

Feministični diskurzi nakupovanja

**KOCH, Shelley L.: *A Theory of Grocery Shopping: Food, Choice and Conflict*.
New York: Bloomsbury Academic. 144
str.**

Hrana je eno najbolj osnovnih in neizogibnih človeških potreb, saj brez nje ne moremo preživeti. Proces prehranjevanja poteka na vsakodnevni ravni, saj je hrana izredno pomemben faktor, ki ni sam gorivo za delovanje človekovega organizma, temveč pripomore tudi k vzdrževanju zdravja. Zaradi tega smo nenehno podvrženi sprejemanju odločitev kaj, kje in kako hrano kupiti ter jo dostaviti domov. Sam proces oskrbe s hrano se začne na polju ali v hlevu in svojo pot nadaljuje v živilskopredelovalnem obratu, na tržnici ali v trgovini ter se sklene v domači shrambi ali hladilniku. Nakupovanje živil je tako pogosto prezrt del zgodbe o tem, kako pride hrana iz trgovin ali tržnic na našo mizo.

V knjigi *Theory of Grocery Shopping: Food, Choice and Conflict* (Teorija nakupovanja živil: Hrana, izbira in navzkrižje) Shelley L. Koch predstavi teorijo nakupovanja živil ter odpre vpogled v proces poti hrane iz trgovin v naše domove. Z analizo intervjujev potrošnikov raziskuje družbeno organizacijo nakupov in

proces nakupovalnih praks. Fokus raziskovanja je osredinjen na trg Združenih držav Amerike, v njem pa želi zajeti premalo teoretizirane vidike nakupov ter podvomiti v predpostavko suverenosti potrošnikov. Avtorica osnuje tri različne diskurze, preko katerih analizira sistem potrošnje in s tem zagotavlja vpogled v nasprotujoča si sporočila, ki oblikujejo potrošnikovo preskrbo gospodinjestev z živili, ter v podrobnosti, kako se potrošniki na ta sporočila odzivajo. Kljub akademskemu izrazoslovju je sporočilnost napisanega jasna in razumljiva, zaradi česar je knjiga dostopnejša tudi širši populaciji.

V uvodnem delu avtorica poda dva primera, ki ponazarjata novodobno obsedenost s hrano in načini prehranjevanja. V to problematiko se danes vključujejo tako politiki kot novinarji, strokovnjaki na področju prehranjevanja, medijske zvezde in priznani kuharji, saj se v ZDA družba srečuje z dvema nasprotujočima si problemoma, debelostjo na eni strani in lakoto na drugi. Prvi primer je kampanja proti debelosti z naslovom *Let's Move: America's Move to Raise a Healthier Generation of Kids* (Premaknimo se: Ameriško gibanje za povečanje zdrave generacije otrok), v katero se je vključila tudi Michele Obama, ki promovira spremembe prehranjevalnih navad z uvajanjem petih obrokov zelenjave in sadja na dan. Kot drugi primer avtorica navaja britanskega kuharja Jamieja Oliverja, ki matere uči, kako skuhati in postreči zdravo hrano svojim otrokom. Avtorica je do teh dveh pristopov promoviranja zdrave prehrane kritična, saj pravi, da promotorji ne vidijo dela, ki je vloženo v nabavo in pripravo zdravih obrokov, kot tudi ne problema neozaveščenosti ter finančne nezmožnosti mater za tak način prehranjevanja.

Po prvotnem opisu knjige, avtorica nadaljuje z dvema poglavjema: *The Economic and Social Context of Grocery Shopping* (Ekonomski in socialni kontekst nakupov živil) in *The work of Grocery Shopping* (Delo nakupovanja živil), kjer svojo raziskavo umesti v kontekst neplačanega ženskega dela, ki po

