

Forbrukermakt i parforhold

-en kvantitativ undersøkelse av beslutningsinnflytelse

Marianne Lervik



Masteroppgave i sosiologi

Institutt for sosiologi og samfunnsgeografi

Universitetet i Oslo

Høsten 2007

Sammendrag

I denne masteroppgaven benytter jeg kvantitativ analyse for å undersøke forbrukermakt i parforhold. Formålet med oppgaven er nærmere bestemt å undersøke om det er systematiske kjønnsforskjeller i innflytelse når par skal foreta beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser, eller om innflytelse i stor grad varierer med ulike strukturelle variabler. Det er forsket relativt mye de senere årene på menns og kvinners *kjøpsmønstre*. Denne forskningen viser at kvinner gjør små hverdagsinnkjøp, mens menn foretar de store og sjeldne innkjøpene (Pahl 2000). Med utgangspunkt i teori som legger vekt på at det er innflytelse over store innkjøp som gir forbrukermakt, undersøker jeg hvem i parforholdet som *bestemmer* over innkjøp av ulik økonomisk størrelse. De senere årene har det blitt et økende fokus på at dagens parforhold og familiepraksis er differensiert (bl.a. Syltevik 2000a og Beck og Beck-Gernsheim 1995). Jeg setter i denne sammenheng spørsmålsteget ved om det i dag hovedsakelig er kjønn som avgjør hvem som har forbrukermakt i parforhold, og undersøker derfor i tillegg effekten av seks andre uavhengige variabler på innflytelse: alder, samlivsform, barn, utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse. Jeg redegjør for relevant teori og tidligere forskning knyttet til hver av de uavhengige variablene. Dette fører meg frem til konkrete hypoteser om de ulike variablenes sammenheng med beslutningsinnflytelse.

Analysene bygger på datamateriale fra TNS Gallups Forbruker & Media undersøkelse fra 1997/1998. Denne undersøkelsen er Norges største kontinuerlige markedsundersøkelse, med en egen forbruksdel som besvares ved hjelp av et postalt skjema. Beslutningsinnflytelse måles på bakgrunn av ett spørsmål i forbruksdelen: Hvor stor innflytelse har du selv når husstanden velger type produkt? Respondentene har krysset av på følgende skala for ulike produkttyper: størst innflytelse – middels – minst – ingen innflytelse. Da spørreskjemaundersøkelsen omfatter et meget stort antall produkttyper, har jeg begrenset min undersøkelse til kun å inkludere produkter som er til felles bruk i en husstand, og som jeg derfor antar at paret foretar en beslutning om i fellesskap. De utvalgte produktene er samlet i ti forskjellige produktkategorier: verktøy, husholdsmaskiner, PC, underholdningsprodukter, nødvendige hvitevarer, husholdstekniske hjelpemidler,

møbler/interiør, bolig, bil og innredning. Disse produktkategoriene er valgt med tanke på at de representerer innkjøp av ulik økonomisk størrelse.

Resultatene viser at kjønn har svært mye å si for beslutningsinnflytelse. Men med utgangspunkt i teori som sier at det er innflytelse over store innkjøp som gir forbrukermakt, gir de ikke grunnlag for å si at det ene kjønn har større forbrukermakt enn det andre. Det viser seg derimot at menn og kvinner har størst innflytelse ved produkter vi tradisjonelt har knyttet til hvert kjønn. Det vil si at menn har størst innflytelse over verktøy, PC, underholdningsprodukter og bil, mens kvinner har størst innflytelse over husholdsmaskiner, nødvendige hvitevarer, husholdningstekniske hjelpemidler, møbler/interiør og innredning. Sammenliknet med kjønnsvariabelen har de andre uavhengige variablene (alder, samlivsform, barn, utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse) svært liten betydning for beslutningsinnflytelse. Disse resultatene kan tolkes på ulike måter. Jeg har valgt å legge størst vekt på å tolke resultatene knyttet til kjønn, hvor jeg benytter kjønnsforskningens konstruktivistiske perspektiver som overordnet fortolkningsramme, nærmere bestemt doing gender-perspektiver. Disse perspektivene legger vekt på at individet handler ut fra normer, og at femininitet og maskulinitet er normer som man må fremføre for omgivelsene på en konsistent måte for å få anerkjennelse som mann eller kvinne (Solbrække og Aarseth 2006:74). Man *er* ikke mann eller kvinne, kjønn skapes gjennom måten vi fremtrer på kroppslig, atferdsmessig og språklig (Bondevik og Rustad 2006:57). Slik har jeg lagt vekt på at resultatene kan ses i lys av at vi gjør kjønn gjennom de typer kjøpsbeslutninger vi tar i parforholdet, og at resultatene tyder på at det fortsatt eksisterer tradisjonelle forventninger til hvilke beslutninger menn og kvinner burde ha størst innflytelse over.

Forord

Arbeidet med denne oppgaven har vært en lang og lærerik prosess. Det er mange som har bidratt til at oppgaven har blitt slik den har blitt, og ikke minst til at jeg har klart å levere til normert tid. Det har vært et viktig mål for meg. Først og fremst vil jeg takke mine veiledere for gode innspill under hele denne prosessen. Jeg vil takke hovedveileder Randi Lavik for svært god metodisk hjelp, og for å alltid ha en åpen dør den tiden jeg arbeidet med oppgaven på Sifo. Biveileder Tove Thagaard vil jeg særlig takke for gode teoretiske vurderinger. Christian Poppe har også tatt meg vennlig i mot på Sifo når jeg har trengt hjelp med analyseverktøyet. Det er alltid hyggelig med folk som tar en i mot med et smil. Til sist vil jeg takke venner som har bidratt med forslag når jeg har luftet ulike småproblemer underveis.

Marianne Lervik

Oslo, oktober 2007

Innhold

SAMMENDRAG	3
FORORD	5
INNHold	7
TABELLOVERSIKT	11
1. INNLEDNING	15
1.1 BAKGRUNN	15
1.2 TIDLIGERE FORSKNING: KJØNN OG MAKT	15
1.3 MIN FORFORSTÅELSE	19
1.4 PROBLEMSTILLING	20
1.5 SENTRALE BEGREPER OG DEFINISJONER	23
1.6 OPPGAVENS STRUKTUR.....	29
2. TEORI OG TIDLIGERE FORSKNING	31
2.1 KJØNNSIDEOLOGI	33
2.2 PARFORHOLD: ALDER, SAMLIVSFORM OG BARN	39
<i>2.2.1 Alder.....</i>	<i>39</i>
<i>2.2.2 Samlivsform.....</i>	<i>41</i>
<i>2.2.3 Barn.....</i>	<i>44</i>
2.3 MAKTRESSURSER	47
<i>2.3.1 Utdanning.....</i>	<i>49</i>
<i>2.3.2 Inntekt.....</i>	<i>52</i>
<i>2.3.3 Yrkesdeltakelse.....</i>	<i>55</i>
3. METODE	59

3.1 FORSKNINGSDESIGN OG METODE	59
3.2 DATAMATERIALE	61
3.2.1 <i>Avhengige variabler</i>	61
3.2.2 <i>Uavhengige variabler</i>	64
3.3 MÅLINGENES KVALITET	68
3.3.1 <i>Reliabilitet</i>	69
3.3.2 <i>Validitet</i>	72
3.4 REGRESJONSANALYSE	77
4. PRESENTASJON AV RESULTATENE	83
4.1 VERKTØY	84
4.2 HUSHOLDSMASKINER	86
4.3 PC	88
4.4 UNDERHOLDNINGSPRODUKTER	90
4.5 NØDVENDIGE HVITEVARER	92
4.6 HUSHOLDSTEKNISKE HJELPEMIDLER	94
4.7 MØBLER/INTERIØR	96
4.8 BOLIG	98
4.9 BIL	100
4.10 INNREDNING	102
4.11 OPPSUMMERING AV RESULTATER	103
5. TOLKNING AV RESULTATENE	109
5.1 KJØNN	109
5.2 ALDER	113
5.3 SAMLIVSFORM	115

5.4 BARN	116
5.5 UTDANNING	117
5.6 INNTEKT	118
5.7 YRKEDELTAKEELSE	120
5.8 DIFFERENSIERTE FAMILIELIV?	121
5.9 KONTINUITET OG ENDRING	123
5.9.1 <i>Kontinuitet</i>	125
5.9.2 <i>Endring</i>	127
5.9.3 <i>Har de viktige forholdene forblitt de samme?</i>	129
6. AVSLUTNING	131
REFERANSER	135
VEDLEGG	147

Tabelloversikt

Tabell 1 Produktkategorier (N 6873)	63
Tabell 2: Prosentfordeling uavhengige variabler	64
Tabell 3: Cronbachs alpha.....	76
Tabell 4: Verktøy. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	84
Tabell 5: Verktøy. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	85
Tabell 6: Husholdsmaskiner. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	86
Tabell 7: Husholdsmaskiner. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter.....	87
Tabell 8: PC. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	88
Tabell 9: PC. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	89
Tabell 10: Underholdning. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	90
Tabell 11: Underholdning. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	91
Tabell 12: Nødvendige hvitevarer. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	92

Tabell 13: Nødvendige hvitevarer. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	93
Tabell 14: Husholdstekniske hjelpemidler. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	94
Tabell 15: Husholdstekniske hjelpemidler. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	95
Tabell 16: Møbler/interiør. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	96
Tabell 17: Møbler/interiør. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	97
Tabell 18: Bolig. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	98
Tabell 19: Bolig. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	99
Tabell 20: Bil. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	100
Tabell 21: Bil. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	101
Tabell 22: Innredning. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	102
Tabell 23: Innredning. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	103
Tabell 24: Hypoteseoversikt	104
Tabell 25: Husholdsmaskiner. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	147

Tabell 26:PC. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	147
Tabell 27:Underholdning. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter	147
Tabell 28:Nødvendige hvitevarer. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter.....	148
Tabell 29:Husholdstekn. hj.midler. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter.....	148

1. Innledning

1.1 Bakgrunn

De siste tiårene har folks forbruk økt betraktelig¹. I Norge er husholdningenes forbruk nesten tredoblet siden 1958². Samfunnet vi lever i omtales ofte som forbrukersamfunnet, hvor forbruk utgjør en vesentlig del av en husstands hverdag. Forbruk er et fenomen som ofte forbindes med noe som er umoralsk og sløsende. I denne oppgaven vil jeg se på forbruk i et annet perspektiv, jeg vil undersøke hvordan forbruk er knyttet til makt i parforhold. Forskning viser at menns og kvinners *forbruksmønstre* hovedsakelig er tradisjonelle; kvinner kjøper småting som husholdningen trenger i hverdagen og som ikke er kostbare, mens menn gjør større, mer kostbare og sjeldne innkjøp (Pahl 2000). Men er det slik at det er den som foretar innkjøpet som har størst innflytelse over beslutningen om å kjøpe? Ikke nødvendigvis. Jeg ønsker derfor å undersøke om det eksisterer et relativt tradisjonelt kjønnsmonster med hensyn til økonomisk størrelse knyttet til produktene menn og kvinner har størst *innflytelse* over når par skal foreta beslutninger om innkjøp. Dette er et område det er forsket relativt lite på i Norge de siste tiårene, og som utgjør en viktig del i debatten omkring makt i privatlivet. Slik vil denne oppgaven bidra til ny og viktig kunnskap.

1.2 Tidligere forskning: kjønn og makt

Forbruksforskning har tradisjonelt sett på paret som én økonomisk enhet (Kleppe 1984:3). Slik har man forenklet to separate individer, med ulike ressurser og preferanser, til én. I denne oppgaven ønsker jeg å se på paret som bestående av to ulike individer som sammen

¹ www.ssb.no/forbruk/

² Forbruket i gjennomsnittshusholdningen var i 1958 på 114 600 kroner (omregnet til 2006-kroner), mens det i perioden 2004-2006 var på 343 300 kroner årlig (www.ssb.no/forbruk/).

utgjør en beslutningsarena. På denne måten kan man tenke seg at det eksisterer maktmønstre innad i parforhold, også når det gjelder forbruk.

Par og makt er et tema det finnes mye forskning på. En stor del av samfunnsforskningen fokuserer på makt i parforhold som bestemt av kjønn (bl.a. Haavind 1982; Thagaard 1996; Tichenor 2005). I denne sammenheng kan vi grovt sett skille mellom to hovedposisjoner. På den ene siden finner vi den samfunnsvitenskapelige kjønnsforskningens fokus på undertrykking av kvinner. Jeg vil i det følgende kort ta for meg utviklingen innen denne forskningen. Den første samfunnsvitenskapelige kjønnsforskningen på 1950- og 60-tallet tok utgangspunkt i begrepet *kjønnsroller*. Kjønn ble her sett på som knyttet til normer, normer som er basert på en ideologi om hvordan menns og kvinners atferd bør være (Haavind 1982:150). Slik rettet de fokus mot at kjønn ikke er knyttet til biologiske og psykologiske egenskaper hos menn og kvinner, men at det blir til ved at man internaliserer normene gjennom sosialiseringen til en kjønnsrolle, og at denne sosialiseringen foregår på grunnlag av biologisk kjønn (Solbrække og Aarseth 2006: 65-66). Innen dette perspektivet mente man at kjønnsideologien er med på å legitimere kvinneundertrykkelsen. Harriet Holter, som var foregangsperson i utviklingen av den nordiske kjønnsrolleforskningen, argumenterte for at kjønnsroller er en ordening som fordeler makt ulikt mellom menn og kvinner (Solbrække og Aarseth 2006: 65-66). Rolleteorien ble etter hvert blant annet kritisert for at den gir et statisk bilde av maskulinitet og femininitet, og at den overser betydningen av historiske prosesser og sosiale variasjoner (Bekkengen 2002:18). Teorien brukes ikke lenger som forklaringsmodell innen den samfunnsvitenskapelige kjønnsforskningen.

På 1970- og 80-tallet ble begrepet *kvinneforskning* stående som en fellesbetegnelse på mye av den tidens kjønnsforskning. Kvinneforskningen fokuserte på kvinner, og deres livsvilkår og frigjøringsmuligheter i mannsdominerte samfunn. Det store spørsmålet dreide seg om hvordan mannsdominans kunne vedvare når det var bred oppslutning om likestillingsideologien (Halsaa 2006a:105). Ulike forklaringer på strukturell undertrykking av kvinner dominerte i den internasjonale kjønnsforskningen, hvor patriarkatteorien ble sentral. Det finnes flere ulike perspektiver innen denne retningen, men man kan si at det overordnede perspektivet var menns systematiske utøvelse av makt over kvinner.

Patriarkatbegrepet ble særlig sentralt innen det radikalfeministiske perspektivet, som fremstiller patriarkatet som et universelt fenomen, hvor kvinner på tvers av tid og rom blir undertrykt av menn (Solbrække og Aarseth 2006:67-68). Den feministiske samfunnsforskningens fokus på patriarkatet har blitt kritisert for å være statisk og strukturalistisk, i at den fremstiller verden som uten endring og uten subjekter. I denne posisjonen gis det lite rom for variasjoner i kvinners situasjon. Omfattende samfunnsendringer de siste tiårene har også ført til at patriarkatteoriene har vært utsatt for massiv kritikk. Det har blitt vektlagt at definisjoner av maskulinitet og femininitet, og maktrelasjonene mellom menn og kvinner, er noe som er i endring, og at patriarkatet ikke tar høyde for disse endringene (Ellingsæter 1999). I Norge fikk patriarkatteoriene lite gjennomslag.

På slutten av 1980-tallet ble kvinneforskningsbegrepet erstattet med *kvinne- og kjønnsforskning*. Dette skiftet symboliserte blant annet et utvidet fokus til kjønnsrelasjoner. Gradvis beveget forskningen seg over fra strukturelle til språklige og kulturelle forklaringer (Halsaa 2006b:119). De strukturelle forklaringene ble etter hvert avløst av konstruktivistiske perspektiver som vektla hvordan kjønn skapes gjennom samhandling i bestemte relasjoner, nærmere bestemt doing gender-perspektiver. I likhet med kjønnsrolleforskningen, tar disse perspektivene utgangspunkt i at individet handler ut fra normer. Men et viktig skille ligger i at disse normene ikke betraktes som noe individet internaliserer til en kjønnsrolle gjennom sosialiseringen, men som noe som hele tiden skapes i samhandling mellom mennesker (Solbrække og Aarseth 2006:67). Candace West og Don H. Zimmerman (1987) åpnet opp for denne tilnærmingen gjennom den sentrale artikkelen "Doing Gender". I denne artikkelen legger de vekt på at individet er sosialt tvunget til å handle på en måte som fremstår som entydig feminin eller maskulin for å bli sosialt akseptert. Slik forsøker de å forstå hvordan hierarkiske kjønnsrelasjoner i samfunnet opprettholdes gjennom samhandling (Solbrække og Aarseth 2006:70). I samfunnsvitenskapen i dag er forståelsen av kjønn som en sosial konstruksjon veletablert. For den yngre generasjonen av kjønnsforskere er denne forståelsen nesten enerådende (Prieur 2002).

En sentral kritikk av mye av den samfunnsvitenskapelige kjønnsforskningens fokus på kvinners undertrykking, er at den overvurderer menns makt og undervurderer kvinners (bl.a. Holter og Aarseth 1993; Rolness 1995; Thagaard 1996; Døving 2003). Denne kritikken representerer den andre hovedposisjonen som fokuserer på makt i hjemmet som bestemt av kjønn. Tove Thagaard fokuserer i boken "Arbeid, makt og kjærlighet" (1996), på å nyansere forståelsen av kvinnens underordning til mannen. Hun avviser den generelle gyldigheten av mannens dominans i familien, og peker på at kvinnen har mer innflytelse enn det som tidligere er antatt. Menns og kvinners grunnlag for makt er forskjellig, og deres innflytelse har ulik utforming. Mens menns makt tradisjonelt er knyttet til høyere yrkesposisjon og inntekt, finnes det relativt lite forskning på hva som er grunnlaget for kvinners innflytelse. For Thagaard er det i denne sammenheng viktig å understreke betydningen av kvinnens posisjon som familiens senter. En konsekvens av at familien tradisjonelt har vært kvinnens domene, er at kvinner antakeligvis har en større grad av innflytelse på beslutninger som tas i familien enn tidligere antatt. Makt i familien er altså ikke bare grunnlagt i menns generelt høyere yrkesposisjon, men også i at familien er kvinnens domene. Slik er menns og kvinners strukturelle grunnlag for makt forskjellig. Den dominerende forståelsen av kvinners makt legger vekt på at kvinners beslutninger er orientert mot de konsekvenser avgjørelsene har for familiemedlemmene, altså at den er relasjonell. Men Thagaard mener den relasjonelle makten ikke bare innebærer det å ta hensyn til andre, men også kontroll for å realisere egne mål. Kvinners merarbeid i hjemmet kan på denne måten representere et ønske om å ha kontroll i hjemmet. Slik innebærer kvinners relasjonelle makt en kombinasjon av det å ta hensyn og det å kontrollere familien.

I likhet med Thagaard, argumenterer Øystein Gullvåg Holter og Helene Aarseth, i boken "Menns livssammenheng" (1993), for kvinners innflytelse i hjemmet, og for dens forskjellighet fra menns. Forfatterne viser hvordan mødres innflytelse i familien kan knyttes til gaveutveksling, og deres posisjon i familiens senter. Holter og Aarseth retter fokus mot at makt synes å være uforenlig med morsfiguren, mors innflytelse oppleves ikke som innflytelse. Grunnen til dette mener de er folks vanlige forståelse av at makt er nært knyttet til mennesker som økonomiske aktører, der byttet er grunnlaget for maktutøvelse. Holter og Aarseth argumenterer for at kvinnens makt er annerledes, den har en særegen form. De knytter mors makt til en teori om gaveutveksling, hvor mors arbeid betraktes som en gave.

Mat brukes her som et sentralt eksempel på kvinners gave. Mat er tradisjonelt forvaltet av mor, hvor hun plasseres i sentrum som giveren, mens de andre familiemedlemmene blir mottakere. Det som gir giveren innflytelse over mottakeren, er at hun gir en del av seg selv når hun gir gaven. Slik argumenterer Holter og Aarseth for kvinners innflytelse i hjemmet.

I dette kapitlet har jeg sett på ulike forståelser av forholdet mellom kjønn og makt. De to hovedposisjonene, kjønnsforskningens fokus på undertrykking av kvinner og kritikken av kjønnsforskningens undervurdering av kvinners makt, representerer svært ulike tilnærminger til slike problemstillinger. I det følgende vil jeg gjøre rede for hvordan jeg vil forholde meg til disse tilnærmingene.

1.3 Min forforståelse

Som vi har sett i kapitlene overfor, har mye teori og forskning innen samfunnsvitenskapen fokusert på makt i parforhold som bestemt av kjønn. Mens den ene hovedposisjonen fokuserer på undertrykking av kvinner, argumenterer den andre for betydningen av kvinners senterposisjon i hjemmet for innflytelse. De siste årene har det dog blitt økende fokus på at dagens familiepraksis er differensiert. Liv Johanne Syltevik (2000a) legger vekt på at dagens parforhold og familiepraksis er preget av et stort mangfold, og at det er dette som er den mest dominerende endringen i familien de siste tiårene. Jeg er selv preget av denne oppfatningen, og mener det kan være grunn til å være i tvil om at det i dag hovedsakelig er kjønn som avgjør hvem som har makt i parforhold. Kan det være slik at makt i stor grad varierer med ulike strukturelle variabler, som for eksempel alder, utdanning og samlivsform? I denne oppgaven ønsker jeg å ha en nyansert tilnærming til forbrukermakt i parforhold, og vil derfor undersøke betydningen av flere variabler i tillegg til kjønn. Slik kommer min forforståelse frem som en form for kritikk av det jeg ser som den tidligere samfunnsforskningens noe ensidige fokus på kjønn, og som en videreføring av Sylteviks perspektiv.

1.4 Problemstilling

Formålet med denne oppgaven, er å undersøke om det eksisterer systematiske kjønnsforskjeller i innflytelse når par skal foreta beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser, eller om innflytelse i stor grad varierer med ulike strukturelle variabler. I tillegg ønsker jeg å undersøke om menn og kvinner bestemmer over ulike typer produkter. Som det vil bli redegjort for i kapittel 3, har jeg valgt å undersøke dette ved hjelp av kvantitativ metode. Den beste måten å undersøke dette kvantitativt, er å kontrollere effekten av kjønn for andre uavhengige variabler som kan tenkes å ha betydning. På bakgrunn av analysene, samt teori og tidligere forskning, vil jeg trekke noen antagelser om beslutningsinnflytelse i parforhold. Hovedproblemstillingene lyder dermed slik:

1. Eksisterer det systematiske kjønnsforskjeller i innflytelse når par skal foreta beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser?

2. Hvilke variabler har betydning for menns og kvinners innflytelse når par skal foreta beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser?

3. Eksisterer det systematiske kjønnsforskjeller i innflytelse når par skal foreta beslutninger om innkjøp av ulike typer produktkategorier?

For å undersøke problemstillingene tar jeg utgangspunkt i ett spørsmål fra TNS Gallups Forbruker & Media undersøkelse fra 1997/1998, hvor respondenten blir bedt om å vurdere hvor stor innflytelse han/hun har når husstanden skal velge ulike produkttyper. Da problemstillingene omhandler parforhold, tar jeg kun med respondenter som enten er gift eller samboende i utvalget. Jeg har valgt å skille mellom to typer forbruk som finner sted i et parforhold, nærmere bestemt individuelt og felles forbruk. De ulike produkttypene jeg har valgt å inkludere i analysen, er valgt på grunnlag av at det skal være produkter som er til felles bruk, og som det derfor vil være rimelig å anta at det tas beslutninger om i fellesskap.

For å kunne vurdere hvem som har forbrukermakt i et parforhold, er produktene valgt med hensyn til at de skal være av ulik økonomisk størrelse (definisjon av forbrukermakt redegjøres for i kapittel 1.5). Jeg har valgt å vurdere produktkategoriens økonomiske størrelse etter følgende rangering: små, middels store og store innkjøp. Det er viktig å være klar over at dette er en ganske grov rangering, og at et produkts økonomiske størrelse til en stor del vil kunne variere. For å oppfylle visse forutsetninger med hensyn til analyseverktøyet jeg vil benytte, er produkttypene samlet i ulike produktkategorier (redegjøres for i kapittel 3.4). Følgende produktkategorier er inkludert i undersøkelsen:

Små innkjøp

- Verktøy: innebærer produktene gressklipper og elektrisk drill.
- Husholdsmaskiner: innebærer produktene symaskin og foodprocessor. Jeg har valgt å samle disse to produkttypene i én kategori, fordi de begge er maskiner som produserer noe i en husstand.

Middels store innkjøp

- PC: innebærer produktene datamaskin og internett.
- Underholdningsprodukter: innebærer produktene TV, videospiller og stereoanlegg.
- Nødvendige hvitevarer: innebærer produktene kjøleskap, komfyr og fryser. Jeg har valgt å samle disse produktene i én kategori, fordi det er hvitevarer som de fleste norske hjem er avhengige av å ha i dag (Sandlie 1999:67).
- Husholdstekniske hjelpemidler: innebærer produktene oppvaskmaskin, vaskemaskin og støvsuger. Disse produktene har jeg samlet fordi det er produkter som har til felles at de avlaster husarbeidet.
- Møbler/interiør: innebærer produktene sofa, spisestuemøbler og tepper.

Store innkjøp

- Bolig: innebærer ”produktene” hus, rekkehus og leilighet. Denne produktkategorien representerer den største økonomiske beslutningen et par kan foreta, og innebærer slik også de største økonomiske konsekvensene. Kjøp av bolig defineres vanligvis ikke som forbruk, men som en investering. For å få med de virkelig store innkjøpene, har jeg i denne oppgaven valgt å definere kjøp av bolig som forbruk.
- Bil: innebærer produktene bil og vinterdekk.
- Innredning: innebærer produktene kjøkkeninnredning og baderomsinnredning. Selv om innredning representerer mindre innkjøp enn hus og bil vil jeg, sammenliknet med de andre produktkategoriene, vurdere denne produktkategorien som et stort innkjøp.

På grunnlag av bakgrunnsvariablene i TNS Gallups Forbruker & Media undersøkelse, har jeg valgt ut seks uavhengige variabler som skal representere strukturelle forhold. Disse er valgt ut på bakgrunn av at det er variabler som ofte blir brukt i annen forskning som forklaring på ulik makt i parforhold. Jeg vil dermed undersøke om innflytelse i stor grad varierer med følgende strukturelle variabler:

- Alder
- Samlivsform
- Barn
- Utdanning
- inntekt
- Yrkesdeltakelse

Disse variablene vil jeg gjøre grundig rede for i kapittel 2. Ulike valg som er nevnt i dette kapittelet, begrunnes nærmere i kapittel 1.5 og 3.

Hvis både kjønn og ulike strukturelle variabler påvirker maktbalansen i parforhold, er de like viktige? Det finnes konkurrerende teorier som omhandler dette. Noen legger vekt på kjønnsideologi, mens andre understreker viktigheten av strukturelle variabler. Sammenlignet med 1920 til 1960-årene, har maktbalansen mellom menn og kvinner endret seg, og familiepraksis har blitt mer differensiert (Syltevik 2000:168). Men på tross av endringer både i holdninger og praksis, og i menns og kvinners relative ressurser, kan det fortsatt være vesentlige forskjeller i kjønnes makt. I løpet av denne oppgaven skal jeg foreta noen hentydninger om betydningen av kjønn og ulike strukturelle variabler for forbrukermakt i parforhold (skillet mellom kjønn og strukturelle variabler gjøres rede for i kapittel 2).

1.5 Sentrale begreper og definisjoner

Før jeg beveger meg inn på teori og tidligere forskning som finnes på liknende problemstillinger, vil jeg avklare begreper og definisjoner som er sentrale i oppgaven.

Husstand – parforhold - familie

Begrepene husstand, parforhold og familie blir ofte brukt om hverandre, noe som gjenspeiles i teori og tidligere forskning som vil bli omhandlet i kapittel 2. Da det kan være vanskelig å skille disse klart fra hverandre, vil jeg kort gjøre rede for de ulike begrepene. Redegjørelsen bygger på SSBs definisjoner³. *Husstand* innebærer personer som bor sammen. En husstand trenger altså ikke være et par eller en familie, det sentrale er at man bor i samme bolig. *Et par* består også av personer som bor i samme bolig, men til forskjell fra en husstand må man

³ www.ssb.no/familie/om.html

være gift, partner eller samboer for å regnes som et par. I tillegg må man enten ha felles barn sammen, eller være registrert som samboere i folke- og bolig tellingen. Til sist består en *familie* av personer som er registrert bosatt i samme bolig, og som er gift, partnere, samboere og/eller som er foreldre og barn. En familie kan ikke bestå av flere enn to påfølgende generasjoner. En familie kan heller ikke bestå av flere enn ett par. Enkelt personer som bor alene regnes også som familie.

I Forbruker & Media undersøkelsen er undersøkelses enheten husstanden. Enheten som skal studeres i denne oppgaven, er *paret*. Jeg har derfor begrenset utvalget til de som enten er gift eller samboende. På bakgrunn av analyser av respondentenes vurdering av egen innflytelse, samt teori og tidligere forskning om makt i parforhold, vil jeg trekke noen antakelser om forbrukermakt i parforhold.

Rolle - kjønnsrolle, ideologi - kjønnsideologi

En *rolle* kan defineres som summen av de normer og forventninger som knytter seg til en bestemt oppgave eller posisjon i samfunnet (Aubert 1972:46). *Kjønnsrolle* er nærmere bestemt samfunnets ulike forventninger til menns og kvinners atferd og holdninger (Schiefløe 2003:475). Slik kan relasjoner i et parforhold ses på som bestemt ut fra etablerte forventninger i samfunnet. Kjønnsroller var utgangspunktet for den første samfunnsvitenskapelige teorien om kjønn. Begrepet spilte en viktig rolle ved at det viste hvordan kjønn ikke bare er biologisk bestemt, men også sosialt formet, og dermed mulig å forandre (Solbrække og Aarseth 2006:65-66).

Ideologi er et begrep som kan defineres på svært forskjellige måter. Jeg vil ikke ta fatt på denne diskusjonen her, men vil kort gjøre klart at jeg definerer ideologi som et samstemt system av tro og holdninger individer og grupper har, som er rotfestet i de sosiale og økonomiske forholdene som former folks liv, og som tjener til å gi mening til virkeligheten og å forme sosial handling (Pahl 1989:110). Siden individer har ulike posisjoner i samfunnet, i betydning av ulike sosiale og økonomiske forhold, vil det finnes mange ulike ideologier. Ulike ideologier er kanskje særlig knyttet til variabler som alder og sosial klasse,

noe jeg vil komme nærmere inn på i kapittel 2. *Kjønnsideologi* innebærer dominerende ideer i samfunnet om hva det innebærer å være mann og kvinne. Kjønnsideologi kan selvsagt variere innenfor samme kultur, men noen fundamentale ideer synes dog å være felles. Ikke i den betydning at de blir etterlevd og akseptert av alle, men at alle kjenner til ideene og tar dem i betraktning i sine handlinger (Ree-Lindstad 1993:88). I kapittel 2 vil jeg gå nærmere inn på det som av mange har blitt betraktet som den dominerende kjønnsideologien i vår kultur.

Kjønnsroller og kjønnsideologi er sentrale begreper i mye av den tidligere samfunnsforskningen på makt i hjemmet (Solbrække og Aarseth 2006:65). Som nevnt i kapitlene overfor, ønsker jeg å undersøke om det er systematiske kjønnsforskjeller i innflytelse når par skal foreta beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser. Slik vil det være naturlig å komme inn på den tidligere forskningens fokus på kjønnsroller og kjønnsideologi, for så å gå videre inn på konstruktivistiske perspektiver som dominerer i dagens kjønnsforskning.

Makt versus innflytelse

Makt og innflytelse er nøkkelbegrepene i denne oppgaven. Hittil har jeg brukt disse begrepene om hverandre, mens de egentlig har forskjellig betydning. Jeg vil derfor kort gjøre rede for dette skillet, og avklare hvordan jeg ønsker å bruke begrepene i oppgaven.

I sin doktorgradsavhandling om teoretisk versus subjektiv beslutningsinnflytelse, legger Ingeborg Astrid Kleppe vekt på nødvendigheten av å skille mellom makt og innflytelse (Kleppe 1990). Kleppe fokuserer på at makt ikke er et resultat, men et middel til å oppnå et resultat. I avhandlingen ønsker hun å kartlegge resultatet av bruk av ulike maktmetoder i en beslutningssituasjon, hvor resultatet er den konkrete beslutningen som blir tatt. I denne sammenheng mener hun en person har innflytelse når hun/han har fått sine ønsker oppfylt på bekostning av dens andres ønsker (Kleppe 1990:20). Med utgangspunkt i Kleppes begrepsavklaring, vil *innflytelse* være det empiriske begrepet som blir benyttet i denne

oppgaven. Jeg vil nærmere bestemt definere beslutningsinnflytelse som oppnådd innflytelse i en konkret felles beslutning (Kleppe 1990:1). Det er altså ikke prosessen, men *resultatet* av beslutningssituasjonen som er hovedfokus. Jeg ønsker nærmere bestemt å undersøke om det foreligger systematiske kjønnsforskjeller i innflytelse med hensyn til ulike kjøpsbeslutninger. Begrepet *makt* vil derfor innebære betydningen ulike variabler kan ha som et *middel* for å oppnå beslutningsinnflytelse i parforhold. Slike variabler kan være ulike egenskaper og ressurser som gir en person fordeler i en beslutningsprosess (Kleppe 1990:20). De sosioøkonomiske variablene som undersøkes i denne oppgaven, vil slik bli definert som ”maktressurser”.

Forbrukermakt

Som vi har sett i avsnittet over, ligger det altså et viktig skille mellom begrepene makt og innflytelse. Jeg er derfor noe overrasket over at det meste av teori og tidligere forskning som jeg har lest under arbeidet med denne oppgaven, ikke reflekterer over dette skillet (bl.a. Blood og Wolfe 1960; Thagaard 1996; Ahrne og Roman 1997). Makt fremstår for meg som det dominerende begrepet ved liknende problemstillinger. For at oppgavens tittel enkelt skal kommunisere til leserne hva oppgaven handler om, har jeg derfor valgt å starte tittelen med begrepet *forbrukermakt*. Hva mener jeg så med forbrukermakt?

Makt er generelt et vanskelig begrep. Spørsmålet om hva makt er har alltid stått sentralt i sosiologien, og uenigheten er stor. En klassisk definisjon av makt, er Max Webers definisjon: ”et eller flere menneskers sjans til å sette gjennom sin egen vilje i det sosiale samkvem, og det selv om andre deltakere i det kollektive liv skulle gjøre motstand” (Weber 1971: 53). Slik forstår Weber makt som evne til å drive gjennom beslutninger/handlinger til tross for motstand. Men det er mange ulike meninger om hva makt egentlig er, og hvordan begrepet bør defineres. Det finnes derfor ingen definisjon som kan sies å være ”den riktige”. Kleppe refererer til Dahls klassiske artikkel fra 1957, når hun behandler begrepene makt og innflytelse (Kleppe 1990:19). Her hevder Dahl at det hverken er ønskelig eller formålstjenlig med en ensretting av teorier om et så komplekst problemfelt, og at man i stedet bør ha flere teorier som er begrenset til konkrete problemstillinger. I denne sammenheng understreker

Fredrik Engelstad (2003) at en fruktbar definisjon vil være en som hjelper en i å belyse det problemet en ønsker å undersøke. Et viktig spørsmål blir dermed hvordan jeg kan måle forbrukermakt empirisk.

