Gubirum & David Silverman, reds. *Qualitative Research Practice*. London: Sage Publications.

Schiefloe, Per Morten (2003): *Mennesker og Samfunn. Innføring i Sosiologisk Forståelse*. Bergen: Fagbokforlaget.

Schjelderup, Gerhard Emil & Morten William Knudsen (2007): "Innledning", i Schjelderup, Gerhard Emil & Morten William Knudsen, reds. *Forbrukersosiologi. Makt, Tegn og Mening i Forbrukersamfunnet*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Scott, John (2007): *Fifty Key Sociologists. The Contemporary Theorists*. Oxon: Routledge.

Slater, Don (1997). *Consumer Culture & Modernism*. Cambridge: Polity Press.

Sohlberg Peter & Britt Marie Sohlberg (2001): *Kunnskapens Former. Vetenskapsteori och*

Forskningsmetode. Malmö: Liber.

Solbreække, Kari Nyheim & Helene Aarseth (2006): "Samfunnsvitenskapens forståelser av kjønn", i Lorentzen, Jørgen & Wencke Mühleisen, reds. *Kjønnsforskning. En Grunnbok*. Oslo: Universitetsforlaget.

Statens Institutt for Forbruksforskning (2008): *Beauty* (prosjektbeskrivelse). Hentet 03.11.2010 fra <http://www.sifo.no/page/preview/preview/10060/73102.html>

Storm-Mathisen, Ardis og Ragnhild Brusdal (2009): "Fy skam deg! Betragtninger rundt kritikken av unge kvinners forbruk", i Asdal, Kristin & Eivind Jacobsen, reds. *Forbrukersvar*. Oslo: Cappelen Akademisk forlag.

Svendsen, Lars Fredrik (2007): "Forbruksteoriens idéhistorie", i Schjelderup, Gerhard Emil & Morten William Knudsen, reds. *Forbrukersosiologi. Makt, Tegn og Mening i Forbrukersamfunnet*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Tangen, Karl-Fredrik (2007): "Forbruk som kamsport: Pierre Bourdieus sosiologi som verktøy for forbrukerforståelse", i Schjelderup, Gerhard Emil & Morten William Knudsen, reds. *Forbrukersosiologi. Makt, Tegn og Mening i Forbrukersamfunnet*. Oslo: Cappelen Akademisk Forlag.

Thagaard, Tove (2003): *Systematikk og Innlevelse. En innføring i kvalitativ metode*. Bergen: Fagbokforlaget.

Veblen, Thorstein (1899): *The Theory of the Leisure Class*. Amherst, New York: Prometheus books 1998.

Widerberg, Karin (2001): *Historien om et et Kvalitativt Forskningsopplegg*. Oslo: Universitetsforlaget

Wilken, Lianne (2008): *Pierre Bourdieu*. Trondheim: Tapir Akademiske Forlag.

Ørjasæter, Elin (2010): "Må kvinner være vakre?", E24.no, hentet 15.10.2010.

Vedlegg 1: Intervjuguide

Dette intervjuet er i forbindelse med en masteroppgave i sosiologi, på institutt for Sosiologi og Statsvitenskap ved NTNU. Du står helt fritt til å trekke deg fra prosjektet, når som helst i prosessen. Alle sitater fra dette intervjuet vil bli anonymisert når de blir inkludert i den endelige rapporten. Jeg vil gjerne ta opp intervjuet på bånd, hvis det er greit for deg? Jeg kommer til å transkribere intervjuet, altså skrive det ned, umiddelbart etter at intervjuet er over, og slette opptaket etterpå. Prosjektet er innrapportert hos Norsk Samfunnsvitenskapelig Datatjeneste, og jeg er pålagt å ikke bruke dataene fra disse intervjuene i noen annen sammenheng.

Greit at jeg tar det opp på teip?

Jeg kan jo først prate litt om prosjektet. Jeg skriver en masteroppgave i sosiologi, hvor jeg ser på unge kvinner med et høyt forbruk av kosmetikk. Det jeg er interessert i er å forstå det ut i fra identitet, hva slags mening man legger i det, om det er noe man primært gjør for seg selv eller for å tilpasse seg forventninger man møter i samfunnet, om det oppleves som positivt og meningsskapende eller om det er bare noe man føler man er nødt til osv.

1. forbruksmønster

Hvor mye penger bruker du gjennomsnittlig i måneden på kosmetiske produkter? Hvor stor del av ditt månedelige forbruksbudsjett utgjør dette, sånn ca? Jeg tenker først og fremst på sminke, altså synlig kosmetikk, men parfyme og hårprodukter er også relevant å snakke om.

I hvor stor grad prioriterer du det over andre ting du ellers bruker penger på, som f.eks. klær, eder, god mat, uteliv, å spare til reiser osv?

Hvor handler du? Nisjebutikk eller i en mer generell klesbutikk? Internett?

Kjøper du jevnlig, eller tar du en storhandel når det trengs?

Hvilke produkter kjøper du? Hva koster de?

Er det noen spesielle produkter, som maskara, eyeliner etc, du er villig til å betale mer for enn andre?

Kan du si noe om dine preferanser og smak? Hva er ved ditt forbruk er det som skiller seg ut fra andres, hva er din stil?

Kan du beskrive hvordan en typisk handel av kosmetikk foregår for deg? Pleier du å få hjelp av dem som jobber der? Er du åpen fra tips fra dem? Lar du ofte forbruksvalget styres av betjeningen som hjelper deg? Har du noen gang opplevd dem som for pågående, eller på andre måter utilfredstillende atferd?

Pleier du å handle aleine eller med andre?