mnenju avtorice predstavlja širši družbeni problem. Nakupovanje živil ali delo izbiranja in nakupovanja hrane za gospodinjstvo predstavlja velik del neplačanega dela, ki ga avtorica pripisuje ženskam, predvsem materam. To delo ne vključuje samo časa in energije, ki ga ženske porabijo za nakupovanje živil, temveč tudi načrtovanje obrokov in usklajevanje družinskega proračuna. Novodobni trendi na področju prehranjevanja promovirajo nakupovanje in uživanje sezonske, sveže ter lokalno pridelane hrane, ki naj bi jo pripravili in zaužili v udobju našega doma. Zavedati se moramo, da je taka hrana dostopna le peščici ljudi, tistim, ki imajo dovolj visok ekonomski standard, da si jo lahko privoščijo, ter tistim, ki imajo čas, da si jo lahko pripravijo. Tako so matere po mnenju avtorice postavljene v nezavidljiv položaj, saj so pod nenehnim pritiskom usklajevanja finančnih sredstev, skrbi za otroke in priprave zdravih obrokov. Pri tem je treba poudariti (kar avtorica skozi citate intervjujev tudi odlično stori), da kljub temu da velja nakupovanje živil za žensko delo, ženske same to vlogo vestno reproducirajo. Velika večina intervjuvanih žensk namreč poudarja, da so možje/partnerji nespretni pri kupovanju hrane, saj kupujejo napačne proizvode, nezdravo hrano in zanjo prekomerno zapravijo, saj niso veščiji strategij, ki bi jim omogočale racionalnejše nakupovanje. Torej so ženske tiste, ki menijo, da najbolje obvladajo nakupovanje in s tem sklenejo začarani krog.

Ker je malo znanega o tem, kako različne institucije oblikujejo nakupovalno izkušnjo, Koch uporabi institucionalni etnografski pristop, preko katerega oblikuje tri ločene diskurze, obravnavane v posamičnem poglavju. V poglavju *Shopping and the Nutrition Discourse* (Nakupovalni in prehranski diskurz) poda primere, osnovane na besedilnem diskurzu in pokaže, kako ti diskurzi različno vplivajo na izbiro potrošnikov delavskega in srednjega razreda. Avtorica poskuša pokazati, kako potrošniška pismenost in institucije z ohranjanjem določenih informacij, vplivajo

na nakupne odločitve. Z analizo informacij o hranilni vrednosti prikaže, kako se priporočila prenašajo na potrošnike tako, da spodbujajo nakup bolj zdrave prehrane. Potrošniki tako iščejo alternative visoko kaloričnim izdelkom in izdelkom z visoko nasičenimi maščobami, ter jih zamenjujejo s hrano bogato z vitamini in minerali. Preko intervjujev in citatov avtorica opomni, da so potrošniki srednjega razreda veliko bolj naklonjeni spremembam kot potrošniki delavskega razreda. Seveda pri potrošnikih delavskega razreda jedro problema ni v njihovi neozaveščenosti o zdravi prehrani, temveč v mesečnem proračunu za hrano.

To je tudi glavna teza četrtega poglavja z naslovom *The Efficient Housewife Discourse* (Diskurz 'učinkovitih gospodinj'), v katerem se avtorica osredini na upravljanje gospodinjstva, pri čemer poudari predvsem načrtovanje obrokov ter proračuna. To je vse prej kot enostavno, saj so po mnenju avtorice, ženske ujete v nerealistična pričakovanja, po katerih bi morale biti kot potrošnice čim bolj učinkovite, kljub pomanjkanju časa za načrtovanje, nakupovanje in pripravo hrane, saj je večina zaposlena za polovični ali polni delovni čas. Pri tem si pomagajo na različne načine, kot je kupovanje na razprodajah, uporabo kuponov ter tedenskim načrtovanjem menijev. Koch opozarja, da s takim ravnanjem uspejo privarčevati nekaj denarja, kar pa ne drži za čas, ki ga pri tem porabijo. Avtorica tu analizira različne vrste gospodinjstev glede na njihovo ekonomsko moč in ugotovi, da sta čas in denar pri nakupovanju v sorazmerni korelaciji, saj več prihodkov načeloma pomeni več časa za kupovanje. Zaključí, da so po mnenju prodajalcev učinkoviti tisti potrošniki, ki zapravijo večino denarja v eni trgovini, saj zaradi pomanjkanja časa in denarja nakupujejo več naenkrat.