Et stort antall av de som har forsket på hva som er bestemmende for makt i parforhold, har brukt hvem som tar de viktige beslutningene som et mål på dette. Robert O. Blood og Donald M. Wolfe foretok en større studie på 1960-tallet av hva som gir makt i ekteskapet (Blood & Wolfe 1960). Denne studien har blitt en klassiker innen slike studier. Blood og Wolfe ser her på makt som evnen til å foreta beslutninger som påvirker familiens liv (Blood & Wolfe 1960:11). I denne sammenheng legger Rae Lesser Blumberg (1991) vekt på viktigheten av å skille mellom det å ha innflytelse over mindre innkjøp, og det å ha innflytelse over større økonomiske beslutninger. Det er innflytelse over store innkjøp som vurderes å gi makt (Blumberg 1991:100). Jeg har valgt å ta utgangspunkt i denne forståelsen, og vil bruke kunnskap om hvem som har størst innflytelse ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser, som et mål på hvem som har forbrukermakt i parforhold. Med det utgangspunkt at produktene jeg inkluderer i analysen skal være produkter til felles bruk, har jeg, til den grad datamaterialet har gjort det mulig, valgt ut produkter av ulik økonomisk størrelse. Beslutningene varierer fra innkjøp av for eksempel tepper og elektrisk drill, til større beslutninger som innkjøp av bil og bolig. Slik prøver jeg å få frem skillet mellom innflytelse over mindre og større kjøpsbeslutninger. Dette vil jeg komme nærmere inn på i kapittel 3.2.

Likestilling

Likestilling er et flertydig begrep. Begrepet har ulik betydning for folk, ikke minst for menn og kvinner. Beck og Beck-Gernsheim legger vekt på at likestilling betyr mer utdanning, bedre muligheter og mindre husarbeid for kvinner, mens det betyr det motsatte for menn. For dem betyr likestilling mer konkurranse, avkall på karriere og mer husarbeid (Beck og Beck-Gernsheim 1995: 22). Det finnes også ulike måter å være likestilte på. Mens likestilling for noen innebærer å dele likt gjennom å gjøre det samme av både husarbeid og lønnsarbeid, innebærer det for andre at begge gjør omtrent like mye, men ikke nødvendigvis det samme

av husarbeidet (Syltevik 2000a:77). Syltevik legger frem tre typer par når det gjelder forholdet mellom likestillingsideologi og praksis; 1) par som både har en komplementær kjønnsrolleideologi og praksis, hvor mor har hovedansvaret for husarbeidet og far hjelper til etter arbeidstid, 2) par som har likestillingsorientert ideologi og komplementær praksis, hvor mor ofte er misfornøyd med fars deltakelse i husarbeidet, og 3) par som både har en likestillingsorientert ideologi og praksis, hvor man deler likt på hus- og lønnsarbeid (Syltevik 2000a:ix).

Likestilling er et begrep som defineres på ulike måter. I mange sammenhenger har det vært vanlig å definere likestilling som likedeling av oppgaver både hjemme og ute⁴. I en slik definisjon legges det vekt på at både mor og far har ansvar for lønnsarbeidet, begge tar omsorg for barna, og husarbeidet deles likt. Dette gjenspeiles i mye av forskningen som vil bli omhandlet i kapittel 2. Med denne oppgavens problemstilling i fokus, har jeg valgt å ta utgangspunkt i en definisjon av likestilling som ble formulert av Likestillingscenteret i 1997:

I praksis betyr likestilling å bryte ned den kjønnsbaserte maktordningen, den kjønnsbaserte arbeidsdelingen og de tradisjonelle kjønnsstereotypiene. Kvinner og menn skal ha de samme rettigheter, plikter og muligheter på alle samfunnsområder. Dette innebærer blant annet lik rett til innflytelse, rett til å påvirke, deling av ansvar og byrder, belønning av innsats (...) ⁵

Med tanke på anvendelse i forhold til problemstillingen, vil jeg fokusere på den delen av definisjonen som omfatter *lik rett til innflytelse*. Nærmere bestemt vil jeg definere likestilling som at menn og kvinner skal ha lik rett til innflytelse ved beslutninger om innkjøp av produkter som innebærer store økonomiske konsekvenser (jf. definisjon av forbrukermakt i kapittel 1.5). I kapittel 5.9.2 og 5.9.3 vil jeg diskutere hvordan resultatene forholder seg til denne definisjonen.

⁴ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/aid/dok/NOUer/2004/NOU-2004-29/7/4.html?id=389551>

⁵ <http://www.likestilling.no/tema.html?id=2>

1.6 Oppgavens struktur

I kapittel 2 gjør jeg rede for teori og tidligere forskning for hver av de uavhengige variablene. På dette grunnlag blir hypotesene knyttet til hver uavhengige variabel utledet. Kapittel 3 omhandler metode. Her går jeg gjennom valg av forskningsdesign og metode, beskrivelse av datamateriale og utvalg, diskusjon av målingenes kvalitet, samt redegjørelse for hva slags dataanalyse jeg vil bruke. I kapittel 4 presenteres resultatene. De uavhengige variablenes betydning blir kommentert i forhold til hver produktkategori. Til sist i dette kapitlet gis det en oversikt over hypotesene, og om de får støtte eller ikke. Resultatene tolkes så i kapittel 5, på bakgrunn av teori og tidligere forskning. Til sist avsluttes oppgaven i kapittel 6, med oppsummering av tolkninger, sentrale svakheter i oppgaven og forslag til videre forskning.

2. Teori og tidligere forskning

I dette kapittelet vil jeg gjøre rede for relevant teori og tidligere forskning knyttet til hver av de uavhengige variablene. Redegjørelsen vil variere noe etter de ulike variablene. Ved kjønnsvariabelen vil jeg legge vekt på å gjøre rede for utviklingen fra en dominerende kjønnsideologi til likestillingsideologi de siste tiårene. Aldersvariabelen er nært knyttet til denne utviklingen, hvor jeg vil redegjøre for alder som forklaring på variasjoner i holdninger og atferd med hensyn til likestilling i hjemmet. Videre vil jeg legge vekt på utviklingen innen samlivsformene ekteskap og samboerskap, samt hvordan disse kan sies å være ulike med hensyn til likestilling. Jeg vil også gjøre rede for hvordan det å ha barn virker inn på menns og kvinners fordeling av arbeid både i og utenfor i hjemmet. Ved variablene utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse vil jeg gjøre rede for kjønnsforskjeller, samt hvordan ulikhet med hensyn til disse variablene kan knyttes til ulik holdning og praksis når det gjelder likestilling. Likestilling assosieres ofte med en mindre kjønn deling av hus-, omsorgs- og yrkesarbeid (jf. kapittel 1.5). Fordeling av husarbeid vil være et gjennomgående tema i dette kapittelet, som et mål på likestilling i praksis. På bakgrunn av teori og tidligere forskning vil det for hver variabel bli utledet to hypoteser om dens sammenheng med beslutningsinnflytelse, henholdsvis for menn og kvinner (begrunnes grundig i kapittel 3.3.2). Hypotesene formuleres med bakgrunn i antakelser om paret.

I sin hovedfagsoppgave i sosiologi, legger Hans Christian Sandlie (1999) vekt på at man i samfunnsvitenskapen ofte viser til strukturelle og kulturelle skillelinjer når man forsøker å forklare variasjoner i holdninger og atferd. Slik kan man dele befolkningen inn i grupper etter ulike kjennetegn (Sandlie 1999:46). Jeg vil i det følgende gjøre rede for disse skillelinjene.

”*Sosial struktur* er et fast mønster som plasserer mennesker i forhold til hverandre” (Schiefløe 2003:222). Sosiale strukturer bygges blant annet opp av posisjoner, det vil si plassene i den sosiale strukturen som innehas av personer (Schiefløe 2003:193). Slik innebærer strukturelle skillelinjer tilskrevne posisjoner, som for eksempel alder og kjønn,

samt oppnådde posisjoner, som for eksempel utdanning, yrke og inntekt. I en posisjon utsettes man for forventninger fra andre, både med hensyn til holdninger og atferd (Schieffloe 2003:194). Variasjoner i holdninger og atferd kan på denne måten forklares som uttrykk for sosial tilhørighet. *Kulturelle skillelinjer* handler særlig om hvilke verdier man har. Tar man utgangspunkt i kulturelle skillelinjer, kan man forklare variasjoner i holdninger og atferd både som uttrykk for individuelle kjennetegn, gruppekjennetegn og som uttrykk for kjennetegn ved et helt samfunn. Kjønn er et viktig kulturelt skille i alle samfunn (Schieffloe 2003:159). Menn og kvinner sosialiseres til ulik atferd og ulike holdninger. Samtidig som utviklingen fra kjønnsideologi til likestillingsideologi betegnes som et generelt kulturtrekk ved dagens norske samfunn, varierer holdninger og praksis med hensyn til likestilling etter ulike deler av befolkningen.

Det er viktig å være bevisst på at struktur virker inn på kultur, og at kultur virker inn på struktur (Schieffloe 2003:192). Holdning til likestilling kan for eksempel ha opphav i ens alder, og denne holdningen kan ha konsekvenser for hvordan beslutningsinnflytelse fordeles mellom partene i et parforhold. I denne oppgaven vil jeg bruke både strukturelle og kulturelle skillelinjer for å forklare variasjoner i innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser. Med grunnlag i bakgrunnsvariablene i Gallups forbrukerundersøkelse fra 1997/1998, inngår følgende variabler som strukturelle skillelinjer: alder, samlivsform, barn, utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse. Videre har jeg valgt å benytte kjønnsvariabelen som kulturell skillelinje. Kjønn er en variabel som kan benyttes både som strukturell og som kulturell skillelinje. I denne oppgaven har jeg valgt å fokusere på det kulturelle ved kjønnsvariabelen. Det er nærmere bestemt holdninger og praksis med hensyn til likestilling som er det analytiske fokus. En beskrivelse av strukturelle og kulturelle skillelinjer mener jeg kan bidra til å gi ideer om hvilke forhold som påvirker forbrukermakt i parforhold, samt hvordan de påvirker forbrukermakten. Dette vil jeg ta fatt på i de kommende kapitlene.

2.1 Kjønnsideologi

Kjønnsideologi er som sagt et sentralt begrep i oppgaven. Da jeg i kapittel 1 har foretatt en avklaring av dette og andre nært tilknyttede begreper, vil jeg i dette kapitlet gå nærmere inn på det som av mange har blitt betraktet som den dominerende kjønnsideologien i vår kultur, og hvordan denne har blitt utfordret av likestillingsideologien de siste tiårene. Videre vil jeg gi en kort oversikt over dagens samfunnsvitenskapelige tilnærminger til kjønn. Dette vil føre frem til en mer konkret hypotese om sammenhengen mellom beslutningsinnflytelse og kjønn.

Selv om forskning de siste årene i økende grad legger vekt på at dagens parforhold er preget av stort mangfold (jf. kapittel 1.3), vil det være for lett å studere forbrukermakt i parforhold ut fra et kjønnsnøytralt perspektiv. Konformiteten til den tradisjonelle kjønnsideologien er i dag svekket, men samfunnets organisering baseres fortsatt for en stor del på ulike forventninger til menn og kvinner (Kleppe 1987). Den samfunnsvitenskapelige tilnærmingen om at maskulinitet og femininitet er samfunnsskapt, og ikke naturgitt, har vært undertrykt gjennom det meste av menneskets historie. Kulturen har blitt maskert som natur. Slik har blant annet fysiske forskjeller blitt brukt for å opprettholde sosiale ulikheter mellom kjønnene (Bauman og May 2004). I dag er det vanlig å benytte et skille mellom biologisk og sosialt kjønn når man behandler begrepet kjønn. Biologisk kjønn viser til de fysiske forskjellene mellom menn og kvinner, og er noe som er konstant, mens sosialt kjønn viser til de forestillinger og forventninger samfunnet har om maskulinitet og femininitet⁶. Nå finnes det selvsagt ikke en enhetlig standard for maskulinitet og femininitet, men det finnes et hegemonisk ideal som menn og kvinner er forventet å støtte (Lie 1997:41). Sosialt kjønn er noe som endrer seg over tid og rom, og som kan knyttes til kjønnsideologi. I det neste avsnittet vil jeg konsentrere meg om det som av mange har blitt betraktet som den dominerende kjønnsideologien i vår kultur.

⁶ <http://www.likestilling.no/tema.html?id=3>

Thagaard (1996) peker på at det i vår kultur har vært en utbredt oppfatning om at makt er knyttet til maskulinitet, og at mannen bekrefter sin maskulinitet ved å være overordnet kvinnen. Femininitet defineres derimot i forhold til familie og omsorg. Det er det relasjonelle aspektet ved kvinneligheten, og kvinnens avhengighet til mannen, som understrekes. Kvinnen bekrefter slik sin kvinnelighet ved å innordne seg mannen. Disse definisjonene er basert på en tradisjonell arbeidsdeling, hvor mannen har ansvaret for å forsørge familien gjennom betalt arbeid, og kvinnen er hjemme med ansvaret for hjem og barn (Thagaard 1996:183-184). Disse kjennetegnene representerer den dominerende normen for hvordan kjønnsforholdet burde være i årene mellom 1920 og 1960, og blir ofte betegnet som patriarkatet. Den patriarkalske familietyper er slik forbundet med autoritet hos mannen. Autoritet er nært relatert til makt. Blood og Wolfe (1960) definerer autoritet som legitim makt, makt som den ene partneren har fordi begge føler at det er passende. De legger vekt på at familiens autoritetsmønster er foreskrevet av samfunnet, som normen om at det er mannen som bør være overhodet i huset. Sett i dette perspektivet vil både menn og kvinner i et patriarkalsk system vanligvis ta for gitt at det er mannen i parforholdet som burde ta de fleste beslutningene (Blood og Wolfe 1960:11-12).

Den vanlige forventningen til menn og kvinner kan man si ble en annen fra og med 1970-tallet. Det var på denne tiden den norske politikken gradvis gikk over til å legge sterkere vekt på likestilling i familiepolitikken. Ved opprettelsen av Likestillingsrådet i 1972, ble likestilling markert som et offentlig ansvar. Likestillingsrådet bidro til å sette likestilling på den offentlige og politiske dagsorden, og til opprettelsen av likestillingsloven i 1979. De la blant annet vekt på tilrettelegging for mødres deltakelse i lønnet arbeid, samt mer likestilte foreldreroller for mødre og fedre (Skrede 2004:164). Likestillingsrådet ble avløst av Likestillingssenteret i 1997. Bakgrunnen for dette var blant annet at Stortinget ønsket å styrke kontakten mellom myndighetene og de frivillige organisasjonene. Derfor ble Likestillingssenteret opprettet som et nasjonalt senter for fremming av likestilling. 1. januar 2006 ble Likestillingssenteret, Likestillingsombudet og Senter mot etnisk diskriminering sammenslått til Likestillings- og diskrimineringsombudet, et felles håndhevsapparat for flere typer diskriminering. Ombudet jobber i dag for å fremme likestilling uavhengig av

blant annet kjønn, etnisitet, funksjonshemming, språk, religion, seksuell orientering og alder⁷.

Mange vil i dag si at det ikke lenger er selvsagt hvordan tid til hus- og yrkesarbeid skal fordeles i familien, men at det i økende grad er noe partene forhandler om.

Forhandlingsfamilien er et begrep som i økende grad har blitt brukt for å beskrive familien i dagens samfunn (Syltevik 2000b:188). I denne sammenheng gir Syltevik følgende karakterisering av forskning og teori om familien: ”I forskning og teoretisering om familieliv har det vært et sentralt poeng at familielivet i økende grad er preget av at kvinner og menn forhandler seg fram til felles beslutninger på områder som tidligere var preget av klare rolleforventninger og innebar mindre valg” (Syltevik 2000b:188). Slik understreker hun at det råder en enighet innen familieforskningen om at det stadig er flere sider ved familielivet som har blitt gjenstand for forhandlinger mellom partene i et parforhold. På områder der man handlet på bakgrunn av normer og tradisjoner før, må partene i dag selv finne ut hvordan de vil handle.

For å kunne diskutere i tolkningskapittelet i hvilken grad store økonomiske beslutninger er preget av forhandlinger, er det nødvendig å klargjøre hva forhandlinger er. Forhandlinger er et begrep som har blitt brukt på ulike måter i familieforskningen (Syltevik 2000b:190). Med utgangspunkt i Sylteviks definisjon i artikkelen ” Forhandlinger – Et fruktbart begrep for familiepraksis hos senmoderne par?” (Syltevik 2000b), har jeg valgt å benytte en spesiell definisjon av forhandlinger. En åpen definisjon, som at begge parter har innflytelse på den beslutningen som skal tas, vil være til lite hjelp. I en forhandling kan partene enten ha relativt lik innflytelse eller de kan ha ulik grad av innflytelse, men når det gjelder forhandlinger om produkter som er til felles bruk, vil jeg anta at begge parter ofte har *noe* innflytelse. I denne oppgaven vil jeg derfor vurdere forhandlinger som kjennetegnet ved at begge parter har relativt *lik* innflytelse på beslutningen.

⁷ <http://www.ldo.no/TopMenu/Om-ombudet2/Historien-bak-Likestillings--og-diskrimineringsombudet/>

At par i dag er preget av en større grad av forhandlinger, betyr ikke nødvendigvis at makt er fraværende. Den ene parten kan ha større innflytelse enn den andre i forhandlingene. Resultatene fra min undersøkelse kan vise at tradisjonelle normer fortsetter å påvirke maktbalansen i parforhold selv etter endrede forventninger til menn og kvinner, eller de kan vise at par i dag har tilpasset seg de nye forventningene, og at partenes relative ressurser har stor betydning for innflytelse. Flere tidligere undersøkelser viser at det eksisterer en tydelig forskjell mellom folks ideologi og praksis når det gjelder likestilling. De aller fleste slutter seg til generelle likestillingsidealer, men når det kommer til praksis viser det seg at den er meget kjønns spesifikk. Mens omsorgsoppgaver i dag i stor grad utføres like mye av begge parter, er det fortsatt kvinnen som gjør mest husarbeid (Kitterød 2000). Husarbeid er et mye brukt mål på likestilling i praksis. Fra 1970 og frem til i dag har vi hatt en betydelig nedgang i tiden kvinner bruker på husarbeid, men vi kan ikke se en tilsvarende økning blant menn (Knudsen og Wærness 2006:164+188). Kun noen flere menn gjør husarbeid i dag. Det viser seg også at reduksjonen i tid brukt til husarbeid var betydelig fra 1970 til 1980, men at den i perioden 1990 til 2000 var mye mindre. Så selv om kjønnsforskjellen i tid brukt på husarbeid har blitt mindre, gjør altså kvinner fortsatt mest husarbeid, på tross av økt yrkesdeltakelse de siste tiårene. Arbeidsdelingen i hjemmet viser seg å være sterkt kjønnsbetinget på tvers av kvinners ulike yrkesdeltakelse, lønnsinntektsnivå og tilgang til omsorgstjenester.

Som omtalt i kapittel 1.2 har dagens samfunnsvitenskap en konstruktivistisk tilnærming til begrepet kjønn. Det legges vekt på at normer formes av individene ved samhandling, samtidig som samhandlingen formes av normene (Solbrække og Aarseth 2006:67). Men det finnes forskjellige retninger innenfor konstruktivismen. Annick Prieur fremhever at en av de viktigste forskjellene mellom de ulike retningene, er hvor sterkt styrende det samfunnsmessige anses i forhold til det individuelle (Prieur 2002:4). I denne sammenheng fremhever hun tre teoretiske retninger som jeg kort vil gjøre rede for i de kommende avsnittene.

Den ene retningen kan kalles kjønn som habitus, det vil si at man ser på kjønn som en seiglivet og stedbundet konstruksjon (Solbrekke og Aarseth 2006:72). Teorier om kjønn som habitus har en relativt strukturorientert forståelse av kjønn. Denne retningen representeres særlig ved Pierre Bourdieu, og hans bruk av begrepet habitus. Bourdieu utviklet begrepet habitus for å koble sosial struktur og handling. Habitus kan defineres som et integrert system av varige, kroppsliggjorte disposisjoner for å tenke, oppfatte, vurdere og handle. Habitus muliggjør handling, samtidig som den er formet av individets sosiale omgivelser (Bourdieu 1990:53). Ved å i stor grad være ubevisst, skiller habitus seg fra identitetsbegrepet, som langt på vei er noe man er bevisst om (Prieur 2002:5). Bourdieu benytter blant annet habitusbegrepet til å sette fokus på den fortsatte mannlige dominans (Bourdieu 2000). I følge ham kan ikke kvinner i mannsdominerte samfunn bare bryte ut av dominansforholdet. Individets sosiale miljø former dets habitus gjennom sosialiseringen. Individet formes av kjønnsforventningene, hvor kvinner blir sosialisert inn i tanken om at de er underlegne. Bourdieu mener kjønnsforskjeller reproduseres fordi vi læres opp til å betrakte dem som naturlignende tilstander heller enn sosiale konstruksjoner. Samtidig fører habitus kroppsliggjorte form til en viss varighet. Habitus er ikke noe en person har, det er noe en person er, og er derfor meget vanskelig å endre. Derfor fører habitus til den maskuline dominans vedvarenhet (Järvinen 2000:351).

Den andre retningen kan representeres ved Anthony Giddens. I forhold til Bourdieu mener han at de sosiale endringene som har skjedd er av mer avgjørende betydning. Giddens legger vekt på at dagens samfunn er preget av økt avtradisjonisering, individualisering og refleksivitet (Prieur 2002). Spørsmålet om hvordan man skal leve må besvares hver dag gjennom beslutninger som hvordan man skal oppføre seg, hva man skal kle på seg og hva man skal spise (Giddens 1996:26). Identitet er i mindre grad knyttet til stabile sosiale forventninger. Tidligere avgjorde ytre forhold samt tradisjoner vår identitet. I dagens samfunn blir selvet et refleksivt prosjekt som individet er ansvarlig for; vi er hva vi gjør oss selv til (Giddens 1996:94). Gjennom å samle ulike hendelser, roller og relasjoner i en enhetlig fortelling om oss selv, konstruerer vi vår identitet. En konsekvens av at moderniteten konfronterer individet med et mangfold av valgmuligheter, er at livsstilvalg blir viktig for konstruksjonen av en identitet (Giddens 1996:100). Livsstil handler om alle de små beslutningene en person foretar i løpet av en dag, som hvordan man skal oppføre seg, og

disse beslutningene handler om hvem man vil være (Giddens 1996:100). Slik ligger ikke Giddens fokus, i motsetning til Bourdieu, på betydningen av tradisjonelle forventninger til kjønn.

Den tredje retningen kan kalles kjønn som performativitet, og innebærer at man ser på kjønn som en plastisk og språklig basert konstruksjon (Solbrekke og Aarseth 2006:72). Når det gjelder disse teoriene, er Judith Butler en sentral bidragsyter. Hennes forståelse av kjønn som performativitet kan betraktes som en videreutvikling av West og Zimmermanns artikkel ”Doing Gender” (jf. kapittel 1.2). For Butler er ikke kjønn en fastlagt sosial rolle, men en diskursiv effekt. Femininitet og maskulinitet er normer som man må fremføre for omgivelsene på en konsistent måte for å få anerkjennelse som mann eller kvinne (Solbrekke og Aarseth 2006:74). Det å være mann eller kvinne handler altså om å repetere tradisjonelle måter å opptre som kvinnelig og mannlig på en normativt regulert måte. Kjønnsideidentitet er en sosial norm som kun eksisterer fordi vi følger den (Nielsen 2006:159). Slik mener Butler at man ikke *er* mann eller kvinne, men at kjønn skapes gjennom måten vi fremtrer på kroppslig, atferdsmessig og språklig (Bondevik og Rustad 2006:57).

Oppsummering av forutsetninger for hypotesen:

I dette kapitlet har jeg sett på overgangen fra kjønnsideologi til likestillingsideologi, samt ulike konstruktivistiske tilnærminger til kjønn i dagens samfunnsvitenskap. Flere undersøkelser viser som sagt at det eksisterer en forskjell mellom ideologi og praksis når det gjelder likestilling. Mens de fleste i dag slutter seg til likestillingsideologien, viser det seg at man i praksis følger et tradisjonelt kjønnsmonster. Sett i sammenheng med kapittel 1, hvor vi så at forskning viser at det er menn som i størst grad foretar store og kostbare innkjøp, og at det er innflytelse over disse innkjøpene som vurderes å gi makt, fører dette meg frem til en antakelse om at det er menn som har størst beslutningsinnflytelse over de store innkjøpene.

Hypotese 1: Menn har større innflytelse i parforholdet enn kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

2.2 Parforhold: alder, samlivsform og barn

I dette kapittelet vil jeg ta for meg variablene alder, samlivsform og barn, som utgjør tre sentrale sider ved et parforhold. Disse variablene har til felles at de vanligvis fordeler seg noen lunde likt i parforholdet; partene har omtrent samme alder, de lever i samme type samlivsform og de har like mange barn i husstanden. Som jeg vil gjøre rede for i kapittel 3.3.2, vil jeg forvente å finne motsatte innflytelsesmønstre innen parforhold ved alle disse tre variablene; hvis det for eksempel viser seg at kvinner uten barn har større innflytelse enn kvinner med barn ved parets beslutning om kjøp av en bestemt produktkategori, bør menn uten barn ha mindre innflytelse enn menn med barn ved den samme produktkategorien. Hvis jeg ikke finner slike motsatte mønstre, tyder resultatene på at partene i parforhold har ulik oppfatning av hverandres beslutningsinnflytelse. På grunn av at jeg er nødt til å foreta separate analyser for menn og kvinner (begrunnes grundig i kapittel 3.3.2), vil det for hver av disse variablene bli utledet en hypotese for menn og en for kvinner. La oss se nærmere på relevant teori og tidligere forskning knyttet til de tre variablene.

2.2.1 Alder

Alder regnes som en sentral faktor for å forklare variasjoner i holdninger og atferd. Effekten av alder kan deles inn i to hovedkomponenter: generasjonseffekt og livsløpseffekt.

Generasjonseffekt handler om at mennesker som er i samme alder, og som vokser opp på samme tid, gjennomgår mange av de samme erfaringene. Livsløpseffekt handler om at mennesker i forskjellig alder befinner seg i ulike livsfaser. Mens ulike generasjoner utsettes for forskjellige erfaringer, antar man at livsfasene virker på en noenlunde tilsvarende måte for generasjon etter generasjon. Med data på ett gitt tidspunkt, er det vanskelig å si om man måler livsløps- eller generasjonseffekt. De to effektene kan også være overlappende. For å unngå at de forveksles med hverandre, bør man derfor ta begge effektene av alder med i betraktning. (Dette avsnittet er basert på Sandlie 1999:54)

Unge og eldre mennesker har altså ulike erfaringer, og befinner seg i ulike livsfaser. Dette kan få følger for hvordan beslutningsinnflytelse fordeles i parforholdet. Mens eldre er preget

av idealet om husmorfamilien, med autoritet og makt knyttet til far, tyder forskning på at dagens unge mennesker er preget av idealet om likhet. Ottar Hellevik (1996) viser at sammenhengen mellom alder og holdning til likestilling er sterk. Han fremhever at tradisjonelle kjønnsroller har sine tilhengere blant de eldste, mens blant de yngste som enda ikke har stiftet egen familie, er det få som kan tenke seg noe annet enn likestilling mellom kjønnene (Hellevik 1996:151). Knudsen og Wærness (1996) har undersøkt hvorfor folk har ulike syn på kvinners roller som småbarnsmor og yrkestaker. I denne undersøkelsen viste det seg at jo eldre man er, desto mer negativ er man til at mødre er yrkesaktive. Et felles kjennetegn ved mye av denne typen forskning, er antakelsen om at et tradisjonelt syn på kjønnsroller trekker i retning av tradisjonell arbeidsdeling, mens likestillingsvennlige holdninger innebærer stor grad av likedeling (Kitterød 2002:185). Tall fra Statistisk Sentralbyrås tidsbruksundersøkelse fra 2000⁸ synes å støtte denne antakelsen. Tidsbruksundersøkelsen viser at kvinner som er 45 år eller eldre gjør mer husarbeid enn kvinner som er yngre, og at forskjellen i tid brukt på husarbeid mellom menn og kvinner er større for personer som er 45 år eller eldre, enn for yngre.

Vil resultatene fra min undersøkelse antyde et liknende mønster? Hvis unge mennesker som lever sammen i et parforhold i større grad er preget av likestillingsideologien enn eldre par, vil jeg anta at i forhold til eldre par, må de unge mennene ”gi fra seg” innflytelse, mens de unge kvinnene ”tar” innflytelse. Slik vil unge menn ha mindre innflytelse i parforholdet enn eldre menn, mens unge kvinner vil ha større innflytelse enn eldre kvinner. På denne måten er de følgende hypotesene basert på antakelser om endringer i paret med hensyn til likestilling.

Oppsummering av forutsetninger for hypotesene:

Partene i et parforhold har vanligvis omtrent samme alder. Mens eldre par er preget av tradisjonelle kjønnsroller, er yngre par i større grad preget av likestilling. Det innebærer at kvinnen vil ha større innflytelse i et ungt parforhold enn i et eldre, og dermed at mannen vil ha mindre innflytelse i et ungt parforhold enn i et eldre.

⁸ Tidsbruksundersøkelsen er en kartlegging av hva folk gjør, og deres samværsmonster. Et representativt utvalg av befolkningen har ført dagbøker over hva de gjør, hvem de er sammen med og hvor de oppholder seg.

Hypotese 2.1: Unge menn har mindre innflytelse i parforholdet enn eldre menn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

Hypotese 2.2: Unge kvinner har større innflytelse i parforholdet enn eldre kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

2.2.2 Samlivsform

I boken "Perspektiver på parforhold" (2005), legger Syltevik vekt på at familieutviklingen de siste tiårene er preget av økt mangfold. Vi har blant annet blitt mer ulike med hensyn til hva slags familier vi stifter. Mens ekteskap var den eneste rådende samlivsformen frem til slutten av 1970-tallet, har veksten i antall samboerskap vært sterk de siste tiårene. Antallet samboerskap var anslått til 50 000 på slutten av 1970-tallet, mens så mye som hvert fjerde samliv i dag er et samboerskap. Slik har samboerskap gått fra å være minoritetsatferd til å bli majoritetsatferd. Tidligere var samboerskap en samlivsform som kun ble praktisert av visse deler av befolkningen og av få, mens det i dag er en allment akseptert samlivsform som er utbredt i alle sosiale lag (Syltevik 2005:45).

Noack og Seierstad (2003) legger vekt på at generasjonsforskjellene når det gjelder samboerskap er store. Samboerskap er i dag mest vanlig blant menn og kvinner i den mest typiske etableringsfasen (27-36 år), mens det blant middelaldrende og eldre er langt mindre vanlig. Ni av ti kvinner som er født i første halvdel av 1900-tallet giftet seg første gangen de flyttet sammen med en partner, og var dermed allerede gift da samboerskap for alvor slo igjennom på slutten 1970-tallet. Til sammenligning var det kun en av ti kvinner født rundt 1970 som giftet seg første gangen de flyttet sammen med en partner. Noack og Seierstad fant et tilsvarende mønster da de i 2001 kartla den generelle holdningen til samboerskap. Andelen som ikke aksepterte samboerskap økte jo høyere man kom opp i alder.

Økningen i antall samboerskap har blitt tolket ulikt (Syltevik 2005:45-46). Noen har tolket det som kjernefamiliens forvitring. Men selv om det er en økning i andelene som aldri kommer til å gifte seg, er ikke ekteskapet en utdatert institusjon i de yngre generasjoner. De fleste gifter seg etter hvert, ekteskap er fortsatt den mest utbredte samlivsformen. Andre har lagt vekt på at forskjellen mellom ekteskap og samboerskap ikke må overdrives. I løpet av 1990-tallet ble samboere gradvis likestilt med ektepar på en rekke områder gjennom lov- og regelendringer. Disse endringene visket ut mange, men langt fra alle forskjeller mellom samboere og gifte. Det offentlig utnevnte Samboerutvalget (utnevnt i 1996) ble opprettet for å utrede problemstillinger knyttet til samboerskap med hensyn til rettigheter, ytelser og plikter. Utvalget ga i 1999 en prinsipiell vurdering av hvor langt samfunnet burde gå i å likestille visse samboerskap med ektepar. Ekteskapsliknende samboerskap ble avgrenset til samboerpar som enten hadde felles barn, eller som hadde vart i minimum to år⁹. Dette omfatter tre av fire av dagens samboerpar. Det er viktig å påpeke at vi ut fra disse enkle kriteriene vet lite om i hvor stor grad samboerskap i praksis er ekteskapslikt eller ikke (Noack og Seierstad 2003). Samboere er en svært heterogen gruppe. Mens samboerskap er en prøve før ekteskap for noen, er andre samboere uten ønske om å gifte seg. Man må være åpen for at det finnes både ulike typer ekteskap og samboerskap.

Men selv om det er viktig å legge vekt på at det finnes ulike typer ekteskap og samboerskap, finnes det teori og forskning som fremhever et interessant skille mellom disse samlivsformene. Samboere betegnes av flere som en type egalitær og demokratisk forhold, som i kontrast til ektefeller gjør sine egne beslutninger om hvordan de vil leve sammen, heller enn å bekrefte tradisjonelle kjønnsroller (bl.a. Giddens 1992; Kaufman 2000). Dette støttes i Anne Reneflotts hovedfagsoppgave i sosiologi om samboerskap (2002). Samboere hun intervjuet ga uttrykk for at de ser på samboerskap som en friere livsform enn ekteskap. Det er ikke knyttet like sterke forventninger til samboerskap, noe som gir mer frihet for individuell utforming av samlivet. Reneflot peker på at samboerskapets manglende forankring i tradisjon kan bidra til at forventningene til samboerskapet i mindre grad er basert på tradisjonelle kjønnsroller. Ekteskapet er derimot forankret i tradisjon. Gifte par kan

⁹ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/regpubl/stmeld/2002-2003/Stmeld-nr-29-2002-2003-/7/2.html?id=471383>

derfor tenkes å møte forventninger om mer tradisjonelle kjønnsroller enn samboende (Reneflot 2002:90). Nyere internasjonal forskning på husarbeid støtter også dette skillet. Det viser seg at samboende menn gjør mer husarbeid enn gifte menn, mens samboende kvinner gjør mindre husarbeid enn gifte kvinner (Davis, Greenstein & Marks 2007:1246). Det vil si at selv om samboende kvinner fortsatt gjør mer husarbeid enn sin mannlige partner, så er kjønnsgapet mindre i disse parforholdene enn i ektepar (Davis, Greenstein & Marks 2007:1249). Slik er disse funnene med på å støtte forskning som viser at samboere er mer likestilte enn ektepar.