Handler du det samme hver gang eller er du åpen for impulsivitet? Har du faste produkter,

eller skifter du ofte merker eller prøver ulike ting?

Planlegger du, eller dropper du innom? Er det basert på behov, eller er det noe du «shopper» når du har lyst til det? Er det lystbetont eller føles det mer som et pliktløp?

Anser du sminke som noe luksus, noe du kjøper når har penger til overs, eller er det noe som er helt nødvendig for deg?

Er det noen spesielle merker innen sminke, hårprodukter eller parfyme som du identifiserer deg med og føler lojalitet til? Hva er isåfall grunnen? Kvalitet eller identifikasjon?

Hvis jeg hadde, hypotetisk sett, gitt deg et bilde av to jenter, ei med dyr sminke og ei med sminke fra hennes og maurits, ville du da ha sett forskjell? Det jeg er ute etter er altså om hvordan denne kvalitetsforskjellen gir seg merke?

Syns du det er lett å vurdere kvalitetsforskjell innen kosmetikk?

2. kilder til informasjon/forbrukersosialisering

Hvor får du informasjon om aktuelle produkter eller moter?

Venner? Noen venner mer enn andre? Hvordan foregår utveksling av informasjon blant venner?

Prates det mest om kosmetikkens kvalitetsmessige egenskaper, eller om at det er moderne, annerledes, kult, at dere identifiserer dere med merket etc?

Blader? Internett? Indirekte, gjennom å se hva kjendiser har på seg?

Noen spesielle blader, tv-serier, kjendiser? Har du noen gang latt deg direkte inspirere av noen kjendiser, filmer eller slikt til å kjøpe en viss type sminke?

Vurderer du sminkebruken til fremmede på gata...er det noe du tenker mye over?

3. Praksis

Hvor gammel var du da du begynte du å bruke sminke, parfyme og hårprodukter jevnlig?

Hvordan/hvem var det som lærte deg å bruke kosmetikk? Oppfatter du det som noe som er krevende å lære å bruke? At det er en slags «skill»?

Vil du si at sminkebruk på ungdomsskolen og i tenåra var mer retta mot å passe inn eller bli likt av andre, enn det er i dag, at du har et mer modent eller avslappa forhold til det i dag?

Opplever du at det har skjedd noen radikale endringer med kosmetisk praksis siden du begynte?

Kan du si noe om utviklingen av smak, preferanser og kvalitetsforståelse? Føler du at din egen sminkebruk stort sett har gått i takt med trender eller har du utviklet en egen stil du holder ved?

Hvor lang tid bruker du vanligvis på å ta på sminke en vanlig ukedag?

Kan du kort beskrive denne rutinen? Hvordan ville den vært annerledes hvis du f.eks. skulle ut på byen?

Hvordan opplever du selv denne rutinen? Positivt, negativt, nødvendig eller er det kanskje noe du ikke tenker så mye på? Reflekterer du rundt det i dagliglivet?

Fortell om hvilke typer sosiale situasjoner som får deg til å bruke ekstra mye tid og energi på å ta på deg sminke i forkant?

Enn situasjoner hvor du ikke prioriterer å bruke mye tid på å sminke deg i forkant?

4. Motivasjon til høyt forbruk

Hvorfor er det viktig for deg å opprettholde et høyt forbruk av kosmetikk? Hvis du skal peke på én eller noen få ting som er den primære årsaken, kilden eller motivasjonen til at du bruker relativt mye tid og penger på kosmetikk?

Hvilke sosiale settinger føler du at det stilles høyest forventninger til at du «tar deg bra ut»?

Hva slags jobb har du? Er det noen forventninger om utseende der? Hvordan kom disse forventningene i såfall til uttrykk?

Er det noen vennegjenger, eller sosiale settinger med venner hvor det stilles mer krav til utseende enn andre? Har du noen venner hvor du føler at det er mer avslappa forhold til utseende, mens andre får deg til å bruke litt ekstra tid foran speilet?

Hvordan tror du venner, kolleger etc ville ha reagert hvis du hadde slutta eller kutta drastisk ned på bruket?

Kan du komme med noen konkrete eksempler på at du har fått reaksjoner på at du ikke har sminka deg, ikke innfridd forventningene i en sosial setting?

Har du noen eksempler på at du selv har reagert på at andre jenter i din omgangskrets ikke har fulgt de forventningene som blir stilt til dem?

I hvor stor grad føler du at du opprettholder et høyt forbruk på grunn å tiltrekke seg det motsatte kjønn? Eller er det sosialt press fra andre jenter som er den største bidragsyteren?

Hvis vi nå går bort i fra sosiale settinger med venner, familie, kolleger etc, til situasjoner hvor du beveger deg ute blant folk du ikke kjenner. Hva slags tanker har du om det å dra på butikken, ta bussen til skolen osv, uten å tatt på deg den sedvanlige kosmetikken? Er det noe du synes er ubehagelig?

Kan du komme på noen andre situasjoner ute i det offentlige hvor det finnes sterke forventninger om å se sånn og sånn ut? Hvordan kommer isåfall disse forventningene til uttrykk? Har du noen gang fått noen konkrete reaksjoner fra fremmede mennesker på egen framtoning?

Er det noe du har lyst til å legge til? Noe du selv har tenkt på omkring forventninger om

utseende, forbruk av kosmetikk osv?

Hva tenker du i forhold til positive og negative konsekvenser eller aspekter med ditt eget forbruk av kosmetikk?

5. Sosial bakgrunn

Utdanning?

jobb?

Alder?

Hva slags fritidsinteresser har du?

har du bodd i trondheim hele livet? By eller bygd?

Hva slags jobb har foreldrene dine?