V poglavju *The Consumer Control Discourse* (Diskurz 'nadzora potrošnikov') avtorica obravnava opis dela prodajalcev (poslovdij) in dobaviteljev, ki odločajo o tem kje, kako in na kakšen način bodo promovirali izdelek, da

bo kupcu viden (in ga poskušali prepričati, kaj je to, kar želi kupiti) in dostopen. S pomočjo nagrajevanja kupcev (v obliki kuponov, popustov, točk ter drugih denarnih ugodnosti) prodajalci pridobivajo zvestobo potrošnikov, s tem pa določajo strateško promocijsko prikazovanje izdelkov in njihovo mesto na nakupovalnih policah. Avtorica opozarja, da bo čez nekaj let, glede na razširjenost takih praks, potrošnikova neodvisnost le še fikcija. Kot enega od razlogov navaja nakup izdelkov, ki jih ne potrebujemo, saj prodajalci preko skrbno izbranih artiklov, ki so postavljeni na točno določenih mestih, dosegajo prav to. Ves čas opozarja, da so proizvajalci tisti, ki določajo, kateri izdelki se bodo trenutno prodajali, saj z zakupovanjem prostora na policah, oglaševanjem in zaposlovanjem promotorjev ustvarjajo trende, preko katerih prisilijo potrošnike v nakup njihovega izdelka.

Veliko marketinških strategij, ki jih omenja avtorica, spodbuja impulzivno nakupovanje, kar vodi v paradoks s prehranskim diskurzom in diskurzom učinkovitosti potrošnika. Če predpostavljamo, da so manipulacije proizvajalcev in trgovcev že tako močne, da smo (skoraj) izgubili sposobnost nevtralnega odločanja nakupa izdelkov, povsem negiramo diskurz učinkovitosti. Tega se zaveda tudi avtorica, saj v šestem poglavju odlično povzame problematiko protislovji, ki se porajajo znotraj treh diskurzov, ki jih predhodno vzpostavi. Sam diskurz učinkovitosti lahko postavimo tudi kot opozicijo prehranskemu diskurzu, saj kot pravi avtorica, »učinkovito nakupovanje še ni nujno zdravo« (str. 108). Kot sem že omenila, zdravo prehranjevanje ne zahteva le posameznika, ki si tako hrano lahko privoščiči, temveč tudi posameznika, ki ima čas, da si to hrano ustrezno pripravi. V šestem poglavju z naslovom *Competing Discourses and the Work of Food Shopping* (Konkurenčni diskurzi in delo nakupovanja hrane) avtorica reflektira napisano ter skozi podpoglavja izpostavi glavne teze knjige in probleme, na katere je naletela med raziskavo.

Kljub temu, da avtorica knjigo zaključiči tako, da bralca opomni na določene pomanjkljivosti raziskave, je skozi celotno knjigo čutiti feministični diskurz, ki ga avtorica kot takega posebej ne izpostavi. Z začetno analizo gospodinjstev, v kateri pokaže, da še vedno najmanj 65 odstotkov nakupovanj živil opravijo ženske (str. 14), avtorica svojo raziskavo usmeri izključno nanje in preko strukturiranih intervjujev oblikuje analizo nakupovanja živil. Raziskava je osredotočena na ženske iz različnih družbenih razredov, vendar so vse matere (poročene, samohranilke, itd.). Tako avtorica izpusti dobršen del ženske (samske, v homoseksualnem razmerju, itd.) in moške populacije, ki bi morda pripeljala raziskavo do drugačnih rezultatov, diskurzov ter načinov nakupovanja.

Če zaključim, knjiga na področju sociologije hrane in spola vpeljuje nove vidike in diskurze, preko katerih nam omogoča nov vpogled v sistem nakupovanja hrane in osvetljuje družbene probleme, ki jih zelo radi spregledamo. Gre za eno tistih knjig, ki bralca in bralko na koncu ne pusti ravnodušne/ga, saj z odpiranjem novih diskurzov, ki so si med seboj nasprotujoči, odpira nove razmisleke in vzpostavlja prepotrebno povezavo do knjig, ki se osredinjajo na vidike prehranske verige.