Det finnes som sagt flere typer ekteskap og samboerskap, men med grunnlag i avsnittet overfor, kan det være grunn til å stille spørsmål om samboerskap er en mer likestilt samlivsform enn ekteskap når det gjelder innflytelse ved ulike kjøpsbeslutninger. Som vi har sett kan samboerskap generelt ses på som en mer likestilt samlivsform enn ekteskap, og som mindre bundet i tradisjoner. Det kan derfor være grunn til å anta at menn som lever i samboerskap ”gir” mer innflytelse til kvinnen, sammenlignet med menn som lever i ekteskap. Tilsvarende kan vi anta at kvinner som lever i samboerskap ”tar” mer innflytelse enn kvinner som lever i ekteskap.

Oppsummering av forutsetninger for hypotesene:

Mens samboerparet er preget av likestilling, er ekteparet i større grad forankret i tradisjonelle kjønnsroller. Det vil si at samboende kvinner har større innflytelse i parforholdet enn gifte kvinner, og at samboende menn dermed vil ha mindre innflytelse enn gifte menn.

Hypotese 3.1: Menn som lever i samboerskap har mindre innflytelse i parforholdet enn menn i ekteskap ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

Hypotese 3.2: Kvinner som lever i samboerskap har større innflytelse i parforholdet enn kvinner i ekteskap ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

2.2.3 Barn

Når det gjelder barneomsorg understreker mange i dag at forventninger til kjønn har endret seg raskt på det ideologiske plan, men at endringene i realiteten ikke har vært like store. Flere undersøkelser viser at arbeidsfordelingen mellom de voksne forandres når et barn kommer til verden (bl.a. Syltevik og Wærness 2004; Jensen 2004; Skrede 2004;) De fleste følger da i praksis det tradisjonelle sporet, hvor mor ofte ikke har fulltids lønnsarbeid på grunn av hovedansvaret for omsorgen for barna, mens menn fortsatt har en dominerende plass i arbeidslivet og i liten grad tilpasser dagliglivet til barna (Jensen 2004:201). Småbarnspappaer arbeider faktisk mer enn andre menn. Samtidig øker kvinnenes andel av husarbeidet. Arbeidsdelingen blir nesten alltid mer tradisjonell når det kommer et barn til verden, enn den er når mannen og kvinnen lever uten barn (Ahrne og Roman 1997:57).

An-Margit Jensen (2004) er opptatt av diskusjonen om dagens fedre. Sentralt i denne diskusjonen, står tid med og nærhet til barn. Mens industrisamfunnets far var fjern og autoritær, er dagens fedre opptatt av nærhet til barnet. Sammenlignet med fedre før 1970, bruker fedre i dag mindre tid til yrke og mer tid til omsorg. Norge var det første landet i verden som innførte en egen fedrekvote i forbindelse med fødselspermisjon. Med innføringen av egen fedrekvote på fire uker i fødselspermisjonen i 1993, vektla man en styrking av menns omsorgsrolle. Slik skulle mor og far bli mer likeverdige omsorgspersoner for barnet, og mor og far skulle få en mer lik tilknytning til arbeidslivet. Før fedrekvoten ble innført var det nemlig få fedre som tok ut fødselspermisjon. Fedrekvoten har vært en stor suksess, flertallet av fedre benytter seg i dag av denne rettigheten. Men forskning viser at det i stor grad er mødres tilknytning til arbeid som har betydning for fedres benytting av fedrekvote og ytterligere fødselspermisjon. Det er kvinner med høy posisjon i yrkeslivet som får fedre til å ta lang fødselspermisjon. Når mor har lav utdanning, lav inntekt og arbeider deltid og far har høy yrkesstatus, er det derimot mor som tar omsorgsansvaret. Silje Vatne Pettersen (2003) har undersøkt fars *holdning* til økt fedrekvote. Hennes undersøkelse viser at fedre ønsker økt fedrekvote når mor har tidkrevende arbeid, høy inntekt, og høy utdanning. Men i motsetning til analyser av fedres *benytting* av fedrekvote, viser undersøkelsen at mors

inntekt og utdanning betyr mer for fars holdning enn hennes tilknytning til arbeid. Dette mener Pettersen kan ha sammenheng med at far i dag har selvstendig opptjeningsrett. Forskning synes slik å vise at fars holdninger til økt fedrekvote i stor grad er påvirket av egenskaper ved mor. Fra 1990 til 2000 er det ikke registrert noen økning i den tiden fedre bruker til helt små barn. Jensen legger vekt på at fedrekvoten i liten grad har ført til at menn prioriterer yrkesrollen i mindre grad til fordel for omsorgsrollen. Det viser seg at svært få menn tar ut mer fødselspermisjon enn de seks ukene som i dag er forbeholdt dem. Mødre bruker altså fortsatt langt mer tid på omsorg enn fedre, mens fedre fortsatt stiller mest opp for yrkeslivet (Jensen 2004:206).

Kvinneres fortsatte omsorgsansvar for barn viser seg å være et hinder for kvinner på arbeidsmarkedet. Fortsatt øker lønnsinntektsforskjellen mellom kvinner og menn merkbart rundt 25-30-årsalderen (Skrede 2004:177). En relativt høy andel av dagens unge småbarnsmødre reduserer sin innsats i lønnet arbeid, kun et mindretall har heltidsarbeid. I 1999 var det kun 26 % av alle gifte og samboende mødre med barn i 3-6-årsalderen som arbeidet heltid, hele 40 % som arbeidet deltid og 14 % som var midlertidig fraværende fra yrkeslivet (Syltevik og Wærness 2004:109). Slik er betydningen av barn for arbeidstid svært forskjellig for menn og kvinner. Barn har liten eller ingen betydning for menns arbeidstid, mens det har sterke konsekvenser for kvinner ved at det øker sannsynligheten for å velge å jobbe deltid. I tillegg viser det seg at barn også øker sannsynligheten for at kvinner jobber deltid til tross for at de ønsker lengre arbeidstid. Dette kan tyde på at kvinner med barn i småbarnsalderen ikke velger deltidsarbeid kun ut fra eget ønske, men at forventninger fra omgivelsene har mye å si (Kjeldstad 2006:537).

Et godt barnehage tilbud blir av mange sett på som avgjørende for at småbarnsmødre ønsker å gå ut i arbeidslivet. Full barnehagedekning har blitt lovet norske småbarnsforeldre i en årrekke, uten at løftet har blitt oppfylt. I Soria Moria-erklæringen sier også Stoltenberg-regjeringen at de har som mål å oppnå full barnehagedekning innen utgangen av 2007. Full barnehagedekning blir blant annet begrunnet som en nøkkel til småbarnsforeldres yrkesdeltakelse. Med dette målet ønsker Stoltenberg-regjeringen også en fremtidig avvikling av Bondevik-regjeringens kontantstøtteordning, som har blitt sterkt kritisert for å stoppe opp

familiepolitikkenes vekt på tilrettelegging for mødres deltakelse i lønnet arbeid og mer likestilte foreldreroller. Kontantstøtte slår forskjellig ut for kvinner og menn, blant annet fordi kvinner i dag fortsatt tjener betydelig mindre enn menn. For de fleste vil derfor kontantstøtten føre til økonomisk tap hvis mannen benyttet seg av den, mens det ikke vil få tilsvarende økonomiske konsekvenser for mange kvinner. Dermed blir spørsmålet om hvem som skal benytte seg av kontantstøtte i realiteten ikke et fritt valg, men en ordning som holder mange kvinner hjemme¹⁰. Men hvor langt har Stoltenberg-regjeringen kommet i å nå målet om full barnehagedekning? Flere kommuner har problemer med å oppfylle løftet, og regjeringen har innrømmet at de ikke vil nå målet om full barnehagedekning innen 2007.

Omsorgsansvar som hinder er ikke kun knyttet til relasjonen mellom mann og kvinne. Miriam Evensen (2006) er opptatt av at det også er dokumenterte lønnsinntektsforskjeller mellom kvinner med barn og kvinner uten barn. Hun viser at kvinner med barn gjennomsnittlig har lavere timelønn enn kvinner uten barn, forutsatt at de har samme utdanning og arbeidserfaring. Den viktigste årsaken til dette, sier hun er at kvinner med barn i større grad er ansatt i stillinger som generelt er dårligere betalt enn stillinger som er besatt av kvinner uten barn. Evensen peker på to forhold som mulige forklaringer på denne lønnsforskjellen: tilpasning til familieliv og arbeidsgiverdiskriminering. Lønnsinntektsforskjellen kan skyldes at kvinner med barn søker seg til ”familievennlige” stillinger som har mindre muligheter for opprykk eller som er mindre arbeidsintensive, og som har lavere lønn. En annen mulig forklaring kan være at arbeidsgivere betrakter mødre som mindre dedikert til jobben, og at de derfor ansetter dem i stillinger med mindre ansvar og lavere lønn. Sannsynligvis bidrar begge som forklaringer på lønnsinntektsforskjellen.

¹⁰ <http://www.likestilling.no/artikkel.html?id=291>

Når et barn kommer til verden, trer altså et tradisjonelt kjønnsmonster tydeligere frem i parforholdet. Mor jobber da deltid, har hovedansvaret for barna og gjør mer husarbeid, mens far forblir hovedforsørger. Dette fører til at inntektsforskjellen mellom menn og kvinner øker. Disse forholdene gir grunnlag for en antakelse om at det er mer likestilt beslutningsinnflytelse i par uten barn enn i par med barn.

Oppsummering av forutsetninger for hypotesene:

Undersøkelser viser at par med barn i stor grad er preget av tradisjonelle kjønnsroller, mens par uten barn i større grad er preget av likestilling. Det innebærer at kvinner med barn har mindre innflytelse i parforholdet enn kvinner uten barn, og at menn med barn har større innflytelse enn menn uten barn.

Hypotese 4.1: Menn med barn har større innflytelse i parforholdet enn menn uten barn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

Hypotese 4.2: Kvinner med barn har mindre innflytelse i parforholdet enn kvinner uten barn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

2.3 Maktressurser

Blood og Wolfes teori om ekteskapeleg makt (1960) legger vekt på at det i dag er partenes relative ressurser som har avgjørende innflytelse på maktbalansen i ekteskapet. De mener at det er den parten som bidrar med de største ressursene som vil ha størst makt i ekteskapet. Beslutningstaking innebærer fordeling av ressurser innen familien. Blood og Wolfe legger i denne sammenheng vekt på at den partneren som innehar de største ressursene, er i en strategisk posisjon for å påvirke fordelingen av ressursene (Blood og Wolfe 1960:12-13). Selv om det er forskning som støtter Blood og Wolfes ressursmaktteori, kan det også kritiseres. Jeg ønsker å legge vekt på at den ikke problematiserer hvordan en ressurs kan være ulik kilde til makt for partene i et parforhold. Dette trer tydeligere frem dersom man tar

utgangspunkt i forskning som legger vekt på at parforhold i stor grad er preget av homogami, det vil si tendensen til at partene i et parforhold er like med hensyn til visse kjennetegn. Det finnes svært mange internasjonale studier som viser til homogami. Kenneth Aarskaug Wiik fremhever at også flere nyere norske studier viser at vi har en tendens til å finne en partner med noenlunde samme sosiale bakgrunn, utdanning eller yrke (Wiik 2005). Dette vil være et viktig grunnlag for utformingen av de kommende hypotesene, selv om det ikke nødvendigvis er slik at sosioøkonomiske variabler er helt likt fordelt i et parforhold. Tradisjonelt har kvinner hatt en tendens til å gifte seg oppover med hensyn til sosioøkonomisk status (Rose 2004:abstract). På bakgrunn av teorien om homogami, og tidligere forskning som jeg vil redegjøre for i de kommende kapitlene, vil jeg også ved disse variablene forvente å finne motsatte mønstre innen parforholdet med hensyn til beslutningsinnflytelse. I likhet med kapittel 2.2, vil det for hver variabel bli utledet en hypotese for menn og en for kvinner.

Innen en familie kan ressurser være svært ulike ting; alt fra penger til kjærlighet. I empiriske analyser har man oftest sett på sosioøkonomiske variabler som utdanning, inntekt og yrkesposisjon (Kitterød 2002:183). Da det ikke foreligger noe mål for yrkesposisjon i Forbruker & Media undersøkelsen, har jeg valgt å fokusere på de tre variablene utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse i dette kapittelet. I Bourdieus termer kan disse ressursene betegnes som ulike former for kapital. Inntekt og yrkesdeltakelse inngår i økonomisk kapital. Økonomisk kapital består av økonomiske ressurser som penger, eiendom, råvarer, produksjonsmidler og lignende, som kan investeres og som gir økonomisk avkastning. Utdanning inngår i kulturell kapital. Den viktigste formen for kulturell kapital eksisterer ikke i fysisk form, men er kroppsliggjort i form av for eksempel å ha tilegnet seg den dominerende smak i samfunnet eller å ha tilegnet seg spesifikk kunnskap. Slik kan kulturell kapital være en ressurs som det i utgangspunktet er vanskelig å måle. Kulturell kapital kan imidlertid ha en mer ytre form, som for eksempel utdanningstitler og vitnemål. Økonomisk og kulturell kapital er i følge Bourdieu de mest virksomme differensieringsprinsippene i samfunnsstrukturen (Bourdieu 1986). Dette fordi kapital er nyttige ressurser som det er konkurranse om. Kapital kan slik brukes til å oppnå fordeler, og gir derfor makt. I sammenheng med diskusjonen om skillet mellom makt og innflytelse i kapittel 1.5, kan

utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse ses på som midler man kan benytte for å oppnå beslutningsinnflytelse i parforholdet – derav betegnelsen maktressurser for dette kapittelet.

2.3.1 Utdanning

Kjønnsforskjeller når det gjelder rekruttering til høyere utdanning, har avtatt de senere årene. Mens det var flere menn enn kvinner som tok høyere utdanning blant de første etterkrigskullene, er kvinner i dag overrepresentert ved universitet og høyskoler (Frønes og Brusdal 2003). Klasseforskjeller viser seg derimot å være langt mer seiglivet. Mens det på den ene siden har forgått en sosial utjevning i sjansene for å få utdanning utover grunnskolenivå, bestemmes sjansene for å oppnå de høyeste utdanningsnivåene i stor grad av sosial bakgrunn (Ellingsæter, Noack og Rønsen 1997:43-45). I følge Blood og Wolfe (1960) innebærer utdanning spesiell kompetanse i beslutningstaking. Gjennom utdanning tilegner man seg verbale evner og kunnskap som kommer til fordel når det skal fattes beslutninger. De som har høy utdanning bringer slik store ressurser til beslutningsarenaen. I denne sammenheng er det en vanlig antakelse at høyt utdannede kvinner stiller sterkere enn lavt utdannede kvinner i forhandlinger om fordelingen av oppgaver i hjemmet (Kitterød 2002:180). Samtidig problematiseres tankegangen om at utdanning er en tilsvarende maktressurs for menn. Denne problematiseringen vil jeg komme inn på i avsnittene som følger under. Som vi skal se, viser forskning at det er større oppslutning om likestilling blant personer med høy utdanning enn blant personer med lav utdanning.

Kvinneforskningen på 1970-tallet fokuserte mye på det kvinner har til felles. På denne tiden var det en vanlig antakelse at kvinner har felles interesser. Fellestrekkene ved husmorrollen ble sett på som mer betydningsfulle enn forskjellene. Etter hvert har det blitt mer oppmerksomhet på forskjeller mellom ulike grupper av kvinner, og at kvinner kan ha forskjellige interesser på mange ulike områder (Kitterød 2002:179). Utdanningsnivå har vist seg å være viktig for holdninger og praksis på en rekke områder. Dagens forskning er derfor opptatt av at det er viktig å ikke se på menn eller kvinner som en enhetlig sosial kategori med felles interesser. Definisjoner av mannlighet og kvinnelighet varierer mellom ulike sosiale grupper, hvor utdanning har særlig stor betydning. Forskning viser at personer med

høy utdanning har mindre stereotype oppfatninger av mannlighet og kvinnelighet enn personer med lav utdanning (Thagaard 1996:185). Mye forskning legger også vekt på at det er ulik oppslutning om likestilling blant kvinner i ulike sosiale lag. Oppslutning om likestilling viser seg å henge i sterk grad sammen med hvilket utdanningsnivå kvinner har. De med høyere utdanning viser seg å være mest positive til likestilling (Ellingsæter, Noack og Rønsen 1997). I tillegg har de oftere partnere som støtter likestilling (Kitterød 2002:180).

Som vi ser fokuserer mye forskning på kvinners utdanningsnivå som viktig for deres holdning til likestilling. Forskning på arbeidsdelingen i parforhold er også opptatt av hvilken betydning mannens utdanning har for hans holdning til likestilling (Kitterød 2002:182). Mens høyere utdanning viser seg å ha positiv effekt på menns holdning til likestilling, viser flere undersøkelser samtidig at deres holdning avgjøres i større grad av kvinnens utdanning enn av deres egen (Kitterød 2002:188). Knudsen og Wærness viser at det er ulike faktorer som avgjør kvinners og menns holdning til mødres yrkesaktivitet (Knudsen og Wærness 1996:17). For kvinner er det mest egne ressurser som avgjør holdning. Det som i størst grad skiller kvinner med en positiv holdning fra kvinner med negativ holdning, er utdanningsnivå. Kvinner med høy utdanning har flere fordeler å hente i arbeidsmarkedet, og de har oftere et arbeid som innebærer fleksibilitet. Dermed har disse kvinnene også en mer positiv holdning til det å være yrkesaktiv. For menn fortøner det seg annerledes. Deres holdning avgjøres i større grad gjennom partnerens utdanningsnivå enn gjennom egen utdanning. Slik er menn med ressurssterke kvinner mest positive til yrkesaktive mødre.

I følge Ragni Hege Kitterød (2002) har høyt utdannede kvinner en mer lik arbeidsdeling i hjemmet. Dette mener hun kan forklares med at de får sine partnere til å akseptere det som rettferdig, og at de i større grad enn andre greier å overtale motvillige partnere til å delta mye i hjemmet (Kitterød 2002:183). Slik bekreftes Blood og Wolfes teori om utdanning som ressurs; at utdanning innebærer spesiell kompetanse i beslutningstaking og forhandling. Men samtidig som forskning har vist at høyt utdannede kvinner stiller sterkere enn lavt utdannede i forhandlinger om fordeling av oppgaver i hjemmet, er det grunn til å problematisere tankegangen om at utdanning er en tilsvarende maktressurs for menn. Kitterød legger vekt på at man for menn forventer motsatt effekt av utdanning enn for kvinner. Mens høy

utdanning antas å innebære mindre husarbeid og jevnere arbeidsdeling for kvinner, antas det å innebære mer husarbeid for menn (Kitterød 2002:183). Denne antakelsen har sammenheng med at høyt utdannede menn er mer positive til likestilling (Kitterød 2002:188). Slik blir ikke utdanning en tilsvarende maktressurs for menn som for kvinner; utdanning er ikke en ressurs som gjør det mulig for menn å forhandle seg bort fra husarbeidet. Denne problematiseringen vil påvirke utformingen av hypotesene om sammenhengen mellom utdanning og innflytelse.

På bakgrunn av forskningen overfor, som viser at det er større oppslutning om likestilling blant personer med høy utdanning enn blant personer med lav utdanning, og på bakgrunn av forskning som viser at parforhold ofte består av personer med omtrent like høyt utdanningsnivå (Wiik 2005), vil jeg forme noen antakelser om beslutningsinnflytelse i parforhold. Jeg vil anta at høyt utdannede menn har mindre beslutningsinnflytelse i parforholdet enn lavt utdannede menn, mens høyt utdannede kvinner har større beslutningsinnflytelse enn lavt utdannede kvinner. Slik vil høyt utdannede menn "gi" mer innflytelse til sin kone/samboer enn lavt utdannede menn, mens høyt utdannede kvinner vil "ta" mer innflytelse enn lavt utdannede kvinner.

Oppsummering av forutsetninger for hypotesene:

Partene i et parforhold har ofte omtrent like høyt utdanningsnivå. Par med høyere utdanning er i større grad preget av likestilling enn par med lavere utdanning. Det vil si at høyt utdannede kvinner har større innflytelse i parforholdet enn lavt utdannede kvinner, mens høyt utdannede menn har mindre innflytelse enn lavt utdannede menn.

Hypotese 5.1: Høyt utdannede menn har mindre innflytelse i parforholdet enn lavt utdannede menn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

Hypotese 5.2: Høyt utdannede kvinner har større innflytelse i parforholdet enn lavt utdannede kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

2.3.2 Inntekt

Blood og Wolfes arbeid (1960) var den første empiriske forskningen som vurderte penger som en ressurs som kan påvirke maktbalansen i ekteskapet. Denne forskningen fikk virkelig oppmerksomhet innen familieforskningen på 1980-tallet, og har siden da fått økt oppmerksomhet. Mye forskning drevet av ressurs- og bytteteorier forbinder maktbalansen i ekteskap til partenes bidrag av økonomiske ressurser (Tichenor 2005:17). Jo høyere andel av husholdningens inntekt en bidrar til, desto større er ens økonomiske makt. Makt ses her på som evnen til å råde over en rekke beslutninger i ekteskapet, som for eksempel hvor mye penger som skal brukes på dagligvarer i måneden.

Under den tradisjonelle ekteskapskontrakten bidrar menn med sin inntekt, og kvinner med husarbeid. Menn har mest makt på grunn av at de bidrar med ressurser som er høyere sosialt verdsatt. Som hovedforsørger har mannen derfor hatt mye makt i ekteskapet. Ved å tjene pengene har han tjent retten til å kontrollere dem, samt retten til å kontrollere både store og små beslutninger i husholdningen. Historisk sett har man altså sett på menns større økonomiske ressurser som grunnlaget for deres makt innen ekteskapet (Tichenor 2005:17). Den feministiske bevegelsen på 1960- og 70-tallet var derfor drevet av logikken om at siden menns makt er rotfestet i inntekt, så må kvinner ha tilgang til uavhengig inntekt for å øke deres makt i ekteskapet. Slik har sammenhengen mellom lønnsinntekt og økonomisk makt i parforhold vært et viktig tema i likestillingspolitikken. Kvinners tilgang til uavhengig inntekt har blitt definert som et viktig grunnlag for å oppnå likestilling. I løpet av 1970- og 80-årene har antallet kvinner i betalt arbeid økt betydelig, i dag er andelen av kvinner uten egen inntekt svært liten. Det har også foregått en endring i folks holdninger om hva som er de ”riktige” rollene for menn og kvinner. Kvinner er i dag mer aksepterte i yrkeslivet, mens menn oppmuntres til å bli mer involverte i hjem og barn. La oss se på noen hovedtrekk ved utviklingen i menns og kvinners inntekt de siste 30 årene.

Kvinneres inntekt sammenliknet med menns er et mye studert tema innen samfunnsforskningen. Mye av denne forskningen tar utgangspunkt i utviklingen fra 1970-tallet og frem til i dag. Dette fordi det var i løpet av 1970-tallet at kvinners yrkesdeltakelse virkelig skjøt fart. Frem til da var kvinnen i hovedsak hjemme og stelte hus og barn, mens mannen sørget for familien gjennom betalt arbeid. I 1970 hadde 45 prosent av norske kvinner ingen egen inntekt (Bojer 2005). Men i løpet av 1970- og 80-årene økte andelen av kvinner i betalt arbeid med nesten 50 prosent, og dermed ble andelen av kvinner uten egen inntekt så og si ubetydelig (Barth og Dale-Olsen 2004). Denne beskrivelsen kan gi et bilde av kvinners økonomiske uavhengighet som mer gjennomgripende enn det den virkelig er. Fortsatt har vi store inntektsforskjeller mellom menn og kvinner. I 1973 var kvinners lønnsinntekt over 45 prosent lavere enn menns lønnsinntekt. Denne forskjellen har blitt jevnt mindre frem til midten av 1990-tallet, hvor forskjellen flatet ut på et nivå mellom 30 og 35 prosent. Lønnsinntektsforskjellen ligger i dag fortsatt på det samme nivået (Barth og Dale-Olsen 2004). Det er altså fortsatt store forskjeller mellom menns og kvinners lønnsinntekt. Selv om det i dag er svært få kvinner som er fullstendig forsørget av sine menn, har menn fortsatt den høyeste inntekten i de fleste familier. I 1998 hadde bare 16 % av alle familier med to foreldre mødre som hovedforsørgere (Syltevik og Wærness 2004:109).

Når det gjelder sammenhengen mellom inntekt og husarbeid, viser en tidligere MMI-undersøkelse¹¹ at både menn og kvinner med lav inntekt gjør noe mer husarbeid enn personer med høy inntekt, selv om kvinner jevnt over gjør mer husarbeid enn menn. Dette kan dog skyldes at de med lav inntekt arbeider deltid. Betydningen av yrkesaktivitet for husarbeid vil jeg komme inn på i neste kapittel.

¹¹ <http://www.dagbladet.no/tekstarkiv/pdf.utv.php?pa=A&d=2006-06-04&p=18&read=1>

Som vi har sett overfor, antar man i likestillingspolitikken at det er en sammenheng mellom lønnsinntekt og økonomisk makt i parforhold. Egen inntekt vurderes derfor som et viktig grunnlag for at kvinner skal oppnå økonomisk makt. Selv om vi har sett at det fortsatt er menn som har den høyeste inntekten i de fleste familier, viser forskning at parforhold i stor grad er preget av homogami med hensyn til sosioøkonomiske ressurser (jf. innledningen til kapittel 2.3). Det innebærer at det vil være en tendens til at menn med høy inntekt har en samlivspartner med noenlunde samme inntekt, bortsett fra når barna er små (jf. kapittel 2.2.3). Med dette som bakgrunn, vil jeg anta at menn med høyere inntekt har mindre innflytelse i parforholdet enn menn med lavere inntekt. Tilsvarende vil jeg anta at kvinner med høyere inntekt har større innflytelse enn kvinner med lavere inntekt.

Oppsummering av forutsetninger for hypotesene:

Partene i et parforhold vil ofte ha noenlunde samme inntekt. I og med at inntekt anses som en viktig kilde til makt for kvinner, vil kvinner i parforhold med høy inntekt ”ta” innflytelse fra mannen. Slik vil de ha større innflytelse enn kvinner i parforhold med lav inntekt. Dermed vil menn i parforhold med høy inntekt ha mindre innflytelse enn menn i parforhold med lav inntekt.

Hypotese 6.1: Menn med høy inntekt har mindre innflytelse i parforholdet enn menn med lav inntekt ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

Hypotese 6.2: Kvinner med høy inntekt har større innflytelse i parforholdet enn kvinner med lav inntekt ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

2.3.3 Yrkesdeltakelse

I tillegg til inntekt, har jeg valgt å benytte yrkesdeltakelse som mål på økonomiske ressurser, da det ikke foreligger noe mål for yrkesposisjon i Forbruker & Mediaundersøkelsen.

Vanligvis er det en sammenheng mellom yrkesdeltakelse og inntekt. Personer som ikke er i arbeid vil som regel ha lav inntekt, mens de som jobber deltid vanligvis vil ha lavere inntekt enn de som jobber heltid. Sammenlignet med andre land har Norge en stor del av den voksne befolkningen i arbeid. I følge SSB skyldes det først og fremst at flere norske kvinner er yrkesaktive¹². I de kommende avsnittene vil jeg se på utviklingen i kvinners tilknytning til yrkeslivet, samt forskning som viser at det er en sammenheng mellom yrkesdeltakelse og husarbeid.

Fra inngangen til 1970-tallet og frem til i dag, har det skjedd en revolusjon når det gjelder kvinners yrkesdeltakelse. Mens under halvparten av norske kvinner var yrkesaktive på 1970-tallet, er nesten syv av ti kvinner i arbeid i dag¹³. Men det er fremdeles flere menn enn kvinner som er i inntektsgivende arbeid, og selv om det er noe færre kvinner og noe flere menn som jobber deltid i dag enn i 1997/1998, består den dominerende toinntektsfamilien fortsatt av far som jobber heltid, mens mor jobber deltid (Vaage 2002). Det viser seg faktisk at kvinner oftere jobber deltid enn menn i alle aldersgrupper (Kjelstad 2006). Mange deltidsansatte har lav inntekt, og kan ikke forsørge seg selv ved eget arbeid¹⁴. Som vi har sett i kapittel 2.3.2, antar man i likestillingspolitikken at det er en sammenheng mellom lønnsinntekt og økonomisk makt i parforhold. Egen inntekt ses på som et viktig grunnlag for økonomisk makt for kvinner. Jo høyere andel av husholdningens inntekt kvinnen bidrar til, desto større er hennes økonomiske makt. I dette perspektivet vil økt grad av yrkesdeltakelse for kvinner, føre til økt makt i ekteskapet. Ved å tjene egne penger har man tjent retten til å kontrollere dem, samt retten til å kontrollere ulike beslutninger i husholdningen.

¹² <http://www.ssb.no/emner/06/arbeid>

¹³ <http://www.ssb.no/emner/06/arbeid>

¹⁴ <http://www.regjeringen.no/nb/dep/aid/dok/NOUer/2004/NOU-2004-29/7/4.html?id=389551>

Randi Kjeldstad (2006) belyser i artikkelen ”Hvorfor deltid”, prosessene bak kvinners og menns arbeidstilknytning. Hun legger vekt på at kvinners flertall når det gjelder deltidsjobber har sammenheng med både kvinners omsorgsrolle og deres rolle som sekundær inntektsbringer i familien, og at det i hovedsak er kvinnedominerte yrker som er organisert som deltid. Som vi har sett i kapittel 2.2.3, øker sannsynligheten for at kvinner jobber deltid når et barn kommer til verden. Kun et mindretall av dagens småbarnsmødre har heltidsarbeid. Kjeldstad er samtidig opptatt av at menn og kvinner for en stor del jobber i ulike deler av arbeidsmarkedet. Kvinnedominerte yrker innebærer typisk yrker som omsorgs-, rengjørings- og servicearbeid, som i stor grad er organisert som deltid. Grunnen til at kvinnedominerte yrker i så stor grad er organisert som deltid, er at deltid tradisjonelt har blitt sett på som en tilpasning for kvinnen mellom arbeidslivet og hjemmet, og slik er et middel for å primært rekruttere kvinner. Kvinner er dermed i større grad enn menn etterspurt i deltidsjobber. De er også i større grad villige til å akseptere en slik arbeidsorganisering (Kjeldstad 2006:519+535). Men når man ser på de enkelte yrkene, er det i liten grad systematisk rekruttering av kun kvinner til deltidsarbeid. Når menn jobber i kvinnedominerte yrker med mye heltidsarbeid, jobber de også ofte deltid. Kvinner og menn i samme yrke har altså stort sett den samme arbeidstidskulturen. Slik viser det seg at valg av yrke legger sterke føringer på den enkeltes arbeidstid (Kjeldstad 2006: 535+536).

Samtidig som vi ser store forskjeller mellom menns og kvinners yrkesdeltakelse, er Syltevik (2005) opptatt av å understreke at det også er store ulikheter mellom kvinners forhold til lønnet arbeid. Både holdninger og praksis varierer mellom ulike sosiale klasser. På den ene siden har vi familier hvor kvinnen har høyere utdanning og satser på yrkeskarriere, og derfor har et forhold til lønnet arbeid som likner menns. Dette viser seg å være mest utbredt blant høyt utdannede kvinner. Disse kvinnene har også i stor grad heltidsarbeid. Samtidig har vi familier hvor kvinnen fortsatt hovedsakelig er knyttet til hjem og barn, og derfor jobber deltid over lengre eller kortere perioder. Flertallet av disse kvinnene har lav utdanning. Slik mener Syltevik at kvinners suksess i arbeidslivet synes å være knyttet til sosial klasse.

SSBs tidsbruksundersøkelser viser at kvinners yrkestilknytning tradisjonelt har hatt stor betydning for hvor mye tid de har brukt til husarbeid; både i 1971, 1980, 1990 og 2000 brukte ikke-yrkesaktive kvinner langt mer tid på husarbeid enn yrkesaktive kvinner¹⁵. Tidsbruksundersøkelsen fra 2000 viser at ikke-yrkesaktive kvinner bruker mest tid til husarbeid, og at deltidsarbeidende bruker mer tid til husarbeid enn heltidsarbeidende. Variasjoner i menns tid til husarbeid er lite analysert i Norge. Kitterød viser til at også menns yrkesaktivitet har betydning; tiden brukt til husarbeid er lavere blant dem som er heltidsarbeidende, enn blant deltidsarbeidene og ikke-yrkesaktive (Kitterød 2000; Kitterød 2002:188-189). I følge Kitterød ser de fleste det som rimelig at kvinnen utfører det meste av husarbeidet så lenge hun bruker mindre tid til yrkesaktivitet enn mannen. Når begge parter er heltidsarbeidende, øker forventningene til menns innsats, selv om kvinnen fortsatt gjør mest husarbeid (Kitterød 2000). Slik kan resultatene fra tidsbruksundersøkelsene tyde på at det er mer likestilling i parforhold hvor kvinnen er yrkesaktiv enn i parforhold hvor kvinnen ikke er yrkesaktiv.

Som vi har sett i avsnittene overfor, er det altså fortsatt flere kvinner enn menn som jobber deltid. Samtidig er det viktig å understreke at det er store forskjeller mellom kvinners forhold til lønnet arbeid. Mange kvinner har et forhold til lønnet arbeid som likner menns. På bakgrunn av teorien om homogami er det nærliggende å anta at, bortsett fra når barna er små, menn og kvinner som lever i et parforhold i dag har noenlunde samme yrkesaktivitet. Forskningen jeg har referert til i avsnittene overfor, tyder på at parforhold hvor kvinnen er yrkesaktiv er preget av en større grad av likestilling enn parforhold hvor hun ikke er yrkesaktiv. I tråd med sammenhengen mellom inntekt og beslutningsinnflytelse i kapittel 2.3.2, vil jeg derfor anta at yrkesdeltakelse fører til økt innflytelse i parforholdet for kvinner, mens det fører til mindre innflytelse for menn. Det vil si at yrkesaktive kvinner ”tar” innflytelse fra sine yrkesaktive partnere. Videre vil jeg anta at ikke-yrkesaktive par er mer kjønnstradisjonelle, slik at mannen typisk vil ha større beslutningsinnflytelse enn kvinnen i disse parforholdene.

¹⁵ <http://www.ssb.no/emner/00/02/20/tidsbruk/art-2002-05-13-02.html>

Oppsummering av forutsetninger for hypotesene:

I et parforhold er ofte begge parter enten yrkesaktive eller ikke-yrkesaktive. Yrkesaktive parforhold er i større grad preget av likestilling enn ikke-yrkesaktive parforhold. Det vil si at kvinnen ”tar” innflytelse fra mannen i et yrkesaktivt parforhold, og at yrkesaktive kvinner derfor vil ha større innflytelse i parforholdet enn ikke-yrkesaktive kvinner. Dermed vil menn i ikke-yrkesaktive parforhold ha større innflytelse enn menn i yrkesaktive parforhold.

Hypotese 7.1: Yrkesaktive menn har mindre innflytelse i parforholdet enn ikke-yrkesaktive menn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

Hypotese 7.2: Yrkesaktive kvinner har større innflytelse i parforholdet enn ikke-yrkesaktive kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser.

3. Metode

I dette kapitlet begrunnes valg av forskningsdesign og metode, datamateriale og utvalg beskrives, og målingenes kvalitet diskuteres. Til sist gjør jeg rede for innholdet i og forutsetningene for regresjonsanalyse, som er analyseverktøyet jeg har valgt å benytte for å belyse min problemstilling.

3.1 Forskningsdesign og metode

Forskningsdesign er forskerens overordnede plan for hvordan undersøkelsen skal gjennomføres (Selnes 1999:74). Forskningsdesignet gir en beskrivelse av hvordan arbeidet med undersøkelsen kan foregå på en hensiktsmessig måte. Som forsker bruker man ulike teknikker og metoder avhengig av hvilket design man benytter. Derfor er det viktig å kjenne til mulighetene i ulike typer design. Det finnes tre hovedtyper forskningsdesign: eksplorerende, beskrivende og kausale design. Grensene mellom disse er dog overlappende.

Det er problemstillingen som bestemmer hvilken type design som egner seg best for den undersøkelsen man skal gjennomføre (Selnes 1999:74). Hvis man har en klar problemstilling, benytter man enten beskrivende eller kausale design. Jeg vurderer problemstillingen min som klart formulert. Videre benytter man kausale design hvis problemstillingen er av årsak-virknings-typen; at man ønsker å undersøke effekten av en eller flere uavhengige variabler på en avhengig variabel. Med grunnlag i teori og tidligere forskning har jeg en formening om hvilke variabler som kan forklare beslutningsinnflytelse i parforhold, og klare hypoteser om hvordan variablene påvirker innflytelse. For å teste ut om det virkelig er kausal sammenheng mellom innflytelse og de uavhengige variablene, har jeg derfor valgt å benytte et kausalt design i denne undersøkelsen.

Problemstillingen bestemmer også om man skal benytte kvantitativ eller kvalitativ metode (Jacobsen 2000:56). Jeg har valgt å undersøke min problemstilling ved hjelp av kvantitativ metode, fordi det egner seg godt når man har god forhåndskjennskap til det temaet man skal undersøke, og når problemstillingen er klar. Det faller også naturlig å velge kvantitativ metode i og med at jeg skal benytte et kausalt design. Når man skal teste om det er en kausal sammenheng mellom to variabler, kan man hovedsakelig velge mellom å benytte eksperimentmetoden eller kontrollvariabelmetoden (Skog 2005:41). Mens *eksperimentmetoden* grovt sagt består i å manipulere virkeligheten ved å fordele forsøkspersoner på en eksperiment- og en kontrollgruppe, hvor eksperimentgruppen utsettes for en påvirkning som kontrollgruppen ikke får, innebærer *kontrollvariabelmetoden* å benytte statistiske metoder for å kontrollere for mulige bakenforliggende variabler (Hellevik 2002:89; Skog 2005:41). I teorien vurderes eksperimentmetoden som den beste metoden til å studere årsakssammenhenger, men av praktiske og etiske grunner benyttes denne metoden i begrenset grad innen samfunnsvitenskapen (Ringdal 2001:211; Skog 2005:71).

Eksperimenter er tidligere blitt benyttet for å studere familiers atferd, men det er en rekke problemer knyttet til denne metoden (Davis 1976). Ved eksperimenter studerer man informantene under ideelle forhold, det vil si at forholdene ikke stemmer med virkeligheten og at man ikke får en "normal" interaksjon mellom informantene. Forstyrrende elementer som ellers ville finne sted, er fjernet. Man studerer et fenomen isolert fra andre prosesser som ellers ville innvirke på situasjonen (Davis 1976: 249-250). Slik mener jeg at jeg ikke ville hatt noen fordel av å benytte eksperiment som metode. Det er sjelden samfunnsforskere har anledning til å eksperimentere med samfunnet. Sist, men ikke minst vil jeg påpeke at kvantitativ metode passer best når man er interessert i å generalisere. Dette er viktig for meg, da jeg ønsker å kunne si noe om hva som gir forbrukermakt i parforhold, og samtidig kunne generalisere funnene til å kunne gjelde de som er gift eller samboende.

Det mest ideelle ville dog være å kombinere den kvantitative spørreskjemaundersøkelsen med kvalitativ metode. Kvantitative og kvalitative metoder blir ofte sett på som komplementære (Ringdal 2001:107). I tillegg til spørreskjemaundersøkelsen, kunne jeg for eksempel foreta personlige dybdeintervjuer av begge parter i parforholdet. Slik ville jeg fått et bedre grunnlag for å uttale meg om *paret*, samtidig som jeg kunne oppnådd en bedre forståelse av det fenomenet jeg studerer. En kombinasjon med kvalitativ metode kunne løst

flere spesifikke reliabilitetsproblemer som er omtalt i kapittel 3.3.1. Men da tid setter begrensninger for undersøkelsen, som det så ofte gjør, har jeg dessverre ikke mulighet til å supplere med kvalitativ metode.

3.2 Datamateriale

Utgangspunktet for å kunne definere populasjonen man ønsker å si noe om, er problemstillingen (Selnes 1999:219). Med utgangspunkt i min problemstilling, er populasjonen alle gifte og samboende par i Norge. Av praktiske hensyn har jeg valgt å bruke tilgjengelige data. Jeg har nærmere bestemt valgt å benytte TNS Gallups Forbruker & Media undersøkelse fra 1997/1998. Grunnen til at jeg ikke benytter nyere data, er at Forbruker & Media undersøkelsen ikke inkluderer spørsmål knyttet til beslutningsinnflytelse ved valg av ulike produkttyper etter 1997/1998. Forbruker & Media undersøkelsen er Norges største kontinuerlige markedsundersøkelse, og består av en mediedel og en forbruksdel.

Undersøkelsen omfatter et utvalg på flere tusen respondenter. Medieinformasjonen samles inn ved hjelp av telefonintervjuer (cirka 30 000 intervjuer), og fra disse rekrutteres respondenter til å svare på et postalt skjema om forbruk. Da jeg er interessert i parforhold, har jeg begrenset utvalget fra denne undersøkelsen til de som enten er gift eller samboende, og som er i alderen 20 til 79 år. Etter denne avgrensningen befinner antallet respondenter seg fra 1 863 til 6 873, avhengig av de ulike produktindeksene. Utvalget er vektet for kjønn, alder og region, noe som gjør det mest mulig representativt.

3.2.1 Avhengige variabler

En måte å måle beslutningsinnflytelse mellom menn og kvinner når det gjelder forbruk, er å vurdere innflytelse ved beslutninger om ulike typer innkjøp. Gallups forbrukerundersøkelse innebærer en rekke spørsmål som gir grunnlag for å kartlegge det norske folks forbruksvaner. Jeg har valgt å ta utgangspunkt i ett spørsmål fra denne undersøkelsen.

Spørsmålet lyder slik: *Hvor stor innflytelse har du selv når husstanden velger type produkt?*

Respondentene har krysset av på følgende skala for en rekke ulike produkter: størst

innflytelse – middels – minst – ingen innflytelse. Jeg har valgt å undersøke innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av ti forskjellige produktkategorier: verktøy, husholdsmaskiner, PC, underholdningsprodukter, nødvendige hvitevarer, husholdstekniske hjelpemidler, møbler/interiør, bolig, bil og innredning.

Før man kan måle partenes innflytelse, er det viktig å ha oversikt over hvilke relevante beslutninger som finnes. Det er ikke sjelden forskere velger beslutninger på relativt tilfeldig grunnlag, og ignorerer problemene dette medfører (Davis 1976: 247). Jeg har et bevisst forhold til hvorfor jeg har valgt ut de ti produktkategoriene. Kategoriene ble valgt på grunnlag av at de innebærer produkter som vanligvis kjøpes inn til felles bruk i en husstand, og som man derfor kan anta at det fattes beslutning om i fellesskap. Produktene jeg har utelatt har slik det felles kjennetegn at de er til personlig bruk (som for eksempel barbermaskin), og at det i større grad kun vil være brukeren av produktet som har innflytelse ved innkjøp. De ti produktkategoriene ble også valgt ut med tanke på at de innebærer beslutninger av ulik økonomisk størrelse (jf. avsnitt 1.4). Ideelt sett skulle jeg i tillegg hatt med dagligvareinnkjøp, for å få med disse små hverdagsinnkjøpene som det er dokumentert at kvinner utfører i større grad enn menn (Brusdal og Lavik 2007). Slik ville jeg få bedre frem skillet mellom beslutninger som er sjeldne, langsiktige og med store økonomiske konsekvenser, og beslutninger som er hyppige, kortsiktige og med små økonomiske konsekvenser. Dagligvareinnkjøp ville på denne måten tydelig være representant for vanlig husarbeid, og ikke makt, slik det ble definert i kapittel 1.4. Dessverre er ikke dagligvareinnkjøp inkludert ved innflytelsesspørsmålet i Forbruker & Media undersøkelsen. Jeg har derfor ikke mulighet til å undersøke beslutningsinnflytelse ved innkjøp av dagligvarer. Tabell 1 gir en oversikt over hvor stor prosentandel av utvalget som har svart på de ulike produktkategoriene.

Tabell 1 Produktkategorier (N 6873)

Produktkategori	Produkter	Prosentandel svar
Verktøy	Gressklipper Elektrisk drill	75 %
Husholdsmaskiner	Symaskin Foodprocessor	80 %
PC	Datamaskin Internett	62 %
Underholdningsprodukter	Videospiller TV	76 %
Nødvendige hvitevarer	Kjøleskap Komfyr Fryser	90 %
Husholdstekn. hj.midler	Oppvaskmaskin Vaskemaskin Støvesuger	83 %
Møbler/interiør	Sofa Spisestuemøbler Tepper	82 %
Bolig	Hus Hytte	49 %
Bil	Bil Vinterdekk	90 %
Innredning	Kjøkkeninnredn. Baderomsinnredn.	89 %

3.2.2 Uavhengige variabler

Tabell 2 gir en oversikt over hvordan utvalget fordeler seg på de uavhengige variablene. Jeg vil kommentere fordelingen for hver enkelt variabel under tabellen.

Tabell 2: Prosentfordeling uavhengige variabler

Variabel	Menn		Kvinner	
	Verdi	Prosent	Verdi	Prosent
Kjønn	49 %		51 %	
Alder	20-29	12 %	20-29	17 %
	30-39	23 %	30-39	23 %
	40-49	22 %	40-49	19 %
	50-59	18 %	50-59	17 %
	60-69	16 %	60-69	16 %
	70-79	9 %	70-79	8 %
Samlivsform	Gift	79 %	Gift	79 %
	Samboende	21 %	Samboende	21 %
Barn	Ja	47 %	Ja	45 %
	Nei	53 %	Nei	55 %
Utdanning	Lavere	59 %	Lavere	66 %
	Høyere	41 %	Høyere	34 %
Brutto årsinntekt i kr	275 000 kr		159 000 kr	
Yrkesdeltakelse	Heltid	77 %	Heltid	45 %
	Deltid	5 %	Deltid	26 %
	Ikke i arbeid	18 %	Ikke i arbeid	29 %

Variablene kjønn, alder, samlivsform og barn bør være omtrent likt fordelt mellom menn og kvinner i utvalget. La oss se nærmere på fordelingen ved disse variablene.

Kjønn

Datamaterialet er vektet for kjønn, slik at det vil være omtrent like mange menn og kvinner i det totale utvalget. Utvalget av gifte og samboende menn og kvinner er imidlertid et underutvalg, og jeg kunne derfor risikert å få en skjevare kjønnsfordeling. Det har jeg dog ikke fått, som vi ser er det omtrent like mange gifte/samboende menn og kvinner. Jeg antar

derfor at dette underutvalget er representativt for gifte/samboende. I dataanalysen har menn verdien 0, og kvinner verdien 1.

Alder

I og med undersøkelsen handler om parforhold, har jeg kun tatt med de som er i alderen 20 til 79 år i analysen. Aldersvariabelen vil bli benyttet som kontinuerlig variabel (opprinnelig form), men for å gi et inntrykk av hvordan alderen fordeler seg i utvalget, har jeg her foretatt en inndeling i seks kategorier. Som vi ser er det noe flere eldre menn enn kvinner i utvalget. Historisk sett har mannen vært to til fire år eldre enn kvinnen i ekteskapet (Kristiansen 2004). I 1966 utgjorde ekteskap hvor mannen var eldre enn kvinnen 75 prosent av alle ekteskap. Det er fortsatt slik i dag, selv om andelen er kraftig redusert. Samtidig viser det seg at samboere er svært like ektepar med hensyn til aldersforskjell. Slik virker aldersfordelingen i utvalget å være fornuftig.

Samlivsform

Variabelen samlivsform innebærer opprinnelig kategoriene: gift, samboende, ugift og tidligere gift. Da undersøkelsen handler om de som lever i parforhold, har jeg kun tatt med personer som enten er gift eller samboende i utvalget. Personer som er gift har fått verdien 0, mens samboende har fått verdien 1. Som vi ser er andelen som er gift og samboende lik for menn og kvinner. Dette styrker utvalgets representativitet, når vi tar hensyn til at dette er individdata, og at respondentene ikke er gift/samboende med hverandre. Vi ser videre at det store flertallet er gift. Dette stemmer godt med det vi så i kapittel 2.2.5, ekteskap er fortsatt den mest utbredte samlivsformen.

Barn

Variabelen barn er opprinnelig delt inn i fem kategorier: ingen barn, 0-2 år, 3-6 år, 7-12 år og 13-19 år. Da jeg kun er interessert i å se om det er en forskjell i effekt av å ha barn sammenlignet med det å ikke ha barn, har jeg beholdt kategorien ingen barn, og slått

sammen de andre kategoriene til en kategori som jeg har kalt har barn. Menn og kvinner uten barn har fått verdien 0, og fedre og mødre har fått verdien 1. Som vi ser er det omtrent like stor andel fedre og mødre, og menn og kvinner som ikke har barn. Da jeg ønsker å holde antallet variabler som er med i undersøkelsen på et relativt lavt nivå, har jeg valgt å ikke differensiere på antall barn i analysen. Hvis det skulle vise seg at det er en sammenheng mellom antall barn og noen av de uavhengige variablene, som for eksempel at flere barn er et hinder for kvinners deltakelse i heltidsarbeid, kan det ha konsekvenser for tolkningen.

Som vi ser virker fordelingen av alder, samlivsform og barn fornuftig med hensyn til kjønn, ved at de er omtrent likt fordelt mellom menn og kvinner.

La oss nå se nærmere på fordelingen av utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse. Som jeg var inne på i kapittel 2.3, viser flere undersøkelser at parforhold i stor grad er preget av homogami med hensyn til sosioøkonomiske variabler. Selv om det ikke nødvendigvis er slik at disse variablene er helt likt fordelt, hvor forskning viser at kvinner ofte etablerer parforhold med menn som har høyere status, vil jeg anta at menn og kvinner har en tendens til å etablere parforhold med en som har noen lunde samme status.

Utdanning

Utdanningsvariabelen er opprinnelig delt inn i tre kategorier i Forbruker & Media undersøkelsen: grunnskole, videregående skole og universitet/høgskole. Da jeg er interessert i å undersøke om det er et skille mellom personer med lavere og høyere utdanning, har jeg valgt å benytte utdanningsvariabelen som dikotom variabel. Grunnskole og videregående skole har jeg da samlet i lavere utdanning, mens universitet/høgskole utgjør høyere utdanning. Lavere utdanning har verdien 0, og høyere utdanning verdien 1. Det skal understrekes at dette er et meget forenklet skille. NUS2000 er en norsk standard som ofte blir brukt for å gruppere utdanningsaktiviteter og utdanningsbakgrunn i statistikk der

utdanning er med som en variabel¹⁶. Denne standarden er meget detaljert. NUS2000 innebærer åtte utdanningsnivåer, hvor hvert nivå deles inn i flere undernivåer. Som vi ser har flere kvinner enn menn i utvalget lavere utdanning. Mye forskning viser at kvinner har en tendens til å etablere parforhold med menn som har høyere utdanning (Rose 2004:abstract).

Inntekt

Inntekt er et komplisert begrep. Jeg vil derfor kort foreta en begrepsavklaring. Et stort antall ulike mål benyttes for inntekt¹⁷. Hvilke konklusjoner man trekker, er avhengig av hvilket inntektsmål man benytter. I tillegg brukes de ulike inntektsbegrepene ofte om hverandre i dagligtale. Lønnsinntekt og bruttoinntekt er to helt atskilte begreper i statistikken. Mens lønnsinntekt omfatter lønn, honorarer, naturalia, skattepliktige sykepenger og dagpenger under arbeidsløshet, er bruttoinntekt et videre begrep som omfatter summen av lønnsinntekt, pensjoner, inntekt fra næringsvirksomhet og kapitalinntekter. Da lønnsinntekt blir et noe snevert begrep, er det som oftest bruttoinntekt som benyttes som inntektsmål. I TNS Gallups forbrukerundersøkelse har de benyttet bruttoinntekt. Inntekt vil bli benyttet som kontinuerlig variabel i analysen (opprinnelig form). Som vi ser er gjennomsnittlig brutto årsinntekt i utvalget 275 000 kroner for menn, og 159 000 kroner for kvinner. Dette stemmer godt med tall fra SSBs statistikkbank, som viser at den gjennomsnittlige inntekten for menn og kvinner i 1998 var henholdsvis 262 300 og 153 600 kroner. I de aller fleste parforhold har mannen høyest inntekt (Hellevik 1996:151 (støttes også av nyere upubliserte data fra Synovate MMIs undersøkelse Norsk Monitor)).

Yrkesdeltakelse

Når det gjelder yrkesdeltakelse, har respondentene blitt spurt om de har arbeid på heltid eller deltid. Svarkategoriene er opprinnelig: heltid, deltid, varierer, nei (d.v.s. uten arbeid) og vet ikke. For å unngå at analysen blir for komplisert, har jeg valgt å se bort fra de som har svart

¹⁶ <http://www3.ssb.no/stabas/ItemsFrames.asp?ID=4458101&Language=nn&VersionLevel=ClassVersion>

¹⁷ <http://www.ssb.no/emner/05/01/10/inntekt/>

varierer eller vet ikke. Heltid og deltid har begge fått verdien 1, slik at arbeidsløse har verdien 0 ved å inngå i konstanten. Tabellen viser at det er flere kvinner enn menn i utvalget som arbeider deltid (tallene er lavere enn for landsgjennomsnittet vist i SSBs Statistikkbank: henholdsvis 10 prosent av menn og 45 prosent av kvinner arbeidet deltid i 1997/1998). I hovedtrekk stemmer dette med kapittel 2.3.3, hvor vi så at den dominerende toinntektsfamilien består av far som jobber heltid, og mor som jobber deltid. Andelen av utvalget som ikke er i arbeid, er mye større enn landsgjennomsnittet for 1997/1998 (henholdsvis 18 prosent av mennene i utvalget og 29 prosent av kvinnene er ikke i arbeid, mot landsgjennomsnittet for menn og kvinner som lå på 4 prosent i 1997 og 3 prosent i 1998¹⁸). En mulig grunn til den høye andelen av arbeidsløse, kan ligge i spørreskjemaundersøkelsens størrelse. Forbruker & Media undersøkelsen er en meget stor undersøkelse, som det tar lang tid å besvare. Det kan derfor være grunn til å tro at det er flere ikke-yrkesaktive enn yrkesaktive som tar seg tid til å fullføre en slik spørreskjemaundersøkelse.

Som vi ser virker også fordelingen av utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse rimelig fornuftig med hensyn til kjønn. Selv om parforhold er preget av homogami når det gjelder sosioøkonomiske variabler, har kvinner en tendens til å etablere parforhold med menn som har noe høyere status. Fordelingen synes slik i hovedtrekk å stemme godt med virkeligheten. Selv om jeg benytter individdata, vil jeg tro at respondentenes partnere vil ha noen lunde samme profil som utvalget.

3.3 Målingenes kvalitet

Reliabilitet og validitet handler om kvalitetssikring av undersøkelsen (Ringdal 2001:166). Gode undersøkelser er reliable og valide. Det foreligger ulike reliabilitets- og validitetstrusler i ethvert forskningsopplegg. Truslenes betydning må derfor vurderes i hvert

¹⁸ <http://www.ssb.no/aarbok/1999/tab/t-199.html>

enkelt tilfelle. Spørreskjemaundersøkelser med faste svaralternativer er en av de mest brukte datainnsamlingsmetodene innen samfunnsvitenskapen, og kritikken mot metoden er omfattende (Jacobsen 1999:361). I det følgende vil jeg gjøre rede for de truslene jeg mener er særlig relevante i denne undersøkelsen.

3.3.1 Reliabilitet

Reliabilitet betyr pålitelighet, og handler om hvor nøyaktige og pålitelige dataene man har samlet inn er (Ringdal 2001:166). Reliabilitet er en nødvendig betingelse for validitet. I kapittel 3.3.2 vil jeg gjøre rede for validitetsbegrepet og relevante validitetstrusler. I dette kapittelet vil jeg konsentrere meg om reliabilitetstrusler.

Hvis man bruker andres data, som i mitt tilfelle, får man ikke kontrollert eventuelle feil i dataregistreringen eller liknende. I denne sammenheng er det viktig å vise allmenn kildekritikk, og sette seg så godt som mulig inn i hvordan dataene har blitt samlet inn. TNS Gallup er et anerkjent analyseselskap med ISO-sertifisering¹⁹, og med lang erfaring.

Et viktig reliabilitetsspørsmål er om direkte spørsmål er en god måte å identifisere individers innflytelse. Kleppe er opptatt av den uttrykte skepsisen mot bruk av subjektive vurderinger som mål på innflytelse (Kleppe 1990). Felles for de vanligste måtene for måling av innflytelse i små grupper, er at de baseres på subjektive informasjonskilder. I Forbruker & Media undersøkelsen har man benyttet selvrapportering som mål på beslutningsinnflytelse. Det er flere mulige feilkilder knyttet til denne metoden. Direkte spørsmål om egen innflytelse antar blant annet at individer 1) kjenner den relative andelen av innflytelse de har, 2) er villig til å innrømme det overfor seg selv og andre, og 3) kan huske med nøyaktighet hvordan innflytelse ble fordelt ved tidligere beslutninger (Davis og Rigaux:1974:52). Disse

¹⁹ ISO 9001-sertifikat er en intern kvalitetssikringsprosess som er internasjonalt anerkjent. Denne standarden kan brukes i all næringsvirksomhet, og viser at kvalitetsstyringssystemet er sertifisert etter standarden for god kvalitetsstyring.

antakelsene kan det settes spørsmålstegn ved. Man kan ikke uten videre anta at respondentene kjenner sin relative andel av innflytelse, at de er villige til å innrømme det og at de kan huske fordelingen av innflytelse ved tidligere beslutninger.

Tidligere forskning har vist en betydelig grad av uenighet om innflytelse når man sammenligner direkte spørsmål innen familier. Manglende enighet blant familiemedlemmene kan være et resultat av beskjedenhet; at enten en av partene eller begge overestimerer den andres innflytelse ved en beslutning eller underestimerer deres egen. Eller det kan være et resultatet av overrapportering; at enten en eller begge av partene overestimerer egen innflytelse eller underestimerer den andres. Et vanlig problem ved undersøkelser hvor man blir bedt om å vurdere sin egen innsats, innflytelse og liknende, er overrapportering. Et mulig reliabilitetsproblem i denne undersøkelsen, kan derfor være at respondentene rapporterer om større innflytelse enn det de egentlig har. En rekke internasjonale studier viser for eksempel at både menn og kvinner har en tendens til å overrapportere egen innsats og undervurdere sin partners ved innkjøp av dagligvarer (Brusdal og Lavik 2007). Det er derfor mulig at begge parter overrapporterer sin innflytelse. Et vanlig funn er at for en gitt beslutning, er fra 10 til 50 prosent av par uenige om innflytelsen til den ene parten i forhold til den andre. Det vil si at uenighet utgjør en betydelig andel av familier. Det er spesielt høy uenighet når det gjelder beslutningstaking (Davis 1976:248). Størrelsen på denne prosenten kan dog variere med hvor spesifikt spørsmålet er. Uenighet om innflytelse kan være stor ved enkelte produkter fordi spørsmålene ikke er spesifikke nok. I stedet for produktet ”bil”, hadde det for eksempel vært bedre om man spesifiserte spørsmålet til ”det siste bilkjøpet”, ”familiebilen” eller ”bil nummer to” (Davis og Rigaux:1974:55-60). Slik ville det også vært lettere for respondentene å huske beslutningene hvis de fant sted for flere måneder eller år siden. Dette har jeg dog ingen mulighet til å gjøre noe med, da jeg benytter foreliggende data som ikke dekker alle mine ønsker. Uenighet om innflytelse kunne også vært oppdaget om begge partene i parforholdet svarte på spørreskjemaet hver for seg. Slik ville jeg i tillegg sikret informasjon om den relative fordelingen av ressurser mellom partene i parforholdet, altså begges utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse. På denne bakgrunn ville jeg fått et bedre grunnlag for å gi noen hentydninger om *parforholdet*. Slik spørreskjemaundersøkelsen er utformet har jeg ingen informasjon om respondentens partner, og vet derfor for eksempel ikke om

respondenten har høyere eller lavere inntekt enn partneren. Selv om forskning viser at parforhold i stor grad er preget av homogami med hensyn til sosioøkonomiske variabler, kan det på bakgrunn av tabell 2 se ut som om kvinner har noe lavere utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse enn menn i parforholdet.

For å vurdere hvor gode subjektive metoder er, er det nyttig å sammenlikne med andre metoder som måler samme fenomen. Å måle ett og samme fenomen ved hjelp av flere metoder, er som kjent en anbefalt strategi. Men samtidig som det er knyttet en rekke problemer til subjektiv vurdering som mål på beslutningsinnflytelse, understreker Kleppe at det er en utfordring å finne objektive mål. I sin doktoravhandling (Kleppe 1990) gjør hun et forsøk på å utvikle et objektivt mål på innflytelse, for så å undersøke sammenhengen mellom objektive mål og subjektive vurderinger av relativ innflytelse. Hennes resultater viser at teoretisk definert og subjektiv vurdert innflytelse måler samme fenomen. På bakgrunn av denne undersøkelsen, samt annen forskning som anerkjenner folks vurderinger, mener Kleppe det kan være grunn til å stille spørsmål om subjektive vurderinger er meget tvilsomme i forskningssammenheng. Med et bevisst forhold til mulige reliabilitetsproblemer knyttet til selvrapporing, har jeg derfor valgt å vurdere direkte spørsmål om innflytelse som en relativt god måte å identifisere individers innflytelse.

Forbruker & Media undersøkelsen er en meget stor spørreskjemaundersøkelse. I undersøkelsen fra 1997/1998 er det cirka 80 hovedspørsmål, hvor hvert spørsmål består av mange underspørsmål. Alle spørsmålene i spørreskjemaet skal besvares ved å krysse av for et svaralternativ. Et spørreskjema bestående av så mange spørsmål kan skape reliabilitetsproblemer. Respondenten må svare på en rekke ulike typer spørsmål, og det tar lang tid å komme igjennom hele spørreskjemaet. Dette kan lett føre til at respondenten krysser av litt tilfeldig, særlig jo lengre ut i spørreskjemaet han/hun kommer. En vanlig kritikk av spørreskjemaundersøkelser, er at respondentene krysser av i ”hytt-og-vær” (Jacobsen 1999:361). Spørsmålet jeg benytter fra Forbruker & Media undersøkelsen, er et av de siste spørsmålene i spørreskjemaet. Da respondenten har svart på mange ulike spørsmål innen han/hun kommer til dette spørsmålet, og kanskje begynner å bli lei, kan det være en viss fare for tilfeldige svar. Dag Ingvar Jacobsen legger dog vekt på at dette ikke gjelder

flertallet (Jacobsen 1999:386).

3.3.2 Validitet

Validitet betyr gyldighet, og handler om hvor godt man måler det man har til hensikt å måle (Ringdal 2001:166). Det finnes flere ulike validitetsproblemer. I dette avsnittet vil jeg behandle problemer knyttet til intern og ekstern validitet, samt begreps- og konklusjonsvaliditet.

Intern validitet

Intern validitet har å gjøre med den kausale fortolkningen av dataene (Skog 2005: 107). Er det kjønn som påvirker innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av ulike typer produkter, eller er det i stor grad andre strukturelle variabler som påvirker innflytelse? Den vanligste samfunnsvitenskapelige metoden for å kunne fastslå i hvilken grad kjønn påvirker innflytelse, er å måle den direkte effekten av kjønn kontrollert for andre uavhengige variabler (Skog 2005:41). Dette kalles kontrollvariabelmetoden, og er nettopp det som gjøres når man benytter kausalanalyse. Svakheten ved kontrollvariabelmetoden, er at man kan ha oversett viktige uavhengige variabler som har effekt på den avhengige variabelen (Skog 2005:44). Det kan være flere uavhengige variabler enn de jeg har inkludert, som kan ha effekt på beslutningsinnflytelse i parforhold. Det er derfor viktig å ha god teoretisk forståelse av fenomenet man studerer. Variablene jeg har valgt å inkludere, er valgt på bakgrunn av teori og tidligere forskning omtalt i kapittel 2. Det er mulig det er flere variabler som kan ha viktig effekt på beslutningsinnflytelse, men jeg vurderer det slik at jeg i hvert fall er et godt stykke på vei.

I og med at jeg kun tar utgangspunkt i data fra Forbruker & Media undersøkelsen 1997/1998, representerer min undersøkelse en tverrsnittsstudie. Dette er den enkleste designtypen man kan benytte ved empirisk testing av kausale hypoteser (Skog 2005:71). I denne sammenheng er en vanlig kritikk av tverrsnittsstudier at de ikke avklarer spørsmålet

om X eller Y kommer først. Kristen Ringdal påpeker dog at tidsrekkefølgen mellom X og Y er uproblematisk i eksempler der man undersøker om demografiske variabler skaper effekten (Ringdal 2001:199). I og med at jeg undersøker effekten av variablene kjønn, alder, samlivsform, barn, utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse, ser jeg derfor ikke dette som noe problem.

I og med at det er kjønn som er den sentrale uavhengige variabelen i denne oppgaven, vil ordinær multivariat regresjonsanalyse bare til en viss grad være egnet. I en slik analyse vil det ikke gi mening å gi en substansiell tolkning av variablene alder, samlivsform og barn. Disse variablene fordeler seg vanligvis noen lunde likt i et parforhold (jf. kapittel 2.2). Slik blir det i denne oppgaven for eksempel meningsløst å si at eldre har større/mindre innflytelse enn yngre, kontrollert for de andre uavhengige variablene, i og med at de fleste menn og kvinner som lever i et parforhold har omtrent samme alder. Det samme gjelder for samlivsform og barn. Selv om det kun er den ene parten i parforholdet som er med i denne undersøkelsen, har vi sett på fordelingen av variablene alder, samlivsform og barn (tabell 2), at det er så og si ingen forskjell mellom menn og kvinner. Derimot er ikke nødvendigvis variablene utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse likt fordelt mellom partene i et parforhold, selv om mye teori og forskning viser til en stor grad av homogami med hensyn til disse variablene (jf. kapittel 2.3). En høyt utdannet mann kan være gift/samboende med en kvinne som enten har høy eller lav utdanning. Det samme gjelder for inntekt og yrkesdeltakelse. Slik kan det gi mening å tolke disse variablene i en ordinær multivariat regresjonsanalyse. Men siden det er mulig at det foreligger samspill mellom kjønn og variablene utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse, er jeg også av denne grunn nødt til å benytte samspillsanalyse, med separate modeller for menn og kvinner. For alder, samlivsform og barn bør det i prinsippet enten være ingen forskjell i innflytelse for menn og kvinner, eller motsatte tendenser. Hvis det for eksempel viser seg at yngre kvinner har større innflytelse enn eldre kvinner ved en bestemt produktkategori, bør yngre menn ha mindre innflytelse enn eldre menn ved den samme produktkategorien. Hvis jeg ikke får slike resultater, tyder det på at oppfattet innflytelse ikke er forenlig med faktisk innflytelse. Hvis jeg tar utgangspunkt i teorien om homogami, bør det også for utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse enten være ingen forskjell eller motsatte tendenser. Men disse variablene kan som sagt være ulikt fordelt i parforhold, og selv om det er en tendens til at menn har høyest utdanning, inntekt og

yrkesdeltakelse i parforholdet (jf. kapittel 3.2.2), kan også kvinnen score høyest på disse variablene. Slik kan ressursvariablene innebære like innflytelsesmønstre for menn og kvinner, men hvor de har større effekt for det ene kjønn enn det andre. For å få kontrollert effekten av kjønn for de andre uavhengige variablene, vil jeg først sammenligne en bivariat modell av sammenhengen mellom kjønn og innflytelse med en multivariat modell hvor alle de syv uavhengige variablene inngår. Ved sammenligning av de to modellene vil jeg kun tolke kjønnseffekten. Deretter vil jeg undersøke effekten av de andre uavhengige variablene i de separate regresjonsanalysene for menn og kvinner.

Ekstern validitet

Ekstern validitet handler om i hvilken grad man kan generalisere resultatene i undersøkelsen (Skog 2005: 113). Det finnes ingen enkel metode for å avgjøre dette. Man må derfor ofte foreta skjønnsmessige betraktninger på bakgrunn av eksisterende teori og tidligere forskning på området. I kapittel 5 vil jeg vurdere resultatene i lys av teori og tidligere forskning. Skog legger vekt på at man må passe seg for fristelsen for overdrevne generaliseringer:

”Samfunnsmessige sammenhenger er produkter av samfunnsforholdene, og vil kunne endre karakter, styrke og fortegn når samfunnsforholdene endrer seg” (Skog 2005:114). Dataene jeg benytter i denne undersøkelsen er fra 1997/1998. Man kan dermed sette spørsmålsteget ved hvor aktuelle resultatene er i dag. Det kan ha skjedd en rekke endringer på ti år.

Samtidig har vi ved redegjørelsen av flere av de uavhengige variablene i kapittel 2, sett at mye forskning viser at det har skjedd få endringer fra slutten av 1990-tallet og frem til i dag med hensyn til likestilling. Jeg vil derfor ikke vurdere dette som noe stort problem, og velger å anse resultatene som fortsatt aktuelle.

Begrepsvaliditet

I vitenskapelige undersøkelser handler begrepsvaliditet ofte om vi måler det vi ønsker å måle på en pålitelig måte (Skog 2005:89). Dette er særlig et problem i tilfeller hvor man ikke kan måle begrepet direkte, men må benytte indirekte målinger. I Forbruker & Media undersøkelsen har man som sagt valgt å måle innflytelse direkte. Spørsmålet blir derfor ikke om jeg måler det jeg ønsker å måle, men hvor godt jeg måler innflytelse med spørsmålet jeg

tar utgangspunkt i fra Forbruker & Media undersøkelsen. Det finnes dog ingen klare kriterier som kan tallfeste grad av begrepsvaliditet (Ringdal 2001:170). Man må derfor selv vurdere hvor godt man synes spørsmålet er. Jeg vurderer spørsmålet ”Hvor stor innflytelse har du selv når husstanden velger type produkt?”, som et generelt spørsmål som kan oppfattes ulikt. Valg av et produkt innebærer ofte flere beslutninger enn selve hovedbeslutningen om å foreta kjøpet, som farge, størrelse, pris og så videre. Det innebærer at man kan ha ulik innflytelse ved de ulike delbeslutningene. Slik vil hva man legger til grunn for å vurdere egen innflytelse, kunne variere fra person til person. Av denne grunn vurderer jeg undersøkesspørsmålet som generelt. Andre relevante problemer knyttet til å benytte denne typen spørsmål, er diskutert i kapittel 3.3.1.

Produktene jeg har valgt ut fra Forbruker & Media undersøkelsen, er samlet i ulike indekser som jeg kaller produktkategorier (dette valget begrunnes i kapittel 3.4). Indeksene er additive, det vil si at verdien på hver enkelt indikator er summert. Slik vil hver indikator ha like stor innvirkning på indeksen. Indeksene er laget på grunnlag av skjønnsmessig vurdering av hvilke produkter som kan samles til en produktkategori. De produktene som hadde et stort frafall ble ikke inkludert. Cronbachs alpha er et mål på hvor god en indeks er. Ved hjelp av Cronbachs alphakoeffisient undersøkte jeg om indeksene gir omtrent samme rangering av individene som jeg ville fått med en annen indekskonstruksjon. Koeffisienten blir høyere jo sterkere korrelasjonen er mellom indikatorene i indeksen, og jo flere indikatorer som inngår i den. Cronbachs alphakoeffisient for en indeks bør være over 0,7 for at den skal kunne sies å gi et generaliserbart resultat. Som vi ser i tabell 3 (under), oppfyller alle produktindeksene dette kravet. Det skal dog sies at jeg kunne fått andre resultater hvis jeg hadde inkludert andre og/eller flere produkter i undersøkelsen. Med hensyn til definisjonen av forbrukermakt i kapittel 1.5, ville det også vært en fordel om jeg hadde hatt flere produktkategorier av samme økonomiske størrelse.

Tabell 3: Cronbachs alpha

Produktkategori	Cronbachs alpha
Verktøy	0,796
Husholdsmaskiner	0,707
PC	0,87
Underholdningsprodukter	0,826
Nødvendige hvitevarer	0,952
Husholdstekn. hj.midler	0,867
Møbler/interiør	0,831
Bolig	0,707
Bil	0,83
Innredning	0,956

Konklusjonsvaliditet

Konklusjonsvaliditet handler om tilfeldighet (Skog 2005:101). Er effekten av de ulike uavhengige variablene på innflytelse virkelig, eller er den bare et resultat av tilfeldigheter? Ved hjelp av statistisk signifikanstesting kan man undersøke om en observert sammenheng kan være et resultat av tilfeldigheter. Ved denne metoden beregner man hvor stor usikkerhet det er knyttet til resultatene man har fått. Når sammenhengen overstiger de statistiske feilmarginene, forkaster man nullhypotesen om ingen sammenheng (Skog 2005:103).

Ved statistisk signifikanstesting er det to typer feilslutning man må passe på: feil av type I og feil av type II (Skog 2005). Feil av type I innebærer at man trekker den konklusjon at det er en effekt, mens det i virkeligheten ikke er noen effekt. Motsatt innebærer feil av type II at man trekker den konklusjon at det ikke er en effekt, mens det i virkeligheten er en effekt. Mens sannsynligheten for å gjøre feil av type I bestemmes av det signifikansnivået man velger, er sannsynligheten for å gjøre feil av type II avhengig av flere forhold.

Sannsynligheten for å gjøre feil av type II øker jo strengere signifikansnivå man velger. Det vil si at ved å sikre seg mot feil av type I, øker man samtidig sannsynligheten for å gjøre feil av type II. På den annen side minsker sannsynligheten for feil av type II jo større utvalg man har. Utvalget i Forbruker & Media undersøkelsen består som sagt av flere tusen respondenter. Dette kan føre til at jeg lett kan få signifikante resultater om sammenheng mellom de uavhengige variablene og innflytelse. Det vil si at det er en viss sannsynlighet for feil av type I. Samtidig er det viktig for meg å unngå feil av type II. Formålet med undersøkelsen er jo å undersøke om det er flere variabler enn kjønn som påvirker innflytelse. Selv om antallet respondenter er såpass høyt som 6873, velger jeg likevel å benytte signifikansnivå på 5 prosent. Faren for å begå feil av type I vil derfor være tilstede.

3.4 Regresjonsanalyse

For å belyse min problemstilling, vil jeg altså først kontrollere effekten av kjønn for de andre uavhengige variablene i egne modeller, for deretter å undersøke effekten av de andre uavhengige variablene for menn og kvinner hver for seg. For å undersøke effekten av de ulike variablene, vil jeg benytte multivariat regresjonsanalyse. De fleste sosiale fenomener er tross alt påvirket av flere ulike variabler. Multivariat regresjonsanalyse er en statistisk test hvor man undersøker hvordan og i hvilken grad en avhengig variabel (beslutningsinnflytelse) påvirkes av flere uavhengige variabler samtidig. Dermed kan man anslå hvilke av de uavhengige variablene i analysen som har størst innvirkning på den avhengige variabelen, kontrollert for de andre variablene. Slik får man et helhetlig bilde av de variablene som påvirker den avhengige variabelen. I multivariat regresjonsanalyse kontrollerer man for bakenforliggende og mellomliggende variabler, ved å inkludere disse i modellen. På denne måten kan man avdekke eventuelle spuriøse sammenhenger, som man ellers ikke ville fått frem ved å kun inkludere en av de uavhengige variablene i modellen (kjønn). I min sammenheng er kjønn korrelert med de uavhengige variablene utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse (jf. tabell 2).

Ved bruk av lineær regresjon stilles det en rekke forutsetninger (Skog 2005):

- Kontinuerlig avhengig variabel. Avhengig variabel bør være på intervall- eller forholdstallnivå. Den avhengige variabelen *innflytelse* befinner seg opprinnelig på ordinalnivå. Variabelen rangeres på en skala fra størst, middels, minst og til ingen innflytelse, det vil si fire verdier. Innflytelsesspørsmålet i Gallups forbrukerundersøkelse innebærer en rekke ulike produkter. For å oppfylle kravet om målenivå, har jeg laget indekser for de ulike produktene, slik at innflytelsesvariabelen har fått flere verdier (minst 7). Slik betraktes innflytelsesvariabelen som å være på forholdstallnivå, og kan dermed benyttes i en regresjonsanalyse. En annen viktig grunn til å lage indekser, er datareduksjon. Gjennom å samle flere spørsmål i en indeks, får jeg redusert antall analysevariabler til et oversiktlig antall.
- Lineær sammenheng mellom avhengig og uavhengige variabler, det vil si at den grafiske fremstillingen definerer en rett linje. Teoretisk sett er det mulig at det kan være kurvlineær sammenheng mellom innflytelse og alder, nærmere bestemt omvendt u-formet. Det vil si at innflytelse øker opp til en viss alder, for så å synke. Denne antagelsen har jeg sjekket ut ved å inkludere annenordensledd av den uavhengige variabelen alder i modellene. Annenordensleddet viste seg å være signifikant for kvinner ved en rekke av produktindeksene. For å kunne benytte variabelen beholdt jeg derfor annenordensleddet i de modellene hvor det var signifikant, og benyttet den ellers som lineær. Teoretisk sett er det også mulig at det kan være kurvlineær sammenheng mellom innflytelse og inntekt, men da j-formet. Det vil si at innflytelse øker med inntekt opp til et visst nivå, for så å flate ut. Denne antagelsen har jeg sjekket ut ved å gjøre den avhengige variabelen om til logaritmisk skala. Det var kun en kurve som viste seg å bli svært svakt j-formet. Da kurven flatet ut på et svært høyt inntektsnivå (rundt kr. 1 500 000), hvor det befinner seg svært få observasjoner, har jeg valgt å benytte inntektsvariabelen som lineær.

- Homoskedastiske restledd, det vil si at variasjonene rundt regresjonslinjen er like store for alle verdier av den uavhengige variabelen. Antallet respondenter i dette utvalget er meget stort, slik at de statistiske feilmarginene er ganske små. En viss heteroskedastisitet vil dermed ikke utgjøre noe stort problem.
- Normalfordelte restledd, det vil si at hvis det beregnes restledd for hver observasjonsenhet, og den statistiske fordelingen av disse verdiene tegnes, så skal resultatet bli en normalfordeling med gjennomsnitt lik null. Ved store utvalg sørger sentralgrenseteoremet for at restleddet blir normalfordelt.
- Uavhengige restledd, det vil si at hvis man vet hvor en gitt observasjon ligger i forhold til regresjonslinjen, skal man ikke kunne slutte seg til hvordan andre observasjoner ligger. Denne forutsetningen er automatisk oppfylt i utvalgsundersøkelser, siden enhetene er trukket uavhengig av hverandre.
- Ikke målefeil i avhengig og uavhengig variabel, det vil si at enhetenes sanne verdi på den avhengige og den uavhengige variabelen ikke skal være en annen enn den som er registrert i datasettet. Det er som oftest bare mulig å undersøke om det eksisterer manglende overensstemmelse mellom den sanne og den observerte variabelverdien i små utvalg. Da dette er svært arbeids- og tidkrevende, sier det seg selv at jeg ikke har muligheten til å undersøke dette i mitt utvalg.
- Uavhengig variabel og restleddet skal være ukorrelert med hverandre, det vil si at det ikke skal eksistere bakenforliggende variabler som er årsak til Y, og som er korrelert med den uavhengige variabelen. Løsningen på denne forutsetningen består i å utvide fra bivariat til multivariat analyse. Ellers er dette en forutsetning som er vanskelig å oppfylle, da jeg ikke har mulighet til å inkludere flere uavhengige variabler enn de som er tatt med i TNS Gallups forbrukerundersøkelse.

- Ikke perfekt kolinearitet mellom de uavhengige variablene, det vil si at de ikke skal ha en tendens til å opptre samtidig, da det vil føre til et identifikasjonsproblem. Ved å kjøre en korrelasjon fikk jeg bekreftet at ingen av de uavhengige variablene har en korrelasjon som overstiger 0,6. Det eksisterer dermed ingen stor fare for kolinearitetsproblemer.

Mange av regresjonsanalysens forutsetninger oppfylles ofte ikke i samfunnsvitenskapelige analyser. Man må derfor være bevisst på at det knytter seg en del usikkerhet til resultatene, og ta disse med i betraktning.

Ved lineære sammenhenger har jeg benyttet den lineære regresjonslikningen, som har følgende formel:

$$Y = b_0 + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + \dots + b_k \cdot X_k + \varepsilon$$

Y betegner den avhengige variabelen, i denne analysen innflytelse. X_1, X_2, \dots, X_k betegner k forskjellige, uavhengige variabler som benyttes i analysene. b_0 er konstantleddet og betegner gjennomsnittlig Y -verdi blant alle enhetene i populasjonen som har verdien null på samtlige uavhengige variabler. Konstantleddet forteller oss om skjæringspunktet på den vertikale aksene, det vil si den verdi Y har når X er lik null. b_1 er stigningstallet og måler hvor mye Y endrer seg hvis X_1 øker med en enhet, og de andre uavhengige variablene holdes konstant. Tilsvarende måler b_2 hvordan Y varierer med X_2 når de andre uavhengige variablene holdes konstant. ε betegner restleddet, som er effekten av alle ikke-observerte årsaksfaktorer.

Der sammenhengen mellom avhengig og uavhengig variabel er kurvlineær, har jeg benyttet annenordensledd i regresjonslikningen. Likningen får da følgende formel:

$$Y = b_0 + b_1 \cdot X + b_2 \cdot X^2 + \dots + b_k \cdot X_k + \varepsilon$$

I denne likningen må førstegradsleddet $b_1 \cdot X$ og annenordensleddet $b_2 \cdot X^2$ tolkes i sammenheng. Førstegradsleddet betegner hvor mye Y øker hvis den opprinnelige uavhengige variabelen øker med en enhet. Annenordensleddet betegner den opprinnelige uavhengige variabelen kvadrert med seg selv. Summen av disse to leddene avgjør formen på kurven. b_2 avgjør om kurven stiger eller synker for høyere verdier av X . Hvis b_2 er positiv, vil kurven stige brattere for høyere verdier av X , og motsatt hvis b_2 er negativ. De andre parametrene har samme betydning som i den lineære regresjonslikningen.

Analysene gjøres ved hjelp av statistikkprogrammet SPSS²⁰.

²⁰ Statistical Package for the Social Sciences

4. Presentasjon av resultatene

I dette kapittelet vil jeg presentere resultatene fra analysen i form av en rent deskriptiv fremleggelse. Tolkningen av disse resultatene vil bli foretatt i kapittel 5. Grunnen til at jeg velger å foreta et slikt skille mellom presentasjon og tolkning av resultatene, er at jeg vurderer det som lite hensiktsmessig å tolke de uavhengige variablenes effekt på innflytelse ved hver enkelt produktkategori hver for seg. Det vil gi betydelig mer mening å tolke de uavhengige variablenes effekt på innflytelse for produktkategoriene samlet sett. Slik får man et mer helhetlig bilde av ved hvilke typer produkter de ulike uavhengige variablene gir økt innflytelse.

Resultatene presenteres i form av regresjonstabeller. I regresjonstabellene er B- og T-verdier for regresjonskoeffisientene oppgitt. B-verdiene viser den forventede endringen i innflytelse når den uavhengige variabelen øker med en enhet, og de andre uavhengige variablene holdes konstant. Indeksverdiene er strukket på en skala fra 0 til 100 (standardiserte), slik at det er rimelig å tolke B-verdiene som prosentskårer, samt at de også kan sammenlignes. T-verdiene viser hvor langt unna H_0 (ingen av de uavhengige variablene påvirker innflytelse) vi befinner oss. Hvis H_0 er riktig, får vi lave T-verdier, og motsatt hvis det viser seg at minst en av de uavhengige variablene påvirker innflytelse, og H_0 skal forkastes. B- og T-verdier for konstantleddet er også oppgitt i regresjonstabellene. Konstantleddet indikerer den gjennomsnittlige verdien på den avhengige variabelen når verdien på de uavhengige variablene er lik null. Ettersom verdiene på de uavhengige variablene inntekt og alder starter på null, vil konstantleddet i denne oppgaven ikke kunne gis noen substansiell fortolkning. Jeg vil derfor se bort fra konstantleddet i de multivariate regresjonstabellene. I tillegg til B- og T-verdier, er den multiple korrelasjonskoeffisienten oppgitt (Justert R^2). Denne viser regresjonsmodellens forklaringskraft, det vil si hvor stor andel av variasjonene i innflytelse som forklares av de uavhengige variablene.

4.1 Verktøy

Kjønns effekt

Den bivariante analysen av sammenhengen mellom innflytelse og kjønn, viser at kjønn har svært stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av verktøy (gressklipper og elektrisk drill). Menn har mye større innflytelse enn kvinner. Vi ser samtidig at modellen har svært stor forklaringskraft, kjønnsvariabelen forklarer hele 54 prosent av den statistiske variasjonen i innflytelse. Innen samfunnsvitenskapelig analyse er dette meget høyt for kun én variabel. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklarte varians øker svært lite. Det vil si at kjønn har meget stor effekt, mens de andre uavhengige variablene forklarer lite av variasjonene i innflytelse. Som diskutert i kapittel 3.3.2, har jeg valgt å ikke legge noen videre tolkning i denne modellen. Effekten av de andre uavhengige variablene vil derfor presenteres i det neste avsnittet.

Tabell 4: Verktøy. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

VERKTØY	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	88,57	222,01	85,35	40,49
Kjønn (mann=0)	-48,55	-82,99***	-47,23	-70,92***
Alder (kontinuerlig)			0,03	0,90
Samlivsform (gift=0)			-1,19	-1,46
Barn (ikke barn=0)			0,11	0,15
Utdanning (lav utd=0)			0,79	1,26
Inntekt (kontinuerlig)			0,01	2,63**
Heltid			0,12	0,13
Deltid			-1,79	-1,66
Justert R ²	0,544		0,545	
N	5779		5779	

*Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$*

Multivariat analyse – samspill

I den multivariate analysen ser vi at det er kurvlineær sammenheng mellom innflytelse og alder for kvinner; innflytelse øker frem til de er cirka 47 år, for deretter å synke²¹. Det vil si at kvinner i slutten av 40-årene har større innflytelse enn både yngre og eldre kvinner. Samlivsform viser seg å ha signifikant betydning for hvor stor innflytelse menn har; samboende menn har mindre innflytelse enn menn som er gift. Videre øker innflytelse lineært med menns inntekt; jo høyere inntekt desto større innflytelse. Til sist ser vi at deltidsarbeidende menn har mindre innflytelse enn menn som ikke er yrkesaktive.

Når vi sammenligner effekten av disse variablene for menn og kvinner, ser vi at effekten av samlivsform som er ulik. Samlivsform har ikke noen effekt for kvinner, mens menn som lever i samboerskap har mindre innflytelse enn menn som er gift.

Tabell 5: Verktøy. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

VERKTØY	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	T
Konstant	82,59	19,15	26,73	4,65	-
Alder	0,15	0,74	0,65	2,50*	0,58
Alder kvadrert	-0,0009	-0,41	-0,007	-2,58**	1,69
Samlivsform (gift=0)	-3,20	-3,28**	1,88	1,36	3,00**
Barn (ikke barn=0)	0,35	0,41	-0,94	-0,77	-
Utdanning (lav utd=0)	0,50	0,70	1,31	1,20	-
Inntekt (kontinuerlig)	0,006	2,42*	0,003	0,54	0,47
Heltid	0,17	0,13	-0,91	-0,54	-
Deltid	-4,59	-2,44*	-1,95	-1,24	1,07
Justert R ²	0,014		0,002		-
N	3092		2687		-

Signifikanstest - T-test²²: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene²³

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

²¹ Formelen for å finne topp- og bunnpunkt for kurvlineære sammenhenger er $-(b1/2b2)$ (Skog 2005:285).

4.2 Husholdsmaskiner

Kjønneffekt

Den bivariante analysen viser at kjønn har svært stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av husholdsmaskiner (symaskin og foodprocessor). Kvinner har mye større innflytelse enn menn, og modellen har svært stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklarte varians ikke øker i det hele tatt. Det vil si at de andre uavhengige variablene ikke har nevneverdig effekt på innflytelse.

Tabell 6: Husholdsmaskiner. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

HUSHOLDSMASKINER	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	43,10	124,02	41,69	23,24
Kjønn (mann=0)	45,48	91,28***	45,02	79,06***
Alder (kontinuerlig)			0,03	1,31
Samlivsform (gift=0)			-0,57	-0,82
Barn (ikke barn=0)			-0,40	-0,65
Utdanning (lav utd=0)			0,32	0,60
Inntekt (kontinuerlig)			-0,003	-1,50
Heltid			1,02	1,26
Deltid			2,23	2,43*
Justert R ²	0,577		0,577	
N	6117		6117	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

²² T-testen tester H0 om at det ikke er noen sammenheng mellom avhengig og uavhengig variabel. H0 forkastes hvis sjansen for å forkaste H0 når den er rett (p) er lavere enn 0,05, eller hvis testobservator (t), som angir hvor langt unna H0 vi befinner oss, er høyere enn kritisk verdi på 1.96.

²³ Sediff = standardfeilen til differansen mellom de to regresjonskoeffisientene, M = regresjonskoeffisient menn, K = regresjonskoeffisient kvinner.

Multivariat analyse - samspill

Den multivariate analysen viser at det er sammenheng mellom innflytelse og alder. Jeg har undersøkt om det er lineær sammenheng mellom menns innflytelse og alder (vedlegg 1). Det viser seg at menns innflytelse minsker lineært med alderen, det vil si at yngre menn har større innflytelse enn eldre menn. Til forskjell fra menn, er det kurvlineær sammenheng mellom alder og innflytelse for kvinner. Innflytelse øker frem til kvinner er cirka 52 år, for deretter å minske. Videre ser vi at menn med barn har mindre innflytelse enn menn uten barn, mens kvinner med barn har større innflytelse enn kvinner uten barn. Samboende kvinner har mindre innflytelse enn gifte kvinner. Til sist ser vi at menn som har heltidsarbeid har mindre innflytelse enn menn som ikke er yrkesaktive, mens kvinner som jobber deltid har større innflytelse enn ikke-yrkesaktive kvinner.

Effekten av barn viser seg å være ulik for menn og kvinner. Mens menn med barn har mindre innflytelse enn menn uten barn, har kvinner med barn større innflytelse enn kvinner uten barn. Alderseffekten er også ulik for menn og kvinner ved at den er lineær for menn og kurvlineær for kvinner, og kan av denne grunn ikke sammenlignes ved hjelp av signifikanstest.

Tabell 7: Husholdsmaskiner. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

HUSHOLDSMASKINER	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	
Konstant	60,53	12,36	60,58	17,52	-
Alder	-0,44	-1,98	1,04	6,66***	-
Alder kvadrert	0,003	1,37	-0,01	-5,70***	-
Samlivsform (gift=0)	0,67	0,60	-1,74	-2,08*	1,73
Barn (ikke barn=0)	-2,56	-2,63**	1,85	2,49**	3,61***
Utdanning (lav utd=0)	0,94	1,15	-0,62	-0,94	-
Inntekt (kontinuerlig)	-0,004	-1,56	0,006	1,72	-
Heltid	-3,16	-1,99*	1,38	1,34	1,25
Deltid	-2,04	-0,92	2,29	2,39*	0,74
Justert R ²	0,009		0,040		-
N	3141		2976		-

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.3 PC

Kjønneffekt

Den bivariante analysen av sammenhengen mellom innflytelse og kjønn, viser at kjønn har stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av PC-relaterte produkter (datamaskin og internett). Menn har større innflytelse enn kvinner, og modellen har relativt stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønneffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklaringskraft øker svært lite. Det vil si at kjønn har stor effekt på innflytelse, mens de andre uavhengige variablene har liten effekt.

Tabell 8: PC. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

PC	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	76,29	130,88	74,52	26,07
Kjønn (mann=0)	-26,76	-31,74***	-23,71	-25,29***
Alder (kontinuerlig)			-0,22	-5,22***
Samlivsform (gift=0)			-1,44	-1,31
Barn (ikke barn=0)			-0,44	-0,46
Utdanning (lav utd=0)			7,96	9,18***
Inntekt (kontinuerlig)			0,01	4,45***
Heltid			5,21	3,79***
Deltid			0,34	0,22
Justert R ²	0,173		0,218	
N	4814		4814	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

Den multivariate analysen viser at det er sammenheng mellom innflytelse og alder. Jeg har undersøkt om det er lineær sammenheng mellom innflytelse og alder for menn (vedlegg 2). Det viser seg at innflytelse minsker lineært med menns alder, det vil si at yngre menn har større innflytelse enn eldre. Til forskjell fra menn øker innflytelse kurvlineært med alderen for kvinner. Innflytelse øker frem til kvinner er cirka 36 år, for deretter å synke. Det vil si at

kvinner i midten av 30-årene har større innflytelse enn både yngre og eldre kvinner. Videre viser det seg at samboende menn har mindre innflytelse enn gifte menn. Utdanning har samme effekt på innflytelse for menn og kvinner; de med høyere utdanning har større innflytelse enn de med lavere utdanning. Innflytelse øker også lineært med menns og kvinners inntekt; jo høyere inntekt desto større innflytelse. Til sist ser vi at menn som arbeider deltid har større innflytelse enn ikke-yrkesaktive menn, mens heltidsarbeidende kvinner har større innflytelse enn ikke-yrkesaktive kvinner.

Ved sammenligning av effekten av disse variablene for menn og kvinner, ser vi at effekten av utdanning og deltidsarbeid er ulik. Som vi ser har utdanning større effekt for menn enn for kvinner. Når det gjelder deltidsarbeid, viser det seg å ha betydning for innflytelse for menn, men ikke for kvinner.

Tabell 9: PC. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

PC	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	T
Konstant	79,01	11,45	32,34	4,55	-
Alder	-0,24	-0,73	0,66	1,92	-
Alder kvadrert	-0,001	-0,30	-0,009	-2,37*	1,41
Samlivsform (gift=0)	-3,19	-2,10*	-0,11	-0,07	1,37
Barn (ikke barn=0)	-1,58	-1,18	0,28	0,19	-
Utdanning (lav utd=0)	11,39	9,99***	3,45	2,58**	4,51***
Inntekt (kontinuerlig)	0,01	3,37***	0,02	2,84**	1,11
Heltid	3,40	1,46	4,82	2,26*	0,44
Deltid	7,21	2,26*	-2,54	-1,27	4,06***
Justert R ²	0,082		0,048		-
N	2512		2302		-

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.4 Underholdningsprodukter

Kjønnseffekt

Den bivariante analysen av sammenhengen mellom innflytelse og kjønn, viser at kjønn har stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av underholdningsprodukter (videospiller og tv). Menn har større innflytelse enn kvinner, og modellen har relativt stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklaringskraft øker svært lite. Det vil si at kjønn har meget stor effekt på innflytelse, mens de andre uavhengige variablene har liten effekt.

Tabell 10: Underholdning. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

UNDERHOLDNING	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	78,58	240,09	81,85	49,50
Kjønn (mann=0)	-17,45	-36,75***	-16,87	-31,31***
Alder (kontinuerlig)			-0,14	-5,78***
Samlivsform (gift=0)			-0,36	-0,56
Barn (ikke barn=0)			-1,12	-1,99*
Utdanning (lav utd=0)			1,52	3,03**
Inntekt (kontinuerlig)			0,01	3,31***
Heltid			1,52	1,96*
Deltid			1,16	1,33
Justert R ²	0,188		0,202	
N	5841		5841	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

Den multivariate analysen viser at det er sammenheng mellom innflytelse og alder. Jeg har testet om det er lineær sammenheng mellom innflytelse og alder for menn (vedlegg 3). Det viser seg at innflytelse minsker lineært med menns alder, det vil si at yngre menn har større innflytelse enn eldre menn. Til forskjell fra menn, er det kurvlineær sammenheng mellom

innflytelse og alder for kvinner. Kvinner innflytelse øker frem til de er cirka 49 år, for deretter å minske igjen. Videre viser det seg at menn med barn har mindre innflytelse enn menn uten barn. Til sist ser vi at menn med høyere utdanning har større innflytelse enn menn med lavere utdanning, og at menns innflytelse øker lineært inntekt.

Ved sammenligning av effekten av disse variablene for menn og kvinner, kan vi ikke si at effekten er ulik for noen av variablene. Alderseffekten er dog ulik for menn og kvinner ved at den er lineær for menn og kurvlineær for kvinner, og kan nettopp av denne grunn ikke sammenlignes ved hjelp av signifikanstest.

Tabell 11: Underholdning. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

UNDERHOLDNING	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	
Konstant	93,41	23,25	40,33	9,97	-
Alder	-0,38	-2,04	0,89	4,63***	-
Alder kvadrert	0,0004	0,21	-0,009	-4,34***	-
Samlivsform (gift=0)	-0,35	-0,39	0,35	0,38	-
Barn (ikke barn=0)	-2,20	-2,82**	-0,71	-0,84	1,29
Utdanning (lav utd=0)	2,56	3,84***	0,92	1,22	1,63
Inntekt (kontinuerlig)	0,008	3,48***	0,003	0,79	1,11
Heltid	-0,63	-0,49	1,012	0,86	-
Deltid	-1,91	-1,05	0,991	0,90	-
Justert R ²	0,060		0,011		-
N	3066		2775		-

*Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$*

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.5 Nødvendige hvitevarer

Kjønnseffekt

Den bivariante analysen viser at kjønn har stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av nødvendige hvitevarer (kjøleskap, komfyr og fryser). Kvinner har større innflytelse enn menn, og modellen har stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklarte varians øker svært lite. Det vil si at kjønn har meget stor effekt på innflytelse, mens de andre uavhengige variablene har liten effekt.

Tabell 12: Nødvendige hvitevarer. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

NØDVENDIGE HVITEVARER	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	62,44	212,54	57,12	37,46
Kjønn (mann=0)	18,60	43,98***	18,66	38,89***
Alder (kontinuerlig)			0,10	4,74***
Samlivsform (gift=0)			-0,14	-0,25
Barn (ikke barn=0)			0,31	0,60
Utdanning (lav utd=0)			-1,42	-3,13**
Inntekt (kontinuerlig)			-0,001	-0,54
Heltid			1,38	2,01*
Deltid			2,02	2,63**
Justert R ²	0,221		0,226	
N	6806		6806	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

Den multivariate analysen viser at det er sammenheng mellom innflytelse og alder. Jeg har undersøkt om det er signifikant lineær sammenheng mellom innflytelse og alder for menn (vedlegg 4). Det viser seg at menns innflytelse minsker lineært med alderen, det vil si at yngre menn har større innflytelse enn eldre menn. Til forskjell fra menn viser det seg å være

kurvlineær sammenheng mellom alder og innflytelse for kvinner. Kvinners innflytelse øker frem til de er cirka 64 år, for deretter å synke. Videre er det sammenheng mellom innflytelse og utdanning for kvinner. Kvinner med høy utdanning har mindre innflytelse enn kvinner med lav utdanning.

Ved sammenligning av effekten av utdanning for menn og kvinner, kan vi ikke si at denne er ulik. Alderseffekten er ulik for menn og kvinner ved at den er lineær for menn og kurvlineær for kvinner, og kan av denne grunn ikke sammenlignes ved hjelp av signifikanstest.

Tabell 13: Nødvendige hvitevarer. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

NØDVENDIGE HVITEVARER	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	T
Konstant	76,84	20,76	48,41	14,36	-
Alder	-0,40	-2,41	1,15	7,55***	-
Alder kvadrert	0,003	1,46	-0,009	-5,36***	-
Samlivsform (gift=0)	0,76	0,90	-0,70	-0,86	-
Barn (ikke barn=0)	-0,60	-0,81	0,99	1,36	-
Utdanning (lav utd=0)	-0,51	-0,82	-1,65	-2,55*	1,41
Inntekt (kontinuerlig)	-0,001	-0,25	0,002	0,63	-
Heltid	-1,49	-1,25	0,42	0,41	-
Deltid	-0,13	-0,08	1,75	1,87	-
Justert R ²	0,012		0,082		-
N	3520		3286		-

*Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$*

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.6 Husholdstekniske hjelpemidler

Kjønnseffekt

Den bivariante analysen viser at kjønn har stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av husholdstekniske hjelpemidler (oppvaskmaskin, vaskemaskin og støvsuger). Kvinner har større innflytelse enn menn, og modellen har stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklarte varians øker svært lite. Det vil si at kjønn har meget stor effekt på innflytelse, og at de andre uavhengige variablene har liten effekt.

Tabell 14: Husholdstekniske hjelpemidler. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

HUSHOLDSTEKN. HJELPEMIDLER	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	59,08	187,84	55,45	34,29
Kjønn (mann=0)	22,71	50,17***	22,29	43,22***
Alder (kontinuerlig)			0,05	2,31*
Samlivsform (gift=0)			0,29	0,47
Barn (ikke barn=0)			1,06	1,94
Utdanning (lav utd=0)			-0,75	-1,55
Inntekt (kontinuerlig)			-0,004	-1,90
Heltid			2,12	2,85**
Deltid			3,34	3,98***
Justert R ²	0,285		0,287	
N	6318		6318	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

Den multivariate analysen viser at det er sammenheng mellom innflytelse og alder. Jeg har undersøkt om det er signifikant lineær sammenheng mellom innflytelse og alder for menn (vedlegg 5). Det viser seg at menns innflytelse minsker lineært med alderen, det vil si at yngre menn har større innflytelse enn eldre. Vi ser at det er kurvlineær sammenheng mellom

innflytelse og alder for kvinner. Kvinner innflytelse øker frem til de er cirka 74 år. Det vil si at det er tilnærmet lik lineær sammenheng mellom alder og innflytelse for kvinner. Videre ser vi at kvinner med barn har større innflytelse enn kvinner uten barn, og at samboende menn har større innflytelse enn gifte menn. Til sist ser vi at kvinner med høy utdanning har mindre innflytelse enn kvinner med lav utdanning, mens kvinner i deltidsarbeid har større innflytelse enn kvinner som ikke er yrkesaktive.

Ved sammenligning av effekten av disse variablene for menn og kvinner, viser det seg at effekten av barn og utdanning er ulik. Mens disse variablene ikke har noen signifikant effekt for menn, har kvinner med høyere utdanning lavere innflytelse enn kvinner med lavere utdanning, og kvinner med barn har større innflytelse enn kvinner uten barn. Alderseffekten er ulik for menn og kvinner ved at den er lineær for menn og kurvlineær for kvinner.

Tabell 15: Husholdstekniske hjelpemidler. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

HUSHOLDSTEKN. HJELPEMIDLER	Menn		Kvinner		M-K T
	B	T	B	T	
Konstant	71,94	17,72	43,61	12,41	-
Alder	-0,31	-1,67	1,47	9,17***	-
Alder kvadrert	0,001	0,55	-0,01	-7,41***	-
Samlivsform (gift=0)	1,82	1,99*	-0,34	-0,40	1,24
Barn (ikke barn=0)	-0,66	-0,84	1,98	2,63**	2,22*
Utdanning (lav utd=0)	0,97	1,44	-1,85	-2,74**	3,14**
Inntekt (kontinuerlig)	-0,004	-1,80	0,001	0,28	-
Heltid	-0,35	-0,27	-0,06	-0,06	-
Deltid	-1,15	-0,64	2,40	2,43*	0,83
Justert R ²	0,027		0,071		-
N	3269		3049		-

*Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$*

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.7 Møbler/interiør

Kjønneffekt

Den bivariante analysen viser at kjønn har svært stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av møbler/interiør (sofa, spisestuemøbler og tepper). Kvinner har mye større innflytelse enn menn (26 prosentskåre større innflytelse), og modellen har svært stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklaringskraft øker svært lite. Det vil si at kjønn har meget stor effekt på innflytelse, og at de andre uavhengige variablene har liten effekt.

Tabell 16: Møbler/interiør. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

MØBLER/INTERIØR	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	56,93	193,65	52,82	34,49
Kjønn (mann=0)	26,72	63,01***	26,59	55,14***
Alder (kontinuerlig)			0,07	3,17**
Samlivsform (gift=0)			0,21	0,35
Barn (ikke barn=0)			0,26	0,51
Utdanning (lav utd=0)			0,73	1,61
Inntekt (kontinuerlig)			0,00	-0,52
Heltid			0,66	0,96
Deltid			1,96	2,53*
Justert R ²	0,387		0,389	
N	6282		6282	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

Multivariat analyse viser at det er kurvlineær sammenheng mellom innflytelse og alder for kvinner. Kvinner innflytelse øker frem til de er cirka 56 år, for deretter å synke. Mens kvinner med barn har større innflytelse enn kvinner uten barn, har menn med barn mindre innflytelse enn menn uten barn. Videre ser vi at samboende menn har større innflytelse enn

menn som er gift. Og til sist ser vi at menn med høy utdanning har større innflytelse enn menn med lavere utdanning.

Sammenligner vi effekten av disse variablene for menn og kvinner, ser vi at det er ulik effekt av variablene alder, barn og samlivsform. Innflytelse øker med alderen frem til kvinner er i 50-årene, mens alder ikke har noen betydning for menn. Mens menn med barn har mindre innflytelse enn menn uten barn, har kvinner med barn større innflytelse enn kvinner uten barn. Til sist har samboende menn større innflytelse enn gifte, men samlivsform ikke har noen betydning for kvinner.

Tabell 17: Møbler/interiør. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

MØBLER/INTERIØR	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	T
Konstant	62,45	16,49	64,80	18,68	-
Alder	-0,24	-1,38	0,67	4,25***	3,90***
Alder kvadrert	0,003	1,38	-0,006	-3,45***	3,18**
Samlivsform (gift=0)	1,80	2,07*	-1,26	-1,51	2,11*
Barn (ikke barn=0)	-1,53	-2,04*	2,08	2,82**	3,25**
Utdanning (lav utd=0)	1,32	2,10*	-0,12	-0,18	1,72
Inntekt (kontinuerlig)	-0,001	-0,31	0,002	0,47	-
Heltid	-0,51	-0,42	0,88	0,87	-
Deltid	-0,30	-0,18	1,83	1,94	-
Justert R ²	0,005		0,019		-
N	3263		3019		-

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.8 Bolig

Kjønnseffekt

Den bivariante analysen av sammenhengen mellom innflytelse og kjønn, viser at kjønn har liten betydning for innflytelse ved parets beslutning om kjøp av bolig (hus, rekkehus og leilighet). Menn har bare så vidt større innflytelse enn kvinner. Samtidig har modellen svært liten forklaringskraft, kjønnsvariabelen forklarer kun 0,5 prosent av den statistiske variasjonen i innflytelse. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklaringskraft øker svært lite. Det vil si at ingen av de andre uavhengige variablene har noen særlig effekt på innflytelse.

Tabell 18: Bolig. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

BOLIG	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	95,20	133,38	95,30	26,80
Kjønn (mann=0)	-4,61	-4,43***	-2,22	-1,88
Alder (kontinuerlig)			-0,21	-3,96***
Samlivsform (gift=0)			0,50	0,37
Barn (ikke barn=0)			-1,29	-1,07
Utdanning (lav utd=0)			6,92	6,36***
Inntekt (kontinuerlig)			0,02	3,56***
Heltid			2,82	1,67
Deltid			0,41	0,22
Justert R ²	0,005		0,035	
N	3972		3972	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

Den multivariate analysen viser at innflytelse minsker lineært med alderen for menn, det vil si at yngre menn har større innflytelse enn eldre ved parets beslutning om kjøp av bolig.

Samtidig har menn med barn mindre innflytelse enn menn uten barn. Utdanning har samme

effekt for menn og kvinner; høyt utdannede har større innflytelse enn lavt utdannede. Innflytelse øker også lineært med menns og kvinners inntekt; jo høyere inntekt desto større innflytelse.

Når vi sammenligner effekten av de signifikante variablene for menn og kvinner, viser det seg at effekten av variablene alder, barn og inntekt er ulik. Mens menns innflytelse minsker med alderen, har ikke alder noen effekt for kvinner. Det samme gjelder for barn; det å ha barn minsker menns innflytelse, mens det ikke har noen effekt for kvinner. Til sist ser vi at inntekt har større effekt for kvinner enn for menn.

Tabell 19: Bolig. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

BOLIG	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	T
Konstant	105,09	20,98	84,42	17,92	
Alder (kontinuerlig)	-0,34	-4,71***	-0,10	-1,21	2,31*
Samlivsform (gift=0)	-1,04	-0,56	1,16	0,57	
Barn (ikke barn=0)	-4,29	-2,66**	2,36	1,29	2,73**
Utdanning (lav utd=0)	8,31	5,88***	4,88	2,86**	1,54
Inntekt (kontinuerlig)	0,01	2,10*	0,04	3,84***	2,54*
Heltid	1,49	0,60	1,69	0,66	
Deltid	1,47	0,38	-0,90	-0,38	
Justert R ²	0,038		0,03		
N	2109		1863		

*Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$*

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.9 Bil

Kjønnseffekt

Den bivariante analysen av sammenhengen mellom innflytelse og kjønn, viser at kjønn har svært stor betydning for innflytelse ved parets beslutning om kjøp av bil (bil og vinterdekk). Menn har her mye større innflytelse enn kvinner. Modellen har også svært stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklaringskraft øker svært lite. Det innebærer at kjønn har meget stor effekt, og at de andre uavhengige variablene forklarer lite av variasjonene i innflytelse.

Tabell 20: Bil. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

BIL	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	90,81	288,31	83,17	50,52
Kjønn (mann=0)	-35,35	-77,28***	-33,34	-64,16***
Alder (kontinuerlig)			0,06	2,35*
Samlivsform (gift=0)			0,86	1,37
Barn (ikke barn=0)			-0,31	-0,56
Utdanning (lav utd=0)			0,65	1,32
Inntekt (kontinuerlig)			0,01	2,92**
Heltid			3,97	5,34***
Deltid			0,08	0,09
Justert R ²	0,465		0,472	
N	6873		6873	

Signifikanstest – T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

I den multivariate analysen viser det seg at det er kurvlineær sammenheng mellom alder og hvor stor innflytelse man har ved parets beslutning om kjøp av bil, men med omvendt effekt for menn og kvinner. Innflytelse minsker med alderen frem til menn er cirka 53 år, for så å øke. Det vil altså si at både yngre og eldre menn har større innflytelse enn den midterste

aldersgruppen. For kvinner øker derimot innflytelse med alderen frem til de er cirka 53 år, for så å synke. Det vil si at kvinner i 50-års alderen har større innflytelse enn både yngre og eldre kvinner. Videre har samboende kvinner større innflytelse enn kvinner som er gift, og kvinner med høy utdanning har større innflytelse enn kvinner med lav utdanning. Inntekt viser seg å ha signifikant betydning for innflytelse for menn, hvor innflytelse øker lineært med økende inntekt. Til sist ser vi at det er signifikant sammenheng mellom innflytelse og om man jobber heltid for både menn og kvinner. Heltidsarbeidende har større innflytelse enn de som ikke er yrkesaktive.

Når vi sammenligner effekten av de signifikante variablene for menn og kvinner, viser det seg at det kun er effekten av variablene alder og samlivsform som er ulik. Alderseffekten er motsatt for menn og kvinner; menns innflytelse synker frem til de er cirka 53 år, mens kvinners innflytelse øker frem til den samme alderen. Når det gjelder samlivsform, har dette ingen effekt for menn, mens kvinner som lever i samboerskap har større innflytelse enn kvinner som lever i ekteskap.

Tabell 21: Bil. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

BIL	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	T
Konstant	94,00	28,50	30,26	6,82	-
Alder	-0,32	-2,15*	0,96	4,69***	5,04***
Alder kvadrert	0,003	1,98*	-0,009	-4,09***	4,28***
Samlivsform (gift=0)	-1,26	-1,69	3,67	3,46***	3,81***
Barn (ikke barn=0)	0,47	0,72	-1,53	-1,62	-
Utdanning (lav utd=0)	0,006	0,01	1,81	2,14*	1,77
Inntekt (kontinuerlig)	0,007	3,65***	0,0008	0,18	1,15
Heltid	3,11	2,92**	3,42	2,62**	0,18
Deltid	0,34	0,23	-0,41	-0,34	-
Justert R ²	0,012		0,022		-
N	3615		3258		-

*Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$*

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.10 Innredning

Kjønns effekt

Den bivariante analysen viser at kjønn har stor betydning for innflytelse ved husstandens beslutninger om innkjøp av innredning (kjøkkeninnredning og badersinnredning). Kvinner har større innflytelse enn menn, og modellen har stor forklaringskraft. Når vi kontrollerer kjønnseffekten for de andre uavhengige variablene, ser vi at modellens forklaringskraft øker svært lite. Det vil si at kjønn har stor effekt på innflytelse, og at de andre uavhengige variablene har liten effekt.

Tabell 22: Innredning. Innflytelse etter kjønn. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

INNREDNING	Bivariat regresjon		Multivariat regresjon	
	B	T	B	T
Konstant	59,58	188,43	53,34	32,65
Kjønn (mann=0)	22,05	48,35***	22,41	43,20***
Alder (kontinuerlig)			0,10	4,10***
Samlivsform (gift=0)			0,47	0,75
Barn (ikke barn=0)			0,99	1,79
Utdanning (lav utd=0)			-0,83	-1,71
Inntekt (kontinuerlig)			0,001	0,55
Heltid			1,39	1,89
Deltid			1,84	2,20*
Justert R ²	0,256		0,258	
N	6777		6777	

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

Multivariat analyse - samspill

Multivariat analyse viser at det er kurvlineær sammenheng mellom innflytelse og alder for kvinner. Kvinner innflytelse øker kurvlineært frem til de er cirka 56 år, for deretter å synke. Analysen viser også at samlivsform har signifikant effekt på innflytelse for menn. Samboende menn har større innflytelse enn menn som er gift.

Effekten av de to uavhengige variablene viser seg å være ulik for menn og kvinner. Innflytelse øker kurvlineært frem til kvinner er i 50-årene, mens alder ikke har noen betydning for menn. Samboende menn har større innflytelse enn menn som er gift, mens samlivsform ikke har noen betydning for kvinner.

Tabell 23: Innredning. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

INNREDNING	Menn		Kvinner		M-K
	B	T	B	T	T
Konstant	61,96	15,54	52,00	14,01	-
Alder	-0,02	-0,11	1,11	6,57***	4,54***
Alder kvadrert	-0,0003	-0,14	-0,010	-5,35***	3,42***
Samlivsform (gift =0)	2,94	3,23**	-1,12	-1,26	2,50*
Barn (ikke barn=0)	0,19	0,24	1,03	1,30	-
Utdanning (lav utd=0)	-1,28	-1,91	0,09	0,12	-
Inntekt (kontinuerlig)	0,0009	0,39	0,006	1,54	-
Heltid	-1,34	-1,05	-0,27	-0,25	-
Deltid	-3,39	-1,93	1,52	1,47	-
Justert R ²	0,006		0,038		-
N	3518		3259		-

Signifikanstest - T-test: * $p < 0.05$ $t > 1.96$, ** $p < 0.01$ $t > 2.58$, *** $p < 0.001$ $t > 3.29$

M-K: T-test om effekten er ulik blant menn og kvinner der variabelen er signifikant hos minst en av gruppene

$$SE_{diff} = \frac{M - K}{\sqrt{(SE_M^2 + SE_K^2)}}$$

4.11 Oppsummering av resultater

I dette kapittelet har jeg undersøkt om det er systematiske kjønnsforskjeller i beslutningsinnflytelse med hensyn til forbruk, eller om innflytelse i stor grad varierer med ulike strukturelle forhold. Undersøkelsen tok utgangspunkt i syv hypoteser utledet i kapittel 2. Analysene viser noen meget interessante resultater knyttet til kjønn. Resultatene tyder på at kjønn har stor betydning for innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av alle de ulike produktkategoriene, unntatt bolig, men i en annen betydning enn antatt. Med grunnlag i definisjonen av forbrukermakt i kapittel 1.5, kan jeg ikke si at det ene kjønn har større forbrukermakt enn det andre. Samlet sett er ikke produktene menn har størst innflytelse over av større økonomisk størrelse enn produktene kvinner har størst innflytelse over. Det vil si at hypotese 1 ikke får støtte. Resultatene tyder i stedet på at kvinner har størst innflytelse ved

det jeg vil kalle feminine produkter, mens menn har størst innflytelse ved såkalte maskuline produkter. Hva jeg legger i disse begrepene vil jeg redegjøre nærmere for i kapittel 5.1.

Resultatene tyder også på at de andre uavhengige variablene har betydning for innflytelse, men i mye mindre grad enn kjønn. Tabell 24 gir en oversikt over de ulike hypotesene, og om de får støtte i analysene. Den enkelte hypotese vurderes å få *støtte* dersom resultatene viser til større/mindre innflytelse ved både bolig, bil og innredning, som representerer produktkategoriene med de største økonomiske konsekvensene. Hypotesene vurderes å få *delvis støtte* dersom resultatene viser til større/mindre innflytelse ved enten bolig, bil eller innredning. Og til sist vurderes hypotesene som *ikke støttet* dersom resultatene ikke viser til større/mindre innflytelse ved hverken bolig, bil eller innredning.

Tabell 24: Hypoteseoversikt

	Hypotese	Støttes ?
1	Menn har større innflytelse i parforholdet enn kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Delvis
2.1	Unge menn har mindre innflytelse i parforholdet enn eldre menn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
2.2	Unge kvinner har større innflytelse i parforholdet enn eldre kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
3.1	Menn som lever i samboerskap har mindre innflytelse i parforholdet enn menn i ekteskap ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
3.2	Kvinner som lever i samboerskap har større innflytelse i parforholdet enn kvinner i ekteskap ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Delvis
4.1	Menn med barn har større innflytelse i parforholdet enn menn uten barn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
4.2	Kvinner med barn har mindre innflytelse i parforholdet enn kvinner uten barn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
5.1	Høyt utdannede menn har mindre innflytelse i parforholdet enn lavt utdannede menn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
5.2	Høyt utdannede kvinner har større innflytelse i parforholdet enn lavt utdannede kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Delvis
6.1	Menn med høy inntekt har mindre innflytelse i parforholdet enn menn med lav inntekt ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
6.2	Kvinner med høy inntekt har større innflytelse i parforholdet enn kvinner med lav inntekt ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Delvis
7.1	Yrkesaktive menn har mindre innflytelse i parforholdet enn ikke-yrkesaktive menn ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Nei
7.2	Yrkesaktive kvinner har større innflytelse i parforholdet enn ikke-yrkesaktive kvinner ved beslutninger om innkjøp som har store økonomiske konsekvenser	Delvis

Hypotese 2.1 og 2.2

Med utgangspunkt i tidligere forskning i kapittel 2.2.1, hadde jeg en forventning om at yngre menn har mindre beslutningsinnflytelse i parforholdet enn eldre. Resultatene viser at yngre menn har større innflytelse enn eldre både når det gjelder beslutning om kjøp av bolig, PC, underholdningsprodukter, husholdsmaskiner, nødvendige hvitevarer og husholdstekniske hjelpemidler. Det viser seg at eldre menn ikke har større innflytelse enn yngre ved noen av produktkategoriene. Hypotese 2.1 støttes derfor ikke. Videre hadde jeg en forventning om at yngre kvinner har større beslutningsinnflytelse i parforholdet enn eldre. Med unntak av tre produktkategorier, bolig, pc og husholdstekniske hjelpemidler, har kvinner rundt 50-års alderen større innflytelse enn både yngre og eldre uansett produktkategori. Yngre kvinner har ikke større innflytelse enn eldre ved noen av produktkategoriene. Hypotese 2.2 støttes derfor heller ikke.

Hypotese 3.1 og 3.2

Når det gjelder samlivsform, hadde jeg en forventning om at menn som lever i samboerskap har mindre beslutningsinnflytelse enn menn som lever i ekteskap. Resultatene viser at menn som er samboende har mindre innflytelse enn menn som er gift ved innkjøp av verktøy og PC, mens de har større innflytelse ved innkjøp av husholdstekniske hjelpemidler, møbler/interiør og innredning. Hypotese 3.1 støttes derfor ikke. Videre hadde jeg en forventning om at kvinner som lever i samboerskap har større beslutningsinnflytelse enn kvinner som lever i ekteskap. Resultatene viser at kvinner som lever i samboerskap har større innflytelse enn kvinner som lever i ekteskap ved innkjøp av bil, mens ved innkjøp av husholdsmaskiner har samboende kvinner mindre innflytelse enn gifte kvinner. Hypotese 3.2 får derfor delvis støtte.

Hypotese 4.1 og 4.2

Ved betydningen av det å ha barn, hadde jeg en forventning om at menn med barn har større innflytelse enn menn uten barn. Resultatene viser at menn med barn har mindre innflytelse enn menn uten barn ved bolig, underholdningsprodukter, husholdsmaskiner og

møbler/interiør. Menn med barn har faktisk ikke større innflytelse enn menn uten barn ved noen av produktkategoriene. Hypotese 4.1 støttes derfor ikke. Videre hadde jeg en forventning om at kvinner med barn har mindre innflytelse enn kvinner uten barn. Resultatene viser at kvinner med barn har større innflytelse enn kvinner uten barn ved husholdsmaskiner, husholdstekniske hjelpemidler og møbler/interiør. Kvinner uten barn har ikke større innflytelse enn kvinner med barn ved noen av produktkategoriene. Hypotese 4.2 støttes derfor heller ikke.

Hypotese 5.1 og 5.2

Med utgangspunkt i tidligere forskning hadde jeg en antakelse om motsatt effekt av utdanning for menn og kvinner. Jeg forventet at høyt utdannede menn har mindre beslutningsinnflytelse enn menn med lav utdanning. Resultatene viser at menn med høyere utdanning har større innflytelse ved parets beslutninger om innkjøp av bolig, PC-relaterte produkter, underholdningsprodukter og møbler/interiør. Menn med lavere utdanning har faktisk ikke større innflytelse enn menn med høyere utdanning ved noen av produktkategoriene. Hypotese 5.1 støttes derfor ikke. Videre forventet jeg at kvinner med høyere utdanning har større innflytelse enn kvinner med lav utdanning. Resultatene viser at kvinner med høyere utdanning har større innflytelse enn kvinner med lavere utdanning ved bolig, bil og PC, mens de har mindre innflytelse ved nødvendige hvitevarer og husholdstekniske hjelpemidler. Hypotese 5.2 får derfor delvis støtte.

Hypotese 6.1 og 6.2

Ved inntekt hadde jeg også en antakelse om ulik effekt for menn og kvinner. Jeg forventet at høy inntekt vil føre til mindre beslutningsinnflytelse for menn, og større for kvinner. Resultatene viser at menn med høy inntekt har større innflytelse enn menn med lav inntekt ved bolig, bil, verktøy, PC-relaterte produkter og underholdningsprodukter. Hypotese 6.1 får derfor ikke støtte. Videre viser resultatene at kvinner med høy inntekt har større innflytelse enn kvinner med lav inntekt ved bolig og PC-relaterte produkter. Hypotese 6.2 får derfor delvis støtte.

Hypotese 7.1 og 7.2

Ved yrkesaktivitet hadde jeg også en antakelse om ulik effekt for menn og kvinner. Jeg forventet at yrkesaktive menn har mindre beslutningsinnflytelse enn ikke-yrkesaktive, og omvendt for kvinner. Resultatene viser at yrkesaktive menn har større innflytelse enn ikke-yrkesaktive menn ved bil og PC-relaterte produkter, mens de har mindre innflytelse ved verktøy og husholdsmaskiner. Slik får ikke hypotese 7.1 støtte. Resultatene viser videre at yrkesaktive kvinner har større innflytelse enn ikke-yrkesaktive kvinner ved bil, PC, husholdsmaskiner og husholdstekniske hjelpemidler, mens ikke-yrkesaktive kvinner ikke har større innflytelse enn yrkesaktive kvinner ved noen av produktkategoriene. Hypotese 7.2 får derfor delvis støtte.

I dette kapitlet har jeg presentert resultatene i form av en rent deskriptiv fremleggelse. Tolkningen av resultatene vil bli foretatt i det følgende kapitlet. Her vil jeg gå nærmere inn på resultatene, og forsøke å tolke de i et bredere perspektiv enn den noe snevre definisjonen av forbrukermakt i kapittel 1.5. I dette kapitlet vil jeg også gå ett skritt videre, og forsøke å si noe om beslutningsinnflytelse i *parforholdet*.

5. Tolkning av resultatene

I dette kapitlet vil jeg tolke resultatene fra regresjonsanalysen. Tolkning av resultatene fra en undersøkelse er å sette de inn i en større sammenheng. I følge Dag Ingvar Jacobsen kan tolkning hovedsakelig gjøres på to forskjellige måter (Jacobsen 2000:374). Man kan for det første sammenligne resultatene med resultater fra andre undersøkelser, men mange kritiserer dette for å være en tom form for tolkning. Den andre måten å tolke resultatene på, er å bruke teori. Slik kan man få frem hvorfor de ulike fenomenene forekommer, og hvilke konsekvenser dette kan ha. For å få en mest mulig fruktbar tolkning, har jeg valgt å benytte en kombinasjon av disse to metodene. Resultatene vil derfor bli analysert både i lys av teori og tidligere forskning som er omtalt i kapittel 2. De uavhengige variablene vil bli omtalt en og en, i samme rekkefølge som i kapittel 2. Ved de sosioøkonomiske variablene, vil tolkningen bygge på teorien om homogami. Jeg vil legge mest vekt på tolkning av sammenhengen mellom kjønn og innflytelse, da resultatene viser at kjønn har meget stor effekt ved alle produktkategoriene unntatt bolig. De andre uavhengige variablene vil bli tolket kortfattet, da resultatene viser at de har meget liten effekt sammenlignet med kjønn, og kun ved enkelte av produktkategoriene. Tolkningen knyttet til disse variablene er slik foretatt på et noe mer usikkert grunnlag.

5.1 Kjønn

Med utgangspunkt i hypotese 1, ønsket jeg å undersøke om menn har større forbrukermakt i parforhold enn kvinner. Det er tydelig at kjønn har mye å si ved parets beslutninger om innkjøp av de ulike produktkategoriene, men med det utgangspunkt at det er innflytelse over store innkjøp som gir makt, gir ikke resultatene grunnlag for å si at menn generelt har større forbrukermakt enn kvinner. Med unntak av bil, er ikke produktene menn bestemmer over av større økonomisk størrelse enn produktene kvinner bestemmer over. Og ved beslutningen om innkjøp av bolig, som representerer den største økonomiske beslutningen et par kan foreta, viser det seg at kjønn har svært liten betydning sammenlignet med de andre produktkategoriene. Resultatene tyder på at menns og kvinners beslutningsinnflytelse heller

varierer etter hva slags *type* produktkategori det er snakk om, enn etter hvor store økonomiske konsekvenser det er knyttet til kjøpet. Dette resultatet støttes også av tidligere forskning (Davis 1976:246). Men fordelingen av innflytelse er dog ikke overraskende. Resultatene viser at menn har størst innflytelse ved innkjøp av det jeg vil kalle maskuline produkter, mens kvinner har størst innflytelse ved innkjøp av feminine produkter. Jeg vil i det følgende forklare nærmere hva jeg legger i disse begrepene.

Resultatene viser at menn har størst innflytelse over beslutninger om innkjøp av produktkategoriene bil, verktøy, PC og underholdningsprodukter. Dette er produkter som tradisjonelt knyttes til mannens kompetanseområder. Jeg har derfor valgt å definere de som maskuline produkter. La meg kort gjøre rede for hvordan disse produktene er knyttet til mannen. Da bilen ble introdusert, ble den på mange måter oppfattet som en forlengelse av hesten, som var mannens arbeidsområde. De første tiårene bilen var på markedet i Norge, var det sjelden det satt kvinner bak rattet. Selv når bilen ble frigjort for privat salg i 1960, var det ikke vanlig at kvinner skaffet seg sertifikatet. Bilen inngikk i mannens virke utenfor hjemmet. Slik ble bilen lenge betraktet som mannens domene. Silje Husemoen legger vekt på at bilen representerer noe av det mest typiske og tradisjonelle ved det vi forbinder med maskulinitet; sterke krefter, stor fart og kontroll (Husemoen 2005:7-9). Når det gjelder bruken av privatbil, har det foregått en tilnærming mellom kjønnene de siste tiårene, men fortsatt bruker flere menn enn kvinner bil som transportmiddel hver dag (Vaage 2002). Verktøy vil jeg også si tradisjonelt er blitt knyttet til mannen. Reparasjoner er tradisjonelt sett på som mannens oppgave i hjemmet (Gullestad 1984:97). SSBs tidsbruksundersøkelse fra 2000 viser at menn generelt sett bruker mer tid til vedlikehold og reparasjoner enn kvinner (Vaage 2002). Særlig ved vedlikehold av bolig, og reparasjon og vedlikehold av kjøretøy og annet utstyr, er menn mer aktive enn kvinner. Denne forskjellen har holdt seg meget stabil de siste 20 årene. Produktkategoriene PC og underholdningsprodukter er mer moderne produkter som knyttes til mannen. Disse produktkategoriene innebærer produkter som er knyttet til teknologi. Husemoen legger vekt på at teknologi tradisjonelt blir forbundet med et maskulint virkefelt og en maskulin identitet (Husemoen 2005:20). Historisk sett er koplingen mellom teknologi og maskulinitet knyttet til utviklingen av våpen- og produksjonsteknologi (Saltnes 2002). Som Merete Lie (1997) understreker, har teknologi tradisjonelt blitt assosiert med tunge og støyende maskiner som det kreves fysisk styrke for å

mestre. Teknologien har utviklet seg, og i dag forbinder vi teknologi med små, stillegående maskiner. Etter tall fra tidsbruksundersøkelsen fra 2000, kan det se ut som om overgangen fra mekanisk teknologi til mer moderne teknologiske produkter fører koplingen mellom teknologi og maskulinitet videre. Undersøkelsen viser at menn bruker mer tid enn kvinner på elektroniske medier som radio, TV, video og plater (Vaage 2002). Lie har forsket mye på hvordan teknologi formidler bilder av kjønn. I artikkelen ”Vett i pannen, stå i ben og armer” (1997), undersøker hun nærmere hvordan datamaskinen formidler maskulinitet. Her legger hun vekt på at selv om datamaskinen mangler tilknytning til fysisk styrke, som en viktig egenskap som tradisjonelt er knyttet til maskulinitet, viser den til andre egenskaper som også knyttes til maskulinitet: intellektuell kapasitet og abstrakt tenkning. Slik assosieres teknologi fortsatt med menn og maskulinitet. Det forventes av menn at de kan teknologi (Nordli 2003).

Når det gjelder kvinner, viser resultatene at de har størst innflytelse over produktkategoriene husholdsmaskiner, nødvendige hvitevarer, husholdstekniske hjelpemidler, møbler/interiør og innredning. Felles for disse produktkategoriene, er at det er produkter man tradisjonelt har knyttet til kvinnens kompetanseområder. De tre produktkategoriene husholdsmaskiner, nødvendige hvitevarer og husholdstekniske hjelpemidler, er produkter vi assosierer med aktiviteter som matlaging, klesvask og rengjøring. Slik er disse produktkategoriene knyttet til husarbeid. Husarbeid har tradisjonelt vært kvinnens oppgave i hjemmet. Selv om tiden kvinner bruker på husarbeid har sunket med cirka to timer fra 1971 til 2000, er det fortsatt kvinner som utfører mest av slikt arbeid i hjemmet (Vaage 2002). Tidsbruksundersøkelsen fra 2000 viser at kvinner faktisk utfører mest av nesten alle typer husarbeid (Vaage 2002). Disse produktene bidrar til å effektivisere husarbeidet, og kan slik defineres som feminine produkter. Møbler/interiør og innredning er også produkter kvinnen tradisjonelt har hatt ansvar for. Bourdieu (2000) legger vekt på at kvinner har hatt og fortsatt har ansvar for produksjon og reproduksjon av familiens symbolske kapital, både gjennom hvordan hjemmet og hjemmets medlemmer ser ut. I årene fra 1820 til 1914 representerte middelklassens koner familiens sosiale identitet gjennom eiendeler (Auslander 1996:82-85). Familiens posisjon var forbundet med hjemmet kona hadde laget, hvor særlig møbler spilte en sentral rolle. I følge Bourdieu er dette arbeidet felles for kvinner i alle sosiale lag. I hans termer kan vi si at kvinnens ansvar for møbler/interiør og innredning er en del av den feminine habitus. Slik har kvinnen tradisjonelt hatt ansvaret for møbler og interiør. Kjetil Rolness (1995) og Runar Døving (2003) har forsket på sammenhengen mellom kjønn og

møbler/interiør/innredning i Norge i dag. Begge legger vekt på at det er kvinnene som tar de fleste beslutningene om innredning og estetikk i hjemmet. Rolness stiller spørsmålet om noen kan være i tvil om hvem som har makten over innredningen. ”Hvor mange tusener av røslige norske karer har ikke måttet sitte og se Tippekampen i pastellduse stuer omgitt av blomstrete tapeter, hekleduker, puter med rysjer, koselamper og nusselige smånips som formerer seg fullstendig uten mannlig kontroll?” (Rolness 1995:17). I følge Rolness viser tall fra ferdighus- og interiørbransjen at kvinner står for mer enn 70 prosent av kjøpsbeslutningene når det gjelder hjemmeinnredning. Noen menn har klart å *kjempe seg til* mer maskulin innredning i kjellerstua eller på hytta (Rolness 1995:17). Dette støttes også av Døving i hans antropologiske feltarbeid i Østfold. Gjennom personlige intervjuer i mange ulike hjem, observerte han at det var den kvinnelige estetikken som dominerte i hjemmet, hvor kvinnene også bekreftet at de var de som stod for dekoren (Døving 2003:37).

Med det utgangspunkt at det er innflytelse over store økonomiske innkjøp som gir makt, kan man altså ikke si at menn har større forbrukermakt enn kvinner. Med unntak av bil, som er et av de mest tradisjonelle herreproduktene, er som sagt ikke produktkategoriene menn har størst innflytelse over, av større økonomisk størrelse enn produktkategoriene kvinner har størst innflytelse over. Og innflytelse ved beslutning om kjøp av bolig, viser seg å ha svært liten sammenheng med kjønn sammenlignet med de andre produktkategoriene. Resultatene viser at menns og kvinners beslutningsinnflytelse heller varierer etter hvilket kjønn produktkategorien tradisjonelt er knyttet til. Dette kan tyde på at innflytelse til en stor grad er knyttet til forventninger til kjønn. Hva jeg legger i denne tolkningen, vil jeg behandle nærmere i kapittel 5.9. Jeg vil først kort tolke resultatene som viser de andre uavhengige variabelenes betydning for innflytelse. I denne sammenheng vil jeg bygge tolkningene på skillet mellom maskuline og feminine produkter. Jeg vil også forsøke å si noe om *paret*.

5.2 Alder

Med utgangspunkt i hypotese 2.1 og 2.2, ønsket jeg å undersøke om yngre par har mer likestilt beslutningsinnflytelse i parforholdet enn eldre. Alder viser seg å ha effekt på innflytelse ved flere av produktkategoriene, men ikke slik som antatt. Jeg vil her kort gi noen hentydninger om hvordan resultatene kan tolkes med tanke på paret.

Som vi så i kapittel 4, viser det seg at yngre menn har større innflytelse enn eldre både når det gjelder beslutning om kjøp av bolig, de moderne maskuline produktene og ved flere av de feminine produktene, mens eldre menn ikke har større innflytelse enn yngre ved noen av produktkategoriene. Hypotesen om at yngre menn har mindre beslutningsinnflytelse i parforholdet enn eldre, fikk derfor ikke støtte. Det som dog er interessant, er at yngre menn rapporterer om større innflytelse enn eldre ved tre av de feminine produktene (husholdsmaskiner, nødvendige hvitevarer og husholdstekniske hjelpemidler). Dette kan tyde på at yngre menn deltar mer på tradisjonelle kvinnearenaer enn eldre menn. På denne måten kan det synes som om det har foregått en endring i forventninger til maskulinitet, at yngre menn i mindre grad enn eldre møter tradisjonelle forventninger. Da jeg ikke har data over tid, har jeg dessverre ikke grunnlag for å foreta noen antakelser om en slik utvikling har funnet sted. Men som vi så i kapittel 2.2.1, viser forskning at eldre er preget av en tradisjonell kjønnsideologi, mens unge i større grad er preget av idealet om likhet. Andre studier har også vist at beslutningsroller med hensyn til forbruk har endret seg med økende likestilling, og at det eksisterer forskjeller i beslutningsatferd mellom tradisjonelle og mer moderne hushold (Cunningham og Green 1974 og Green og Cunningham 1975).

Når det gjelder kvinner, viser resultatene at det er den midterste aldersgruppen som har størst beslutningsinnflytelse, altså de rundt 50-års alderen. Disse kvinnene har størst innflytelse både når det gjelder feminine og maskuline produkter. Yngre kvinner har ikke større innflytelse enn eldre ved noen av produktkategoriene. Resultatene støtter slik ikke hypotesen om at dagens unge kvinner har større beslutningsinnflytelse enn eldre generasjoners kvinner. Det er kvinner rundt 50-årene som har størst innflytelse. Denne typen resultater støttes blant

annet av Runar Døving, som sier at konas kontroll i hjemmet særlig synes sterk blant kvinner som har barn som er så store at de klarer seg selv, men som ikke selv har blitt besteforeldre (Døving 2007:365). Jeg finner det nærliggende å tolke dette som en generasjonseffekt. Generasjonseffekt handler som sagt om at mennesker i samme alder gjennomgår mange av de samme erfaringene (jf. kapittel 2.2.1). Slik har ulike generasjoner ulike erfaringer. Kvinner i 50-års alderen var i 20-årene på 1970-tallet, en tid som i stor grad var preget av likestillingsdebatten. Mens eldre generasjoners kvinner er preget av idealet om husmorrollen, tar yngre kvinner likestilling for gitt (Haugland 1999:34). Opplevelsen av det å være kvinne som noe som er knyttet til begrensninger, er mindre framtredd blant unge kvinner i dag enn da kvinnene i 50-års alderen var unge (Haugland 1999:33). Slik kjenner både yngre og eldre kvinner seg i mindre grad igjen i kampen mot kvinneundertrykkingen. På denne måten kan det være slik at kvinner i 50-årene i større grad er bevisst på likestilt beslutningsinnflytelse i parforholdet, enn eldre og yngre kvinner.

På bakgrunn av disse resultatene har jeg ikke grunnlag for å si at yngre par har mer likestilt beslutningsinnflytelse i parforholdet enn eldre. Mens yngre menn i større grad enn eldre ser ut til å ha beveget seg inn på tradisjonelle kvinneområder, noe som kan tyde på at de i større grad er preget av idealet om likhet, ser det ut til at kvinner rundt 50-års alderen har mer beslutningsinnflytelse i parforholdet enn både yngre og eldre kvinner. Et interessant funn i denne sammenheng, er den store graden av samspill mellom alder og innflytelse som vi observerer i kapittel 4. Ved flere av produktkategoriene har vi sett at effekten av alder er ulik for menn og kvinner. Som diskutert i kapittel 2.2, burde jeg finne motsatte innflytelsesmønstre innen parforholdet, men det gjør jeg ikke. Det innebærer at menn i én alder ikke rapporterer om liten innflytelse når kvinnene i samme alder rapporterer om stor innflytelse, og omvendt. Når jeg ikke finner motsatte innflytelsesmønstre, tyder det på et misforhold i oppfattet innflytelse mellom menn og kvinner i parforhold. Som jeg gjorde rede for i kapittel 3.3.1, er dette et vanlig problem ved undersøkelser hvor man blir bedt om å vurdere egen innflytelse. Den manglende enigheten kan være et resultat av beskjedenhet eller overrapportering. Overrapportering er et vanlig problem ved slike undersøkelser. Det er derfor mulig at yngre menn og kvinner i 50-årene overrapporterer sin egen innflytelse.

5.3 Samlivsform

Med utgangspunkt i hypotese 3.1 og 3.2, ønsket jeg å undersøke om beslutningsinnflytelse er mer likestilt i samboerskap enn i ekteskap. Ved første øyekast kan det se ut som resultatene i liten grad støtter denne antakelsen. Men hvis vi går nærmere inn på resultatene, vil vi se at et annerledes mønster trer frem.

Som vi så i kapittel 4, viser resultatene at kvinner som lever i samboerskap har større innflytelse enn kvinner som lever i ekteskap ved innkjøp av bil, mens ved innkjøp av husholdsmaskiner har samboende kvinner mindre innflytelse. Disse produktene representerer henholdsvis maskuline og feminine produkter. Tilsvarende har menn som er samboende mindre innflytelse enn menn som er gift ved innkjøp av de maskuline produktene verktøy og PC, mens de har større innflytelse ved innkjøp av de feminine produktene husholdstekniske hjelpemidler, møbler/interiør og innredning. Disse resultatene kan tyde på at menn og kvinner som lever i samboerskap beveger seg mer over på hverandres ”områder” enn ektepar. Slik kan resultatene tyde på at menn og kvinner som lever i ekteskap er mer tradisjonelle i måten å gjøre kjønn, enn menn og kvinner som lever i samboerskap. Dette kan ha en sammenheng med at ekteskapets forankring i tradisjon kan føre til at gifte par møter mer tradisjonelle forventninger til kjønn enn samboende (Reneflot 2002:90). Samtidig kan det også være at personer med tradisjonelle holdninger og verdier foretrekker ekteskap fremfor samboerskap. På denne måten kan resultatene tyde på at beslutningsinnflytelse er mer likestilt i samboerskap enn i ekteskap.

I kapittel 4 observerer vi en stor grad av samspill mellom samlivsform og beslutningsinnflytelse. Ved flere av produktkategoriene har vi sett at effekten av samlivsform er ulik for menn og kvinner, men at den ikke er motsatt. Nærmere bestemt rapporterer det ene kjønn om stor/liten innflytelse ved en av samlivsformene, mens samlivsform ikke har effekt for det andre kjønn. Som diskutert i kapittel 2.2, burde jeg finne motsatte innflytelsesmønstre innen parforholdet. Når jeg ikke gjør det, tyder resultatene igjen på et misforhold i oppfattet innflytelse mellom menn og kvinner i parforhold. Det er mulig at både gifte og samboende menn og kvinner over-

/underrapporterer egen innflytelse ved enkelte av produktkategoriene. Det vil for eksempel si at samboende kvinner overrapporterer sin innflytelse ved kjøp av bil, og at samboende menn underrapporterer sin innflytelse ved innkjøp av verktøy.

5.4 Barn

Med utgangspunkt i hypotese 4.1 og 4.2, ønsket jeg å undersøke om det er mer likestilt beslutningsinnflytelse i par uten barn enn i par med barn. Ved første øyekast tyder ikke resultatene på det, men hvis vi ser nærmere på hva slags produkter kvinner med barn har stor innflytelse over og menn med barn har liten innflytelse over, trer det frem et tradisjonelt kjønnsmonster.

Resultatene viser at kvinner med barn har større innflytelse enn kvinner uten barn ved flere av de feminine produktene (husholdsmaskiner, husholdstekniske hjelpemidler og møbler/interiør), mens menn med barn rapporterer at de har mindre innflytelse enn menn uten barn ved to av disse produktene (husholdsmaskiner og møbler/interiør). Dette kan tyde på at par med barn følger mer tradisjonelle forventninger til kjønn når det gjelder beslutningsinnflytelse. Som vi så i kapittel 2.2.3, blir arbeidsdelingen nesten alltid mer tradisjonell når det kommer et barn til verden. Slik tyder resultatene på at par med barn følger mer tradisjonelle forventninger til kjønn når det gjelder beslutningsinnflytelse.

Vi observerer også en stor grad av samspill mellom det å ha barn og innflytelse. Ved to av de feminine produktkategoriene (husholdsmaskiner og møbler/interiør) er effekten av det å ha barn motsatt for menn og kvinner, vi ser nærmere bestemt at menn med barn rapporterer om liten innflytelse, mens kvinner med barn rapporterer om stor innflytelse. Ved to andre produktkategorier (bolig og husholdstekniske hjelpemidler) er effekten derimot ikke motsatt, her ser vi at det ene kjønn rapporterer om stor/liten innflytelse, mens det å ha barn ikke har noen effekt for det andre kjønn. Her burde jeg funnet motsatte innflytelsesmønstre innen parforholdet. Når jeg ikke gjør det, tyder det igjen på et misforhold i oppfattet innflytelse

mellom menn og kvinner i parforhold. Det er for eksempel mulig at menn med barn undervurderer egen innflytelse ved kjøp av bolig, og at kvinner med barn overvurderer egen innflytelse ved innkjøp av husholdningstekniske hjelpemidler.

5.5 Utdanning

Med utgangspunkt i hypotese 5.1 og 5.2, ønsket jeg å undersøke om det er mer likestilt beslutningsinnflytelse i høyt utdannede par enn i lavt utdannede. Jeg hadde nærmere bestemt en antakelse om at høyere utdanning ikke er en tilsvarende kilde til innflytelse for menn som det er for kvinner. Resultatene viser at høyere utdanning gir større innflytelse for begge kjønn. Slik kan det se ut som om utdanning utgjør lik kilde til makt for menn og kvinner. Samtidig tyder resultatene på at høyt utdannede menn og kvinner i mindre grad følger tradisjonelle forventninger til kjønn.

I kapittel 4.11 så vi at antakelsen om at høyt utdannede menn har mindre beslutningsinnflytelse i parforholdet enn lavt utdannede menn, ikke støttes. Menn med lavere utdanning har ikke større innflytelse enn menn med høyere utdanning ved noen av produktkategoriene. At menn med høyere utdanning har større innflytelse ved de moderne maskuline produktene, kan tyde på at de i større grad bekrefter sin maskulinitet ved hjelp av moderne teknologiske produkter, enn menn med lavere utdanning. Her har jeg dog ingen tidligere forskning å støtte meg til. Videre kan det at menn med høyere utdanning har større innflytelse ved beslutning om innkjøp av møbler/interiør, tyde på at de i mindre grad møter tradisjonelle forventninger til kjønn. Denne tolkningen støttes ved at kvinner med høyere utdanning viser seg å ha større beslutningsinnflytelse enn kvinner med lavere utdanning ved to av de maskuline produktene, bil og PC, mens de har mindre innflytelse ved de feminine produktene nødvendige hvitevarer og husholdstekniske hjelpemidler. Sammenhengen mellom innflytelse og utdanning for kvinner, kan slik tyde på at kvinner med høyere utdanning har mer likestilt beslutningsinnflytelse enn kvinner med lavere utdanning. Resultatene tyder slik på at personer med høyere utdanning møter mindre tradisjonelle

forventninger til mannlighet og kvinnelighet, enn personer med lavere utdanning. Dette støttes av tidligere forskning omtalt i kapittel 2.3.1.

5.6 Inntekt

Med utgangspunkt i hypotese 6.1 og 6.2, ønsket jeg å undersøke om det er mer likestilt beslutningsinnflytelse i par med høy inntekt enn i par med lav inntekt. Jeg hadde nærmere bestemt en antakelse om at høy inntekt ikke er en tilsvarende kilde til innflytelse for menn, som det er for kvinner. Resultatene tyder på at inntekt ikke er noen betydelig kilde til makt for kvinner, og at det kan være grunn til å problematisere tankegangen om at forbrukermakt handler om penger. Dette vil jeg utdype i de kommende avsnittene. Jeg ønsker å gi noe mer plass til tolkningen av dette resultatet, da vi i kapittel 2.3.2 har sett at kvinners tilgang til uavhengig inntekt har blitt definert som et viktig grunnlag for å oppnå likestilling.

Resultatene viser at inntekt har effekt på innflytelse for menn når paret skal foreta beslutning om kjøp av bolig, samt alle de ulike maskuline produktene. Her har menn med høyere inntekt større innflytelse enn menn med lavere inntekt. Men ved de feminine produktene har inntekt derimot ingen effekt på innflytelse for menn. På denne måten tyder resultatene på at det er forventninger til kjønn som til en stor grad avgjør hva slags produkter man har størst innflytelse over (jf. kapittel 5.1). Menn med høy inntekt har større innflytelse enn menn med lav inntekt innenfor alle de ulike maskuline produktene, men høy inntekt fører ikke til at de også får større innflytelse over de feminine produktene. Videre viser resultatene at inntekt har effekt på innflytelse for kvinner ved beslutning om innkjøp av *kun to* produktkategorier (bolig og PC-relaterte produkter). Ved alle de andre produkttypene har altså ikke kvinner som tjener mye, større innflytelse enn kvinner som tjener lite. Selv om inntekt har større effekt for kvinner enn for menn ved beslutningen om kjøp av bolig, tyder resultatene slik på at økt inntekt *ikke* er noen betydelig kilde til innflytelse for kvinner. Dette er et interessant funn, i og med at sammenhengen mellom inntekt og økonomisk makt i parforhold har vært et meget viktig tema i likestillingspolitikken. Jeg mener det derfor kan være grunn til å problematisere tankegangen om at forbrukermakt handler om penger, og stiller spørsmål om

tradisjonelle forventninger til kjønn undergraver regelen om at penger betyr makt. I det følgende vil jeg se hva tidligere forskning sier om inntekt som kilde til makt for kvinner.

Mye forskning har fokusert på inntekt som kilde til makt i hjemmet (jf. kapittel 2.3.2). Kvinnens tilgang til uavhengig inntekt har blitt definert som et viktig grunnlag for å oppnå likestilling. Men inntekt viser seg å ha effekt på innflytelse for kvinner ved kun to av produktkategoriene (bolig og PC-relaterte produkter). Det kan tyde på at inntekt ikke er noen betydelig kilde til makt for kvinner. Dette funnet støttes av Veronica Jaris Tichenors studie (2005) av par hvor kvinnen heller enn mannen er den som tjener mest. I denne studien problematiserer Tichenor tankegangen om at makt handler om penger. Hun viser at økonomisk overlegenhet ikke er en tilsvarende kilde til makt for kvinner som det historisk sett har vært for menn. Tichenor mener at det ikke er penger, men kjønnsideologi som er avgjørende for makt. Kjønn påvirker altså makt i ekteskapet uavhengig av ektefellenes inntekt.

Utgangspunktet for Tichenors studie var å undersøke om penger er en lik kilde til makt for kvinner, som det er for menn. Dette undersøkte hun ved å studere par hvor kona tjener mest. Hennes tankegang var som følger: hvis koner som tjener mer enn deres menn kan bruke egen inntekt til å øke sin makt innen parforholdet, så kan vi tenke på penger som en lik kilde til makt for kvinner og menn. Men hvis dette ikke er tilfelle, så forteller det oss at kjønne forventninger undergraver regelen om at penger er det samme som makt. Par hvor kona tjener mer enn mannen, kan altså fortelle oss om det er penger eller kjønn som har størst innflytelse på maktbalansen i ekteskapet (Tichenor 2005:4). Tichenor undersøkte blant annet ett forhold som er relevant i min sammenheng: hva som gir makt i beslutningstaking. Hun viser til at tidligere forskning på makt i ekteskapet viser at menn utøver mer kontroll over en rekke ulike beslutninger i ekteskapet. Spørsmålet er dermed om kvinnens inntektsfordeler i dag fører til mer innflytelse i beslutningstaking i forholdet. Resultatene i Tichenors undersøkelse viser at beslutningstaking ikke synes å være relatert til hvor mye man tjener. Kvinner med høyere lønn og yrkesstatus gjør ikke krav på større innflytelse over husholdningsbeslutninger (Tichenor 2005:115). Hvis penger hadde vært nøkkelen til makt innen ekteskapet, forventet altså Tichenor at maktbalansen endret seg ettersom kvinner i dag

har betalt arbeid og dermed deler forsørgeransvaret med sine menn. Men resultatene viste at inntekt har gjort lite for å øke kvinners makt i ekteskapet. På tross av endringene både i kvinners og menns atferd og forventninger, tydet altså Tichenors studie på at betalt arbeid ikke har gitt de resultatene som feministene forventet.

5.7 Yrkesdeltakelse

Med utgangspunkt i hypotese 7.1 og 7.2, ønsket jeg å undersøke om det er mer likestilt beslutningsinnflytelse i par som er yrkesaktive enn i par som ikke er yrkesaktive. Jeg hadde nærmere bestemt en antakelse om at yrkesdeltakelse ikke er en tilsvarende kilde til innflytelse for menn, som det er for kvinner. Resultatene tyder delvis på at yrkesdeltakelse fører til større innflytelse for både menn og kvinner. I det følgende vil jeg kort ta for meg hvordan disse resultatene kan tolkes.

Når det gjelder menn, er resultatene noe blandede, men viser dog at yrkesaktive menn har større innflytelse enn ikke-yrkesaktive menn ved beslutning om kjøp av bil. Dette kan tyde på at yrkesaktive menn har større beslutningsinnflytelse i parforholdet enn ikke-yrkesaktive. Men så skal det sies at bil også til en stor grad kan være et individorientert produkt, og at jeg kunne fått andre resultater hvis det ble spurt om innflytelse ved *hvilken* bil. Når det gjelder kvinner, er resultatene noe klarere. Mens inntekt ikke viste seg å ikke være noen betydelig kilde til makt for kvinner, viser resultatene at kvinner som er yrkesaktive har større innflytelse enn ikke-yrkesaktive ved beslutninger om innkjøp av henholdsvis to maskuline og to feminine produkter (bil og PC, husholdsmaskiner og husholdstekniske hjelpemidler), mens ikke-yrkesaktive kvinner ikke har større innflytelse enn yrkesaktive kvinner ved noen av produktkategoriene. Slik kan det se ut som om grad av tilknytning til hjemmet har større betydning for innflytelse for kvinner, enn inntekt. Videre kan det tyde på en større grad av likestilling i forhold hvor kvinnen er yrkesaktiv, enn i forhold hvor kvinnen ikke er yrkesaktiv (jf. kapittel 2.3.3). Pahls forskning (1989) viser liknende resultater. Hennes forskning viser at menn særlig dominerer i beslutningstaking når kona ikke har jobb, og at kvinner har større beslutningstakingsmakt når de er i betalt arbeid enn når de jobber hjemme.

På denne måten kan man si at den feministiske bevegelsen på 1960- og 70-tallet likevel fikk *noe* rett i at kvinner må ha tilgang til uavhengig inntekt for å øke deres makt i ekteskapet. Selv om ikke inntekt i seg selv har betydning for innflytelse, viser resultatene at yrkesaktivitet har betydning.

5.8 Differensierte familieliv?

Som jeg var inne på i kapittel 1.3, fokuserer Syltevik (2000a) på at dagens parforhold er preget av mangfold. Dette preget også min forforståelse i forkant av analysearbeidet. I de kommende avsnittene vil jeg derfor ta for meg noe av forskningen innen differensieringsperspektivet, samt foreta noen refleksjoner rundt hvordan mine resultater forholder seg til dette perspektivet.

Syltevik legger vekt på at dagens familie er preget av både stabilitet og endring. Derfor mener hun at det er viktig å ha et åpent utgangspunkt når man studerer familien, og legge vekt på muligheten til å få frem differensiering. Sammenlignet med 1940- til 1960-tallets homogene familiemønstre, har det foregått store endringer samtidig som det fortsatt eksisterer relativt tradisjonelle kjønnsrollemønstre. Slik mener Syltevik at parforhold og familiepraksis i dag er noe som gjøres ulikt (Syltevik 2000:10). I ”The Normal Chaos of Love” (1995) beskriver Ulrich Beck og Elisabeth Beck-Gernsheim fremtidens familie som blant annet forhandlende, mangfoldig og i endring. Man er frigjort fra de tradisjonelle kjønnsrollene, hvordan man vil leve blir åpent for hvert individ. Slik er det ikke lenger mulig å si hva det innebærer å være i et parforhold. Det vil variere fra individ til individ, og fra forhold til forhold. Ulike måter å leve i et samliv vil eksistere side ved side. Dermed vil man skjule den voksende ulikheten ved å bruke ensformige ord som familie, ekteskap og samboerskap (Beck & Beck-Gernsheim 1995:2-15). Dagens mangfold når det gjelder familiepraksis kan slik representere en utfordring når man skal formulere teorier om makt i parforhold. På denne måten representerer Beck og Beck-Gernsheim et noe annerledes syn på makt i parforhold, enn det jeg betegner som mye av samfunnsforskningens ensidige fokus på kjønn.

Selv om resultatene tyder på at beslutningsinnflytelse til en meget stor grad er kjønnet, mener jeg det likevel er viktig å ta flere variabler enn kjønn i betraktning når man søker å forklare innflytelse i parforhold. Selv om det fortsatt finnes dominerende mønstre for hva kvinner og menn bør gjøre, er det ikke lenger like *selvsagt* hvordan familier organiseres. I praksis eksisterer det konkurrerende forventninger til kjønn. Forventninger til menn og kvinner varierer med kontekst (Ahrne og Roman 1997:18+41). I denne undersøkelsen har vi sett at beslutningsinnflytelse i parforhold varierer noe både etter alder, samlivsform, barn, utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse. Slik tyder resultatene på at forventninger til kjønn til en viss grad varierer etter disse bakgrunnsvariablene.

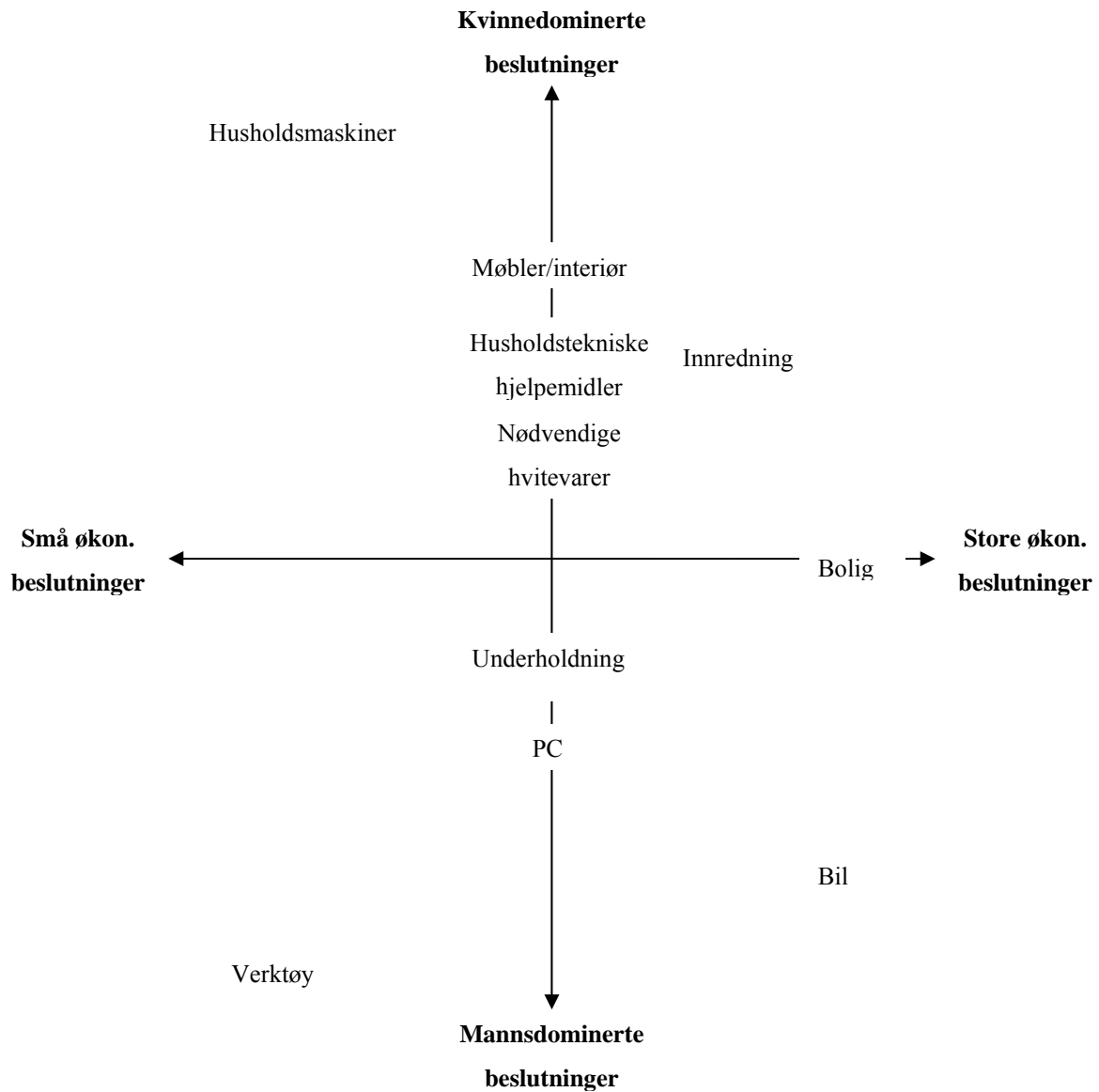
Men, som Syltevik (2000) er opptatt av, har mye teori og forskning på familie hatt en tendens til å fokusere mer på de store endringene i familielivet de siste tiårene, enn på kontinuiteten. Når vi sammenligner med 1940- til 1960-tallets meget homogene familiemønstre, synes endringene store, som for eksempel økningen i antall samboerskap, økningen i kvinners deltakelse på arbeidsmarkedet og den nye farsrollen. I følge Syltevik har disse endringene blitt både negativt og positivt fortolket, avhengig av hvilket perspektiv man ser endringene i lys av. De som identifiserer den tradisjonelle formen for ekteskap og familie med positive egenskaper, har ofte tolket endringene negativt i retning av at familieinstitusjonen er i ferd med å forvitte. Andre som identifiserer den tradisjonelle formen for ekteskap og familie med negative egenskaper, har tolket endringene positivt i retning av at tradisjoner ikke lenger legger begrensninger på hvordan man skal leve sitt eget liv. Annen forskning og teori på familien, har lagt vekt på at vi ikke finner et så entydig bilde av endring hvis vi ser på familien i et lengre historisk perspektiv. De store endringene i familielivet har ofte blitt sammenlignet med 1940- til 1960-årene, tiår som i et historisk perspektiv kan sies å ha vært meget stabile. Familie har alltid rommet mangfold, og slik mener Syltevik at 1940- til 1960-årene representerer et unntak. Andre som argumenterer for stabilitet legger vekt på at parforhold og familie består av svært dype strukturer, som ikke lar seg endre i en håndvending, men som det tar tid å endre.

På den ene siden støtter mine resultater de som argumenterer for stabilitet. Selv om de andre bakgrunnsvariablene har betydning for hvor stor innflytelse man har ved parets beslutning om innkjøp av ulike produkttyper, er det den meget sterke sammenhengen mellom kjønn og innflytelse som klart dominerer. Som vi har sett i kapittel 4, har kjønn stor forklart varians, mens de andre bakgrunnsvariablene har liten forklart varians. Resultatene viser et tydelig mønster i at menn og kvinner har størst innflytelse over produkter som vi tradisjonelt har knyttet til hvert av kjønnene. Av denne grunn har jeg ikke grunnlag for å si at det er differensiering som preger dagens parforhold når det gjelder beslutningsinnflytelse. På den annen side kan resultatene som viser at menns og kvinners beslutningsinnflytelse ikke er knyttet til produktets økonomiske størrelse, samtidig til en viss grad støtte de som argumenterer for endring. Det kan se ut som om det ikke lenger er slik at det er mannen alene som bestemmer over de store økonomiske innkjøpene. Slik tyder resultatene på at dagens parforhold er preget av både kontinuitet og endring. I de kommende kapitlene vil jeg foreta noen refleksjoner rundt dette.

5.9 Kontinuitet og endring

Beck og Beck-Gernsheim (1995) legger vekt på at kontinuitet og endring sameksisterer, og at man enkelt kan dokumentere begge deler. De mener det avgjørende spørsmålet heller er om de viktige forholdene har forblitt de samme, eller om de har endret seg. I følge dem er bildet som blir tegnet ofte ikke balansert. Endringer får mer oppmerksomhet enn kontinuitet. I samsvar med annen forskning nevnt tidligere i oppgaven, mener Beck og Beck-Gernsheim at endringene i kjønnsulikheten er mer reell som holdninger enn som praksis. Dagens samfunn er preget av en blanding av nye holdninger og gamle kjønnsroller. Vi er i stadiet mellom ”ikke lenger” og ”ikke enda” (Beck og Beck-Gernsheim 1995:8-14+63). I dette kapitlet vil jeg foreta noen refleksjoner rundt hvordan mine funn forholder seg til Beck og Beck-Gernsheims beskrivelse. Med utgangspunkt i resultatene knyttet til sammenhengen mellom kjønn og beslutningsinnflytelse, vil jeg gå nærmere inn på hvordan disse forholder seg til både kontinuitet og endring, for så å avslutte med en refleksjon over om de viktige forholdene har forblitt de samme. Som overordnet fortolkningsramme vil jeg ta

utgangspunkt i konstruktivistiske perspektiver på å gjøre kjønn (doing gender, jf. kapittel 2.1.1). Figur 1²⁴ gir en god visuell oversikt over de kommende refleksjoner.



Figur 1 Oversikt manns- og kvinnedominerte beslutninger

²⁴ Inspirert av Davis og Rigaux (1974) og Green, Leonardi, Chandon, Cunningham, Verhage og Strazzeri (1983)

Figur 1 viser at resultatene støtter tidligere forskning som sier at makt er bestemt av kjønn. Men med utgangspunkt i definisjonen av forbrukermakt i kapittel 1.5, hvor det er innflytelse over store innkjøp som vurderes å gi forbrukermakt, viser den at det ikke er grunnlag for å hevde at menn har større forbrukermakt enn det kvinner. Jamn ført kapittel 5.1 viser figuren at menn og kvinner har størst innflytelse over produkter man tradisjonelt har knyttet til hvert av kjønnene. I de to følgende kapitlene vil jeg legge vekt på hvordan disse resultatene reflekterer både kontinuitet og endring.

5.9.1 Kontinuitet

På den ene siden viser resultatene at det eksisterer tydelige kjønnsforskjeller i hvilke produkttyper menn og kvinner har størst beslutningsinnflytelse over. Mens menn har størst innflytelse over produkter man tradisjonelt har knyttet til mannen, har kvinner størst innflytelse over produkter man tradisjonelt har knyttet til kvinnen (jf. kapittel 5.1). Det forhold at man er mann eller kvinne synes altså å være viktigst for hvilke produkttyper man har størst beslutningsinnflytelse over. Slik mener jeg man kan snakke om maskuline og feminine produkter. Kjønn er ikke bare knyttet til individer, men er en av de grunnleggende distinksjonene i kulturen som man bruker for å ordne inntrykk. Som Merete Lie understreker, ligger begrepene maskulint og feminint ofte gjemt i følelsene vi har for ting (Lie 2006:250). For å tolke disse resultatene, vil jeg benytte Judith Butler og Pierre Bourdieus perspektiver som fortolkningsramme (jf. kapittel 2.1.1).

Normer er et sentralt begrep i Butlers perspektiv. Hun legger vekt på at femininitet og maskulinitet er normer (Solbrække og Aarseth 2006:74). Resultatene kan tyde på at det fortsatt er knyttet tradisjonelle normer og forventninger til kjønn. Ved at menn bestemmer over produkter vi tradisjonelt knytter til mannen, mens kvinner bestemmer over produkter vi tradisjonelt har knyttet til kvinnen, kan det se ut som det i stor grad er tradisjonelle forventninger til kjønn som påvirker menns og kvinners beslutningsinnflytelse i parforhold. Denne antakelsen støttes av tidligere forskning innen forbrukeratferd (Qualls 1987). Den ulike innflytelsen partene har i parforholdet, kan ses som relatert til samfunnets forventninger til kjønn: mannen forventes å foreta beslutninger om kjøp av bil, mens kona

forventes å bestemme over husholdsmaskiner. Slik oppfattes disse beslutningene som henholdsvis maskuline og feminine (Safilios-Rothschild 1969).

Videre er Butler opptatt av at man ikke *er* mann eller kvinne, men at kjønn skapes gjennom måten vi fremtrer på kroppslig, atferdsmessig og språklig. Resultatene kan tolkes inn i dette perspektivet gjennom antakelsen om at vi blant annet ”gjør kjønn” gjennom de typer beslutninger vi tar. Det at kvinner i stor grad utøver beslutningsinnflytelse over produkter som er knyttet til husarbeid, kan ses på som en del av det å gjøre kjønn for kvinner.

Forskning innen det konstruktivistiske perspektivet har argumentert for at kvinner til en stor del gjør kjønn gjennom husarbeid (Gentry, Commuri og Jun 2003). Menn gjør mindre husarbeid, selv om de har positiv holdning til likestilling, fordi de ikke ønsker å gjøre et kjønn de ikke er. Deres maskulinitet er avhengig av at de ikke gjør ting som kvinner gjør. På denne måten involverer de seg mindre i beslutninger som er knyttet til produkter som har med husarbeid å gjøre, og mer i beslutninger knyttet til produkter som innebærer sterke krefter, teknologi og stor fart. Lie har forsket mye på forholdet mellom kjønn og teknologi. Hun er nettopp opptatt av bruk av teknologi som en måte å gjøre kjønn på, og mener teknologi fungerer som en kilde til kjønnsidentitet for menn (Lie 2006:250-253).

I Bourdieus termer kan vi si at vi, gjennom den tidlige erfaring med kjønnsmessig arbeidsdeling i hjemmet, sosialiseres til hvilke beslutninger menn og kvinner burde ha størst innflytelse over. Slik formes ens kjønnshabitus. Kjønnshabitus har endret seg lite med hensyn til de store samfunnsendringer som har foregått de siste tiårene. Kvinner tar i dag høyere utdanning og betalt arbeid, men treghetene i habitusene har en tendens til å bevare det tradisjonelle kjønnsrollemønsteret. Kvinner har størst innflytelse over feminine produktkategorier, fordi de har gjort samfunnets oppfatninger av kvinnelighet til en integrert del av deres egen væremåte. Slik er det fortsatt kvinner som har størst innflytelse over produkter som knyttes til husarbeid og møbler/interiør/innredning. Bourdieu er opptatt av at forholdet mellom kjønnene er endret i mindre grad enn hva en overfladisk betraktning lar oss tro. Ideologier og holdninger har endret seg forttere enn den kjønnsmessige habitus. Selv om de fleste i dag har positiv holdning til likestilling, har treghetene i habitusene en tendens til å bevare den tradisjonelle måten å gjøre kjønn på. Slik benytter Bourdieu habitusbegrepet til å

understreke at kontinuitet er mer fremtredende enn endring. Habitusformene endrer seg hele tiden i forhold til nye forandringer, men fordi det nye gripes ut fra premissene som ligger i det foregående, endrer de seg aldri radikalt. (Dette avsnittet er basert på Järvinen 2000:350-351; Bourdieu 2000; Prieur 2002)

Resultatene kan altså tyde på at samfunnets forventninger tilskriver beslutningsinnflytelse til kjønnet heller enn til individet (Qualls 1987). Davis (1976) legger vekt på at en ektefelles autoritet i beslutningstaking er basert på en forestilling om at han/hun *burde* foreta en beslutning, og at denne autoriteten er uavhengig av evner eller interesser. Han mener slik at en partners makt ligger i hans/hennes posisjon heller enn i person. Mannen i parforholdet vil bestemme hvilken TV de skal kjøpe, fordi denne beslutningen *burde* tas av ham. Slik kommer tradisjonelle forventninger til kjønn inn i bildet, og taler for en tolkning i retning av kontinuitet.

5.9.2 Endring

På den ene siden viser altså det tydelige skillet i maskuline og feminine produkter, til at vi fortsatt gjør kjønn i henhold til tradisjonelle forventninger. Slik fremtrer kontinuitet som hovedfunnet i undersøkelsen. På den annen side er det viktig å vurdere om forbrukermakten i parforhold samtidig har endret seg noe. I denne sammenheng viser resultatene at det ikke lenger er slik at det er menn som bestemmer over store innkjøp, og kvinner over små. Samtidig som det ikke trer frem noe entydig mønster med hensyn til kjønn og produktenes økonomiske størrelse, er resultatet som viser fordelingen av innflytelse ved kjøp av bolig, et eksempel på at par i dag deler på store beslutninger. Slik viser resultatene også til endring.

Sammenlignet med Bourdieu og Butler, legger Giddens større vekt på endring (Prieur 2002:5). Som vi så i kapittel 2.1, fremhever han at dagens samfunn er preget av økt avtradisjonisering, individualisering og refleksivitet. Vi handler ikke lenger utelukkende på bakgrunn av tradisjoner. Når vi snakker om endring i forbrukermakt, er det naturlig å stille spørsmål om hvor par i dag står i forhold til likestilling. Endringer mot økt likestilling tar tid,

og skjer i forskjellig tempo avhengig av ulike kulturelle og strukturelle forhold. I kapittel 1.5 tok jeg utgangspunkt i en definisjon av likestilling som vektlegger at menn og kvinner skal ha lik rett til innflytelse ved beslutninger om innkjøp av produkter som innebærer store økonomiske konsekvenser. Som jeg har påpekt tidligere i oppgaven, viser ikke resultatene at menn i større grad enn kvinner bestemmer over produkter som har store økonomiske konsekvenser. Med utgangspunkt i definisjonen av likestilling, tyder resultatene slik på at menn og kvinner i dag er mer likestilte når det gjelder forbrukermakt. I denne sammenheng kan det være grunn til å stille spørsmål om beslutninger om innkjøp med store økonomiske konsekvenser i større grad enn tidligere har blitt gjenstand for forhandlinger. I kapittel 2.1 valgte jeg å benytte en definisjon av forhandlinger som innebærer at begge parter har relativt lik innflytelse på beslutningen. Denne definisjonen belyser hvordan beslutningen om kjøp av bolig skiller seg fra de andre produktkategoriene. Resultatene viser at kjønn har svært liten betydning ved parets beslutning om kjøp av bolig, samt at ingen av de andre uavhengige variablene har noen særlig effekt på innflytelse. Dette kan tyde på at innkjøp med store økonomiske konsekvenser i større grad enn tidligere har blitt gjenstand for forhandlinger. En åpen definisjon, som at begge parter har innflytelse på den beslutningen som skal tas, ville ikke hjulpet meg i å få frem dette skillet. Slik skiller altså parets beslutning om kjøp av bolig seg fra de andre beslutningene, ved at det ene kjønn ikke har nevneverdig større innflytelse enn det andre.

Forskning rundt forhandlinger ble i økende grad brukt i familieforskningen på 1980- og 90 tallet (Syltevik 2000b:190). Selv om forhandlinger er et begrep som har blitt brukt på ulike måter, kan man si at det generelt har blitt brukt for å karakterisere at familielivet i økende grad er preget av at menn og kvinner diskuterer seg fram til felles beslutninger på områder som tidligere var preget av klarere rolleforventninger (Syltevik 2000b:190). Men selv om diskusjonen i avsnittet overfor kan tyde på at store økonomiske beslutninger i større grad enn før er preget av forhandlinger, vil jeg være forsiktig med å trekke noen konklusjon om at kjøpsbeslutninger generelt er preget av forhandlinger. En viktig grunn til det, er at jeg vil sette spørsmålsteget ved om *hverdagen* preges av forhandlinger. Beslutningen om kjøp av bolig, er en beslutning som ikke er knyttet til hverdagen. Det er en beslutning de fleste par tar noen få ganger i løpet av et helt liv. Beslutninger med hensyn til de andre produktkategoriene er i større grad knyttet til hverdagen, og som vi har sett er disse

beslutningene i meget stor grad knyttet til kjønn. Resultatene tyder slik på at hverdagen ikke i like stor grad er preget av forhandlinger med hensyn til beslutninger om forbruk. Jeg velger derfor å ikke legge for stor vekt på endringsperspektivet. En vanlig kritikk av Giddens er nettopp at han overspiller de nye endringene (Aakvaag 2005).

5.9.3 Har de viktige forholdene forblitt de samme?

Resultatene synes altså å støtte at kontinuitet og endring sameksisterer. Men som Beck og Beck-Gernsheim vektlegger, bør man stille spørsmålet om de viktige forholdene har forblitt de samme (jf. kapittel 5.9). Spørsmålet jeg må besvare avslutningsvis, er derfor om menn og kvinner i dag synes å være likestilte når det gjelder beslutningsinnflytelse. Dette er et meget vanskelig spørsmål å besvare. Samtidig som resultatene tyder på at menn i dag ikke har større beslutningsinnflytelse enn kvinner, trer det frem et tydelig tradisjonelt kjønnsmonster i hvilke produkttyper menn og kvinner har størst innflytelse over. Jeg har gått nærmere inn på spørsmålet om likestilling med hensyn til beslutningsinnflytelse. I dette arbeidet har jeg funnet et interessant skille som jeg vil redegjøre for i avsnittet under. Dette skillet mener jeg kan si noe om det, under overflaten av resultatene som viser at menn ikke har større innflytelse enn kvinner, kan råde et kjønnets maktmønster allikevel.

Når jeg ser nærmere på hva slags type produkter menn og kvinner har størst innflytelse over, ser jeg et interessant skille i at flertallet av produktene kvinner bestemmer over i stor grad er knyttet til arbeid i hjemmet (husholdsmaskiner, husholdningstekniske hjelpemidler og nødvendige hvitevarer), mens produktene menn bestemmer over i stor grad er knyttet til fornøyelse (med kun ett unntak: verktøy). Dette er et meget interessant skille med hensyn til makt, men samtidig et skille som kan tolkes svært ulikt. I samsvar med Thagaards tenkning kan kvinnens innflytelse over produkter knyttet til husarbeid, tolkes som et ønske om kontroll i hjemmet (jf. kapittel 1.2). Slik vil dette skillet representere kvinnens makt i hjemmet. Samtidig er det viktig å påpeke at husarbeid ofte ses på som noe negativt, noe som ikke er knyttet til fornøyelse. Lisbeth Bekkengen (2002) kritiserer i denne sammenheng det hun kaller den rådende forestilling om at kvinner har makten i hjemmet: ”At hemmet och familjen är kvinnans domän ska altså inte förväxlas med att det är kvinnans maktdomän”

(Bekkengen 2002:105). Bekkengen legger vekt på at det finnes lite forskning som studerer den sosiale kjønnsrelasjonen i hjemmet, og at studier som finnes på dette området viser at kvinner ikke har noen maktposisjon. Mannen er fornøyd med at kvinnen tar kontrollen over husarbeidet, han har ikke noen større interesse for denne makten. Det råder ingen konkurranse om disse oppgavene. Allikevel oppleves kvinnens ansvar for husarbeidet både av ham og henne som at det er hun som har makten i hjemmet (Bekkengen 2002:101-106). Slik kan kvinners innflytelse over produkter knyttet til husarbeid ses på som en refleksjon av vedvarende maskulin dominans. Jeg vil i denne sammenheng også kommentere at resultatene jo tyder på at det heller ikke er særlig konkurranse om innflytelse over de maskuline produktene, i og med at det helt tydelig er menn som har størst innflytelse over disse produktene. Dette mener jeg er med på å støtte min tolkning om at det fortsatt er knyttet tradisjonelle forventninger til maskulinitet og feminitet.

Dette skillet, som viser at kvinner har størst innflytelse over produkter knyttet til husarbeid og menn over produkter knyttet til fornøyelse, kan altså tolkes på vidt forskjellige måter. På bakgrunn av denne undersøkelsen, har jeg ikke grunnlag for å ta stilling til hvordan det best kan tolkes i forhold til likestilt beslutningsinnflytelse. For å kunne uttale seg nærmere om dette, ser jeg det som nødvendig å undersøke innflytelse i parforhold med nettopp dette skillet som utgangspunkt.

6. Avslutning

Denne oppgaven inngår som en av mange undersøkelser om forbruk. At det er sammenheng mellom kjønn og forbruk, er i dag en selvfølgelighet både innen forbruks- og samfunnsforskning. Det finnes mye forskning som bekrefter at menn og kvinner kjøper ulike produkter. Det som skiller denne undersøkelsen fra mye tidligere forskning, er at jeg ser på forbruk i et lite benyttet perspektiv. I stedet for å undersøke hvem som *kjøper* hva, undersøker jeg hvem som *bestemmer* hva som skal kjøpes. Slik bidrar oppgaven til ny og viktig kunnskap.

Formålet med denne undersøkelsen var å undersøke om forbrukermakt i parforhold hovedsakelig er bestemt av kjønn, eller om ulike strukturelle variabler i stor grad spiller inn. Min forforståelse var preget av en tvil om at det i dag finnes en allmenngyldig kjønnsbasert maktfordeling i parforhold når det gjelder forbruk. Jeg var av den oppfatning at beslutningsinnflytelse i dagens parforhold i stor grad er differensiert. For å undersøke problemstillingen har jeg benyttet data fra TNS Gallups Forbruker & Media undersøkelse fra 1997/1998, hvor jeg har tatt utgangspunkt i et spørsmål om respondentens innflytelse ved husstandens beslutning om kjøp av ulike typer produkter. På bakgrunn av teori og tidligere forskning, har jeg utledet hypoteser om sammenhengen mellom beslutningsinnflytelse og syv uavhengige variabler: kjønn, alder, samlivsform, barn, utdanning, inntekt og yrkesdeltakelse. Ved hjelp av denne kunnskapen, samt resultatene fra regresjonsanalysene, har jeg foretatt noen antakelser om beslutningsinnflytelse i parforhold.

Resultatene gir ikke grunnlag for å si at dagens parforhold er preget av differensiering når det gjelder beslutningsinnflytelse. Sammenlignet med kjønn viser det seg at de andre uavhengige variablene har svært liten effekt på innflytelse. Mens kjønn viser seg å ha stor effekt ved alle produktkategoriene bortsett fra bolig, har de andre variablene liten effekt og kun ved enkelte av produktkategoriene. Slik tyder resultatene på at beslutningsinnflytelse i stor grad er knyttet til kjønn, men dog på en annen måte enn antatt. Det er ikke slik at menn bestemmer over store innkjøp, og kvinner over små. Innflytelse synes heller å være avhengig

av hva slags produkttype det er snakk om. Kvinner viser seg å ha størst innflytelse over såkalte feminine produkter, og menn over maskuline produkter. Med utgangspunkt i definisjonen av forbrukermakt i kapittel 1.5, hvor det er innflytelse over store innkjøp som vurderes å gi makt, kan jeg dermed ikke si at det ene kjønn har større beslutningsinnflytelse enn det andre.

At menns og kvinners beslutningsinnflytelse synes å være avhengig av om det er maskuline eller feminine produkter, har jeg tolket i retning av at det fortsatt er knyttet tradisjonelle forventninger til maskulinitet og femininitet. Selv om definisjoner av mannlighet og kvinnelighet varierer, finnes det et dominerende ideal, et ideal som man må etterfølge for å få anerkjennelse som mann eller kvinne. I denne sammenheng kan vi si at samfunnets forventninger til kjønn definerer mannens og kvinnens innflytelse ved beslutninger om innkjøp av ulike produkttyper. Vi ”gjør kjønn” gjennom de beslutningene vi tar. I Bourdieus termer støtter resultatene slik forskning som viser til en treghet i endringer i kjønnsspørsmål.

Spørsmålet om menn og kvinner i dag er mer likestilte når det gjelder beslutningsinnflytelse, er vanskelig å besvare. I arbeidet rundt dette spørsmålet, kom jeg frem til et skille mellom kvinner og innflytelse over produkter knyttet til husarbeid, og menn og innflytelse over produkter knyttet til fornøyelse. På den ene siden kan det at kvinner har størst innflytelse over produkter som er knyttet til husarbeid, tolkes som kvinnens kontroll i hjemmet. På den annen side kan det ses i sammenheng med at mannen er fornøyd med at kvinnen tar kontrollen over husarbeidet. Det er ingen konkurranse om denne innflytelsen. Slik er det også grunn til å stille spørsmål om innflytelse over produkter knyttet til husarbeid innebærer makt. Jeg har ikke grunnlag for å uttale meg om hvordan skillet skal tolkes, men fremhever at det kan være et interessant skille for å undersøke om beslutningsinnflytelse i parforhold er likestilt.

Det skal sies at det er forskning som peker på at det er en overforenkling å snakke om en produktkategori som manns- eller kvinnedominant. Menn og kvinner kan ha ulik innflytelse ved forskjellige delvalg ved beslutningen om et kjøp. Davis (1976) bruker bilkjøp til å

illustrere hvordan mann- og kvinneinvolvering varierer. I en undersøkelse viser han at det i 60 prosent av parene var mannen som dominerte ved beslutningen om å kjøpe bil, men bare 25 prosent for beslutningen om farge på bilen. Den bestemte kona (Davis 1976 :246). Slik vil spørsmålene i Forbruker & Media undersøkelsen være preget av å være for enkle.

Den kanskje viktigste svakheten i denne undersøkelsen, er at spørreskjemaet i Forbruker & Media undersøkelsen kun gir meg kunnskap om den ene parten i parforholdet. En undersøkelse hvor begge parter svarte på hvert sitt, men samme spørreskjema, ville gitt et bedre grunnlag for å kunne uttale seg om *paret*. Videre vurderer jeg denne oppgaven som et utgangspunkt for kvalitativ forskning om forbrukermakt i parforhold, hvor man intervjuer *begge* parter i parforholdet både sammen og hver for seg. Slik kan man få innsikt i hvordan *forholdet* mellom de to partene påvirker fordelingen av beslutningsinnflytelse, samt *hvordan* forhandlinger skjer. Melder man seg i større grad ut på det andre kjønnets områder, eller eksisterer det ”konkurransse” om beslutningsinnflytelse? Kvalitative intervjuer av begge parter vil også være en fordel med hensyn til at resultatene ser ut til å være preget av en stor grad av uenighet i oppfattet innflytelse.

Selv om resultatene ikke støtter min forforståelse om at parforhold i dag i stor grad er preget av differensiering med hensyn til beslutningsinnflytelse, mener jeg det allikevel er viktig å legge vekt på muligheten til å få frem differensiering når man studerer parforhold. I og med at dataene jeg har benyttet er 10 år gamle, kan det også ha skjedd endringer i beslutningsinnflytelse mellom menn og kvinner i parforhold.

Referanser

LITTERATUR:

Ahrne, Göran og Christine Roman (1997), *Hemmet, barnen och makten. Forhandlingar om arbete och pengar i familjen*. SOU 1997:139, s. 1-115

Aubert, Vilhelm (1972), *Sosiologi*. Universitetsforlaget, s.46

Auslander, Leora (1996), "The Gendering of Consumer Practices in Nineteenth-Century France". I Victoria de Grazia & Ellen Furlough (red.) *The Sex of Things*. University of California Press, s. 82-85

Barth, Erling og Harald Dale-Olsen (2004), "Lønnsforskjeller mellom kvinner og menn i et 30 års perspektiv". I *Søkelys på arbeidsmarkedet*, 1:65-75.

Barth, Erling og Pål Schøne (2006), "Lønnsforskjeller mellom kvinner og menn over livsløpet. Kohort eller karriere?". I *Søkelys på arbeidsmarkedet*, 2: 231-235

Bauman, Zygmunt og Tim May (2004), *Å tenke sosiologisk*. Abstrakt forlag AS

Beck, Ulrich & Elisabeth Beck-Gernsheim (1995), *The Normal Chaos of Love*. Polity Press, s.1-44

Bekkengen, Lisbeth (2002), *Man får velja – om föräldraskap och föräldradidighet i arbetsliv och familjeliv*. Liber AB

Blood, Robert O. & Donald M. Wolfe (1960), *Husbands & Wives. The Dynamics of Married Living*. The Free Press of Glencoe, Illinois, s. 11-19, 44-45.

Blumberg, Rae Lesser (1991), "Income Under Female Versus Male Control". I Rae Lesser Blumberg (red.) *Gender, family and economy*. Sage Publications, s. 100

Bojer, Hilde (2005), "Kvinneres inntekt 1970-2002".

URL:<http://folk.uio.no/hbojer/kvinner.pdf> (Lesedato 04.01.07)

Bondevik, Hilde og Linda Rustad (2006), ”Humanvitenskapelig kjønnsforskning”. I Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.) *Kjønnsforskning. En grunnbok*. Universitetsforlaget

Bourdieu, Pierre (1986), ”The Forms of Capital”. I J. G. Richardson (red.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. Greenwood Press.

Bourdieu, Pierre (1990), *The Logic of Practice*. Polity Press, s. 52-65

Bourdieu, Pierre (2000), *Den maskuline dominans*. Pax Forlag, s. 90-120

Brusdal, Ragnhild og Randi Lavik (2007), ”Alt ved det gamle? : om fordeling av dagligvareinnkjøp blant kvinner og menn i parforhold”. I Odd Gåsdal, Trond Løyning, Johs. Hjellbrekke og Ragnhild Brusdal (red.), *Makt, mening og struktur : festskrift til Sigmund Grønmo*. Bergen: Fagbokforlaget

Bøe, Janne Bjorheim og Kari Wærness (2005), ”Vi vil vel være prototypen på likestilt økonomi. Om økonomiske forvaltningssystemer i norske barnefamiliehushold”. *Sosiologisk tidsskrift*, 1: 29-44

Cunningham, Isabella C. M. & Robert T. Green (1974), ”Purchasing Roles in the U.S. Family, 1955 and 1973”. *Journal of Marketing*, vol. 38, s. 61-81

Davis, Harry L. & Benny P. Rigaux (1974), ”Perception of Martial Roles in Decision Processes”. *Journal of Consumer Research*, vol. 1, s. 51-62

Davis, Harry L. (1976), ”Decision Making within the Household”. *The Journal of Consumer Research*, vol. 2, nr. 4, s. 241-260

Davis, Shannon N., Theodore N. Greenstein & Jennifer P. Gerteisen Marks (2007), ”Effects of Union Type on Division of Household Labor”. *Journal of Family Issues*, vol. 28, nr. 9, s. 1246-1272

Døving, Runar (2003), ”Rype med lettøl”. Pax Forlag A/S, s. 37-85

Døving, Runar (2007), ”Forbrukets kjønnede struktur”. I Gerhard E. Schjelderup og Morten W. Knudsen (red.), *Forbrukersosiologi: makt, tegn og mening i forbrukersamfunnet*. J. W. Cappelens Forlag as

Ellingsæter, Anne Lise, Turid Noack og Marit Rønsen (1997), "Sosial ulikhet blant kvinner: polarisering, utjevning eller status quo?". *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 38: 33-69

Ellingsæter, Anne Lise (1999), "Patriarkatet. Teori og kritikk". I Fredrik Engelstad (red.) *Om makt. Teori og kritikk*. Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 151-153, 167-170

Engelstad, Fredrik (2003), "Makt i det norske samfunnet". I Ivar Frønes og Lise Kjølørød (red.) *Det norske samfunn*. Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 42-48, 54-56

Evensen, Miriam (2006), "Lønnsforskjeller og omsorgsansvar for kvinner". I *Søkelys på arbeidsmarkedet*, 2: 201-211

Frønes, Ivar og Ragnhild Brusdal (2003), "Generasjoner, livsløp og forandring". I Ivar Frønes og Lise Kjølørød (red.) *Det norske samfunn*. Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 283-306

Gentry, James W., Suraj Commuri & Sunkyu Jun (2003), "Review of Literature on Gender in the Family". *Academy of Marketing Science Review*, vol. 2003, nr. 1, s. 1-18

Giddens, Anthony (1992), *Intimitetens forandring*. Hans Reitzels Forlag, s. 26, 46, 94-101.

Giddens, Anthony (1996), *Modernitet og selvidentitet*. Hans Reitzels Forlag A/S

Green Robert T. & Isabella C. M. Cunningham (1975), "Feminine Role Perception and Family Purchasing Decisions". *Journal of Marketing Research*, vol. XII, s. 325-332

Green, Robert T., Jean-Paul Leonardi, Jean-Louis Chandon, Isabella C. M. Cunningham, Bronis Verhage & Alain Strazzieri (1983), "Societal Development and Family Purchasing Roles: A Cross-National Study". *The Journal of Consumer Research*, vol. 9, nr. 4, s. 436-442

Gripsrud, Geir og Ulf Henning Olsson (2000), *Markedsanalyse*. Høyskoleforlaget AS

Gullestad, Marianne (1984), *Kitchen-table Society*. Universitetsforlaget AS, s. 85-115

Hagemann, Gro og Klas Åmark (1999): "Fra husmorkontrakt til likestillingskontrakt". I Fredrik Engelstad (red.) *Om makt. Teori og kritikk*. Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 193-194

Halsaa, Beatrice (2006a), "Kvinneforskning". I Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.) *Kjønnforskning. En grunnbok*. Universitetsforlaget

Halsaa, Beatrice (2006b), ”Fra kvinneforskning til kvinne- og kjønnsforskning”. I Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.) *Kjønnsforskning. En grunnbok*. Universitetsforlaget

Hanssen, Linn (2006), ”3 timer og 18 minutter på husarbeid”.

URL:<http://www.dagbladet.no/tekstarkiv/artikkel.php?id=5001060056121&tag=tit&words=3%3Btimer%3Bog%3B18%3Bminutter> (Lesedato 14.09.07)

Haugland, Valgerd Svarstad (1999), *Ein likestillingspolitikk i utvikling*. Utredelse i Stortinget. Barne- og familiedepartementet, s. 33-35

URL:http://www.regjeringen.no/upload/kilde/bfd/bro/2001/0012/ddd/pdfv/135085-q-0989_innmat.pdf (Lesedato 13.09.07)

Hellevik, Ottar (1996), *Nordmenn og det gode liv*. Universitetsforlaget AS, s. 149-158

Hellevik, Ottar (2002), *Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap*. Universitetsforlaget AS

Hjellbrekke, Johs. og Olav Korsnes (2006), *Sosial mobilitet*. Det Norske Samlaget. Oslo, s. 98-121

Holter, Øystein Gullvåg og Helene Aarseth (1993), *Menns livssammenheng*. Ad Notam Gyldendal A/S, s. 119-138

Husemoen, Silje (2005), *Kvinner og bil*. Hovedfagsoppgave i Folkloristikk. Universitetet i Oslo

Haavind, Hanne (1982), ”Makt og kjærlighet i ekteskapet”. I Runa Haukaa, Marit Hoel og Hanne Haavind (red.) *Kvinneforskning: bidrag til samfunnsteori*. Universitetsforlaget, s.138-171

Jacobsen, Dag Ingvar (1999), ”Kan vi stole på data fra spørreskjemaundersøkelser?”. Norsk Statsvitenskapelig Tidsskrift, 4:361-389

Jacobsen, Dag Ingvar (2000), *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*. Høyskoleforlaget

Jensen, An-Margit (2004), ”Harde fakta om myke menn”. I Anne Lise Ellingsæter og Arnlaug Leira (red.) *Velferdsstaten og familien. Utfordringer og dilemmaer*. Gyldendal

Norsk Forlag AS, s. 201-206, 226.

Järvinen, Margaretha (2000), ”Pierre Bourdieu”. I Andersen, Heine og Lars Bo Kaspersen (red.) *Klassisk og moderne samfunns teori*. 2. utgave. Hanz Reitzels Forlag, s. 350-352

Kaufman, Gayle (2000), ”Do Gender Role Attitudes Matter?”. *Journal of Family Issues*, vol. 21, nr. 1, s. 128-144

Kitterød, Ragni Hege (2000), ”Hus- og omsorgsarbeid blant småbarnsforeldre”. *Samfunnsspeilet*, 5:34-47

Kitterød, Ragni Hege (2002), ”Utdanning og ulikhet?”. *Sosiologisk tidsskrift*, 3:179-208

Kjeldstad, Randi (2006), ”Hvorfor deltid?”. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 4:513-542

Kleppe, Ingeborg Astrid (1984), *Beslutningsatferd i to-inntektsfamilier – en prosjektskisse*. Arbeidsnotat 7/1984. Senter for anvendt forskning, Norges Handelshøyskole

Kleppe, Ingeborg Astrid (1987), *Beslutninger i familien – teori og metode*. Arbeidsnotat nr. 32. Senter for anvendt forskning

Kleppe, Ingeborg Astrid (1990), *Teoretisk versus subjektiv beslutningsinnflytelse*. Avhandling for graden dr. Oecon. Norges Handelshøyskole.

Knudsen, Knud og Kari Wærness (1996), ”Barnet lider av at mor er yrkesaktiv... Betydning av kjønn og andre forklaringsfaktorer for syn på kvinners mors- og yrkesrolle”. *Sosiologisk tidsskrift*, 1: 3-23

Knudsen, Knud og Kari Wærness (2006), ”Likestilling og husarbeid: Norden i komparativt perspektiv”. *Tidsskrift for samfunnsforskning*, 2: 163-190

Korsnes Olav, Heine Andersen og Thomas Brante (red.) (1997), *Sosiologisk leksikon*. Universitetsforlaget AS.

Kristiansen, Jan Erik (2004), ”Tiden går – aldersforskjellen består?”.

URL: http://www.ssb.no/vis/magasinet/slik_lever_vi/art-2004-08-31-01.html

(Lesedato 20.09.07)

Lie, Merete (1991), *Technology as Masculinity*. IFIM-paper, 6: 1-15

-
- Lie, Merete (1997), "Vett i pannen, stål i ben og armer. Teknologiens bilder av kjønn." *Kvinneforskning*, 2: 37-48
- Lie, Merete (2006), "Kjønn og teknologi". I Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.) *Kjønnforskning. En grunnbok*. Universitetsforlaget
- Mile, Kristin (2005), "Fødselspermisjon og likestilling".
URL:<http://www.likestillingsombudet.no/artikler/permisjon2005.html> (Lesedato 25.01.07)
- Nielsen, Harriet Bjerrum (2006), "Kjønn og identitet". I Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.) *Kjønnforskning. En grunnbok*. Universitetsforlaget
- Noack, Turid (1999), "Familiemønstre på slutten av et århundre. Kontinuitet og endring". *Samfunnsspeilet*, 4:28-35
- Noack, Turid og Ane Seierstad (2003), "Samboerskap ved tusenårskiftet: dagligdags og utforsket". *Samfunnsspeilet*, 1:30-34
- Nordli, Hege (2003), *The Net is Not Enough. Searching for the female hacker*. Dr. polit.-avhandling, Fakultet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse, Institutt for sosiologi og statsvitenskap, NTNU Trondheim, s.25-35
- Pahl, Jan (1989), *Money and marriage*. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, s. 1-10, 27-123, 168-179
- Pahl, Jan (2000), "The gendering of spending within households"
URL:<http://www.radstats.org.uk/no075/pahl.htm> (Lesedato 22.11.06)
- Pettersen, Silje Vatne (2003), "Halvparten av fedrene vil ha lengre kvote". *Samfunnsspeilet*, 5:39-48
- Prieur, Annick (2002), "Frihet til å forme seg selv?" *Kontur*, 6:4-12
- Qualls, William J. (1987), "Household Decision Behavior: The Impact of Husbands' and Wives' Sex Role Orientation". *The Journal of Consumer Research*, vol. 14, nr.2, s. 264-279
- Ree-Lindstad, Goro (1993), *Lønnsarbeid eller husholdsarbeid?* Hovedfagsoppgave i samfunnsgeografi, Universitetet i Oslo

Reneflot, Anne (2002), *Hans og hennes samboerskap*. Hovedfagsoppgave i sosiologi, Universitetet i Oslo

Ringdal, Kristen (2001), *Enhet og mangfold*. Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS

Rolness, Kjetil (1995), *Med smak skal hjemmet bygges*. Aschehoug & Co, s. 17

Rose, Elaina (2004), *Education and Hypergamy in Marriage Markets*. Center for Research on Families, Working Paper No. 01

Rønsen, Marit (2005), *Kontantstøttens langsiktige effekter på mødres og fedres arbeidstilbud*. Rapport 23, SSB

Safilios-Rothschild, Constantina (1969), "Family Sociology or Wives' Family Sociology? A Cross-Cultural Examination of Decision-Making". *Journal of Marriage and the Family*, vol. 31, nr.2, s. 290-301

Saltnes, Tora (2002), "Menn + maskiner = fortsatt sant".

URL:<http://www.forskning.no/Artikler/2002/september/1031660501.55> (Lesedato 19.06.07)

Sandlie, Hans Christian (1999), *Med teknologi skal hjemmet drives*. Hovedfagsoppgave i sosiologi, Universitetet i Oslo.

Schiefloe, Per Morten (2003), *Mennesker og samfunn*. Fagbokforlaget

Selnes, Fred (1999), *Markedsundersøkelser*. Tano Aschehoug. 4. utg.

Skog, Ole-Jørgen (2005), *Å forklare sosiale fenomener. En regresjonsbasert tilnærming*. Gyldendal Norsk Forlag

Skrede, Kari (2004): "Familiepolitikkenes grense – ved likestilling light?". I Anne Lise Ellingsæter og Arnlaug Leira (red.) *Velferdsstaten og familien. Utfordringer og dilemmaer*. Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 164-183

Solbrække, Kari Nyheim og Helene Aarseth (2006), "Samfunnsvitenskapenes forståelser av kjønn". I Jørgen Lorentzen og Wencke Mühleisen (red.) *Kjønnsforskning. En grunnbok*. Universitetsforlaget

Syltevik, Liv Johanne (2000a), *Differensierte familieliv. Familiepraksis i Norge på slutten*

av 1900-tallet. Rapport 2/2000. Senter for samfunnsforskning, Universitetet i Bergen, s. 1-10, 95-96, 168

Syltevik, Liv Johanne (2000b), "Forhandlinger – Et fruktbart begrep for familiepraksis hos senmoderne par?". *Sosiologisk tidsskrift*, 3: 187-208

Syltevik, Liv Johanne og Kari Wærness (2004), "Det rasler i lenker – forsørgernormer i endring?" I Anne Lise Ellingsæter og Arnlaug Leira (red.) *Velferdsstaten og familien. Utfordringer og dilemmaer*. Gyldendal Norsk Forlag AS, s. 100-115

Syltevik, Liv Johanne (2005), "Fra trygg havn til vaklende fellesskap? Sosiologiske perspektiver på dagens familier og parforhold". I Hårtveit, Håkon (red.) *Perspektiver på parforhold*. Universitetsforlaget

Teigen, Mari (2006), "Holdning til likestilling – nye polariseringstendenser". *Sosiologisk tidsskrift*, 14: 254-275

Thagaard, Tove (1996), *Arbeid, makt og kjærlighet*. Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS, s. 37-39, 182-188

Tichenor, Veronica Jaris (2005), *Earning more and getting less*. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data, s. 4-18, 68-91

Vogler, Carolyn (2005), "Cohabiting couples: rethinking money in the household at the beginning of the twenty first century". *The Sociological Review*, vol. 53, nr.1, s.1-29

Vaage, Odd Frank (2002), "Til alle døgnets tider. Tidsbruk 1971-2000". Statistisk Sentralbyrå.

Weber, Max (1971), *Makt og byråkrati: essays om politikk og klasse, samfunnsforskning og verdier*. Gyldendal

West, Candace & Don H. Zimmerman (1987), "Doing Gender". *Gender and Society*, vol. 1, nr. 2, s.125-151

Wiik, Kenneth Aarskaug (2005), "Førstemann ut har lav sosial bakgrunn". *Samfunnsspeilet*, 2:25-29

Aakvaag, Gunnar C. (2005), ”*Modernitet, høymodernitet eller postmodernitet?*”. Upublisert forelesningsmanuskript SOS2001 Moderne sosiologisk teori

ANDRE REFERANSER:

Arbeidsledige etter kjønn og alder:

URL: <http://www.ssb.no/aarbok/1999/tab/t-199.html> (Lesedato 20.09.07)

Befolkningspyramide:

URL: <http://www.ssb.no/folkfram/pyramide/> (Lesedato 25.07.07)

Definisjon biologisk og sosialt kjønn:

URL: <http://www.likestilling.no/tema.html?id=3> (Lesedato 20.09.07)

Definisjon husstand, par og familie:

URL: <http://www.ssb.no/familie/om.html> (Lesedato 14.06.07)

Definisjon inntekt og lønn:

URL: <http://www.ssb.no/emner/05/01/10/inntekt/> (Lesedato 23.02.07)

Definisjon likestilling:

URL: <http://www.likestilling.no/tema.html?id=2> (Lesedato 23.04.07)

Deltidsarbeid og konsekvenser for likestilling:

URL: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/aid/dok/NOUer/2004/NOU-2004-29/7/4.html?id=389551> (Lesedato 02.08.07)

Fedres rettigheter:

URL: <http://www.dep.no/bld/norsk/tema/familieekonomi/foreldrepenger/004051-990427/dok-bn.html> (Lesedato 09.02.07)

Historien bak Likestillings- og diskrimineringsombudet:

URL: <http://www.ldo.no/TopMenu/Om-ombudet2/Historien-bak-Likestillings--og-diskrimineringsombudet/> (Lesedato 24.04.07)

Husholdningenes forbruk:

URL: <http://www.ssb.no/forbruk/> (Lesedato 05.06.07)

Høringsnotat om kontantstøtte:

URL: <http://www.likestilling.no/artikkel.html?id=291> (Lesedato 31.01.07)

NUS2000:

URL: <http://www3.ssb.no/stabas/ItemsFrames.asp?ID=4458101&Language=nn&VersionLevel=ClassVersion> (Lesedato 25.07.07)

Samboerutvalget:

URL: <http://www.regjeringen.no/nb/dep/bld/dok/regpubl/stmeld/2002-2003/Stmeld-nr-29-2002-2003-/7/2.html?id=471383> (Lesedato 27.09.07)

Soria Moria-erklæringen:

URL: http://www.dep.no/smk/norsk/regjeringen/om_regjeringen/001001-990342/hov001-bn.html (Lesedato 02.02.07)

Utdanning:

URL: http://www.ssb.no/utdanning_tema/ (Lesedato 06.06.07)

Yrkesaktivitet:

URL: <http://www.ssb.no/emner/06/arbeid> (Lesedato 25.07.07)

Yrkesaktivitet og husarbeid:

URL: <http://www.ssb.no/emner/00/02/20/tidsbruk/art-2002-05-13-02.html>
(Lesedato 31.07.07)

”Alle kilder som er brukt i denne oppgaven er oppgitt”

Antall ord i oppgaven: 36 787

Vedlegg

VEDLEGG 1

Tabell 25:Husholdsmaskiner. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

HUSHOLDSMASKINER	Menn		Kvinner	
	B	T	B	T
Konstant	55,22	18,53	77,06	40,44
Alder (kontinuerlig)	-0,14	-3,37	0,17	5,47
Samlivsform (gift=0)	0,91	0,83	-2,66	-3,23
Barn (ikke barn=0)	-2,78	-2,90	2,57	3,50
Utdanning (lav utd=0)	0,93	1,13	-0,72	-1,08
Inntekt (kontinuerlig)	-0,004	-1,65	0,01	2,04
Heltid	-4,18	-3,00	3,08	3,09
Deltid	-2,61	-1,20	3,78	4,08

VEDLEGG 2

Tabell 26:PC. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

PC	Menn		Kvinner	
	B	T	B	T
Konstant	80,70	19,61	46,68	12,50
Alder (kontinuerlig)	-0,34	-5,69	-0,14	-2,23
Samlivsform (gift=0)	-3,25	-2,16	-0,77	-0,48
Barn (ikke barn=0)	-1,48	-1,14	1,18	0,82
Utdanning (lav utd=0)	11,41	10,03	3,45	2,57
Inntekt (kontinuerlig)	0,01	3,39	0,02	3,07
Heltid	3,72	1,79	6,08	2,95
Deltid	7,37	2,35	-1,33	-0,69

VEDLEGG 3

Tabell 27:Underholdning. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene. Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter

UNDERHOLDNING	Menn		Kvinner	
	B	T	B	T
Konstant	92,72	39,03	55,27	25,94
Alder (kontinuerlig)	-0,34	-10,07	0,07	1,96
Samlivsform (gift=0)	-0,32	-0,36	-0,36	-0,39
Barn (ikke barn=0)	-2,23	-2,93	0,20	0,24
Utdanning (lav utd=0)	2,56	3,84	0,86	1,14
Inntekt (kontinuerlig)	0,01	3,48	0,01	1,15
Heltid	-0,76	-0,65	2,37	2,09
Deltid	-1,97	-1,10	2,24	2,12

VEDLEGG 4

*Tabell 28: Nødvendige hvitevarer. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene.
Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter*

NØDVENDIGE HVITEVARER	Menn		Kvinner	
	B	T	B	T
Konstant	72,56	32,23	63,49	34,00
Alder (kontinuerlig)	-0,16	-5,14	0,35	11,74
Samlivsform (gift=0)	0,95	1,15	-1,56	-1,95
Barn (ikke barn=0)	-0,78	-1,07	1,65	2,29
Utdanning (lav utd=0)	-0,53	-0,85	-1,73	-2,66
Inntekt (kontinuerlig)	-0,001	-0,34	0,003	0,90
Heltid	-2,30	-2,20	2,03	2,11
Deltid	-0,56	-0,35	3,19	3,56

VEDLEGG 5

*Tabell 29: Husholdstekn. hj.midler. Innflytelse etter bakgrunnsvariablene.
Ordinær regresjonsanalyse. Ustandardiserte regresjonskoeffisienter*

HUSHOLDSTEKN. HJELPEMIDLER	Menn		Kvinner	
	B	T	B	T
Konstant	70,15	28,79	65,40	33,77
Alder (kontinuerlig)	-0,21	-6,11	0,31	9,79
Samlivsform (gift=0)	1,90	2,10	-1,57	-1,88
Barn (ikke barn=0)	-0,74	-0,96	3,03	4,07
Utdanning (lav utd=0)	0,97	1,44	-1,96	-2,88
Inntekt (kontinuerlig)	-0,004	-1,83	0,002	0,64
Heltid	-0,70	-0,60	2,26	2,21
Deltid	-1,33	-0,75	4,45	4,67